



CÍTRICOS DULCES FRESCOS

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- Condiciones agroclimáticas y agroecológicas favorables. En especial en cuanto a suelo y clima. Permiten una buena coloración de la fruta y mejores características organolépticas. Baja incidencia de heladas tempranas y tardías con periodicidad superior a los cinco años.
- Ubicación geográfica favorable para la producción de cítricos y en especial de mandarinas, lo cual permite aprovechar el periodo de contraestación respecto al Hemisferio Norte.
- Disponibilidad de tecnología moderna y adaptada a la región. Las plantas empacadoras de fruta han realizado inversiones en los últimos años.
- Capacidad técnica.
- Mano de obra calificada.
- Infraestructura en general es buena. La cercanía de puertos de ultramar permite reducir el costo de flete. Proximidad a los mayores mercados de consumo nacionales.
- Calidad organoléptica indiscutible para naranjas y mandarinas. La calidad interna, contenido de jugo, color y ratio de la fruta es excelente.
- Alta productividad potencial. Existe un margen considerable de mejora del rendimiento. Unidades de producción en gran cantidad y en manos de sus propietarios (3% arrendatario) que permiten sustentar un nivel de producción que contribuye a la disminución de los riesgos probables.
- Canales comerciales ya establecidos con los principales importadores que dan fluidez al actual y potencial comercio internacional. (Rotterdam, Hamburgo, Amberes.)



OPORTUNIDADES

- Demanda de fruta en contraestación en especial desde el Hemisferio Norte.
- Mercados inexplorados o poco explorados. Por ejemplo los asiáticos.
- Incremento de demanda de productos “easy peelers” (Mandarinas).
- Aumento del consumo de jugos naturales en el mercado mundial.
- Aumento de consumo interno a partir de la promoción conjunta por parte del Estado y del sector privado. Campaña “Mas Frutas y Verduras”.
- Posibilidades de acceso a nuevos mercados en el mediano plazo. Por ejemplo negociaciones de Senasa con UE e India. Mercados Potenciales en Negociación: Estados Unidos, China e India.
- Importante demanda en países del Este, Medio y Lejano Oriente. La apertura del mercado americano a los limones es la puerta de entrada para otros productos cítricos argentinos.
- Integración al Mercosur. El bloque constituye el mayor núcleo productor del mundo, una estrategia integrada mejoraría las posibilidades de acceso a los mercados mundiales.

DEBILIDADES

- Baja integración comercial. En la zona de Concordia existen 1.800 productores, la mayoría con plantaciones de baja escala.
- Falta de asociativismo. Permitiría desarrollar estrategias comunes en la compra de insumos y en la obtención de servicios.
- Problemas fitosanitarios no resueltos. Cancrosis, Mosca, Mancha Negra y Minador. Los dos primeros impiden el acceso a mercados domésticos que se encuentran protegidos por barreras fitosanitarias (NOA-Patagonia y Cuyo). Limitan también el acceso a mercados internacionales con barreras sanitarias respectivas.



- Baja productividad actual. Es baja respecto a los parámetros internacionales. El rinde mas elevado corresponde a Entre Ríos con un valor promedio de 12,7 Tn/ha.
- Falta de disponibilidad de material genético de calidad. Falta disponibilidad de variedades que sean requeridas por la demanda.
- Falta de capacitación empresarial. Se advierte principalmente entre los pequeños y medianos productores.
- Bajo nivel de comunicación. Entre los diferentes actores (Packing-Consumo)
- Falta de identificación de la mercadería al público. Pérdida de la trazabilidad.
- Bajo "Packout". El mismo llega sólo al 50% cuando debería alcanzar el 70%.

OPORTUNIDADES

- Demanda de fruta en contraestación en especial desde el Hemisferio Norte.
- Mercados inexplorados o poco explorados. Por ejemplo los asiáticos.
- Incremento de demanda de productos "easy peelers" (Mandarinas).
- Aumento del consumo de jugos naturales en el mercado mundial.
- Aumento de consumo interno a partir de la promoción conjunta por parte del Estado y del sector privado. Campaña "Mas Frutas y Verduras".
- Posibilidades de acceso a nuevos mercados en el mediano plazo. Por ejemplo negociaciones de Senasa con UE e India
- Importante demanda en países del Este, Medio y Lejano Oriente. La apertura del mercado americano a los limones es la puerta de entrada para otros productos cítricos argentinos.
- Integración al Mercosur El bloque constituye el mayor núcleo productor del mundo, una estrategia integrada mejoraría las posibilidades de acceso a los mercados mundiales.



AMENAZAS

- Productos sustitutos extrasectoriales toman las virtudes de los productos cítricos. (Ej: golosinas y lácteos).
- Subsidios agrícolas de los países competidores.
- China como futura competencia del sector. Es el principal productor y comercializador de Citrus.
- Posible sobre-Oferta mundial de cítricos. Dados por los altos rindes obtenidos por los países competidores.
- Barreras arancelarias y pararancelarias impuestas por los mercados externos.
- Mercados externos que están incrementando sus exigencias en cuanto a calidad.
- Nuevas restricciones fitosanitarias de importadores.
- Competencia de otras frutas en la oferta mundial, como mangos, kiwis, etc.
- Estancamiento de la demanda en los principales mercados para frutas frescas.