



Se cae venta de cítricos a EU.

Bajan 50% precios en mercado local

Exprimen a productores nacionales de naranja

PURI LUCENA

El año no ha empezado nada bien para los productores de naranja que exportan a Estados Unidos. Esta temporada el vecino del norte está teniendo una buena cosecha, a lo que hay que sumar, en menor grado, una menor demanda asociada a la crisis económica. Por ello, las ventas mexicanas están siendo mucho menores que en periodos anteriores e incluso algunas empresas tienen detenidas sus ventas a ese mercado.

Es el caso de Mexican Citrus, quien tiene paralizada la fruta que habitualmente destinaba a Estados Unidos, tal y como señaló su supervisor de Empaques, Juan Ramírez. "Al día de hoy, no estamos exportando nada, esperamos que a finales de año la situación se componga". Durante 2008 sus ventas de exportación en jugo y naranja fresca ascendieron a cuatro millones de dólares.

Ramírez explicó que para evitar el total de pérdidas, están buscando abrir nuevos nichos de oportunidad, ya que prácticamente todo el volumen de producción de naranja se está quedando en

el mercado nacional, lo que ha provocado que el precio caiga a la mitad respecto a temporadas anteriores. A día de hoy una tonelada de este cítrico se comercializa en mil 750 pesos.

Y eso es en el mejor de los casos, replica el gerente de la Empacadora Frutas de México, José Salazar, quien señala que incluso se puede encontrar precios más bajos, con lo que los productores apenas alcanzan a cubrir sus costos, en aumento últimamente debido al incremento de insumos como fertilizante o insecti-

cidas. Esta empresa sí está mandando parte de sus productos a Estados Unidos, concretamente, mandarina, aunque el medio millón de cajas que enviarán el año pasado se va a reducir a la mitad.

"De momento, algunos citricultores está recibiendo un subsidio por parte de las autoridades de alrededor de 250 pesos por tonelada, pero sólo algunos, no todos", puntualizó Ramírez, quien añadió que además de los productores, se está viendo afectada toda la industria que gira alrededor de la exportación de naranja.

1,750
PESOS

PRECIO DE UNA
TONELADA DEL CÍTRICO

Produce tres millones de toneladas anuales de pollo y huevo

Busca sector avícola dar salto internacional

PURI LUCENA

La industria avícola nacional es la quinta productora mundial de pollo y huevo, sin embargo, prácticamente el 100% de sus casi tres millones de toneladas anuales se queda en casa debido a que el mercado nacional absorbe toda la producción. Pese a ello, el sector quiere buscar nuevos nichos de oportunidad, especialmente para evitar situaciones como las ocurridas durante el año pasado, cuando la sobreoferta obligó a bajar los precios.

El vicepresidente ejecutivo de la Unión Nacional de Avicultores (UNA), Sergio Chávez González, señaló que a lo largo de este año esperan poder concretar varios proyectos. Entre ellos, conseguir que se duplique la cuota hacia la Unión Europea, a donde se envía anualmente 200 toneladas de huevo en polvo, el equivalente a dos mil toneladas de producto fresco.

Asimismo, la UNA sigue trabajando para obtener la certificación que les permita exportar a Estados Unidos, donde podrían incursionar a lo largo de 2010. Mientras tanto, el objetivo a medio plazo es llegar a países asiáticos como Vietnam, Corea o Singapur, que cuentan con protocolos sanitarios menos exigentes. De hecho, la organización está a punto de firmar un convenio con Sagarpa que permita acelerar la firma de protocolos sanitarios con regiones diferentes a Estados Unidos.

En cuanto a importaciones, el país compra alrededor de 200 mil toneladas de carne de ave procedentes del



Buscan obtener certificación para exportar a Estados Unidos.

vecino del norte y, en menor medida, sólo 7%, de Chile. Sin embargo, podría enfrentar a mediano plazo la competencia de Brasil, ya que sus productores se han puesto como objetivo para 2009 incursionar al mercado nacional, lo que podría afectar los precios ya que el país carioca, debido a su alta producción de grano, es más competitivo en producción de carne.

Pese a ello, Chávez replicó que en cualquier reto se pueden ver oportu-

nidades. "Algo que funcionó con Estados Unidos y que se podría replicar con Brasil es formar una asociación que nos permita ir visualizando qué intercambio puede darse". Por ejemplo, añadió, México podría importar materia prima para elaborar embutidos, algo en lo que se ha interesado Comecarne, mientras los avicultores nacionales podrían vender huevo sin afectar a la industria brasileña.



Para reducir costos regresa a lo orgánico.

Agrícola Sonorg

Encuentra negocio en lo orgánico

PURI LUCENA

A grandes problemas, grandes soluciones. Así debió pensar Francisco Tapia, propietario de la empresa Agrícola Sonorg, cuando los costos de producción de sus viñedos empezaban a dispararse debido al precio de los insumos. Por ello, decidió volver a lo natural. Es así como a partir de 2004 surge en la región norte de Sonora el primer campo agrícola 100% orgánico en el país.

"Necesitábamos reducir costos, por lo que empezamos a utilizar sustitutos de químicos y a producir fertilizantes

caseros, con lo que dejamos de comprar también herbicidas. De ahí surgió la oportunidad de convertirnos en orgánico y cuatro años después, además del viñedo hemos empezado a producir hortalizas como calabaza, melón y sandía de diversas variedades", explicó Tapia.

Asimismo, han mecanizado procesos que antes se hacían manualmente o a través de químicos, como la erradicación de malas hierbas. "Lo que nos diferencia es que siempre estamos innovando con nuevas maneras de combatir las plagas o en nutrición".

Desde 2006 están exportando a

Estados Unidos, a donde ya llegaban anteriormente con su producción de uva convencional, producto en el que han mantenido los volúmenes, ahora con la certificación orgánica, creciendo de manera exponencial en el rubro de hortalizas.

Ante las previsiones de una menor demanda debido a la crisis económica, Agrícola Sonorg ya ha tomado sus precauciones, por ello, este año decidieron dejar de sembrar melón y sandía: "para no arriesgar, porque son productos que no son básicos en el consumo". De hecho, este es el primer año de las tres temporadas que llevan

exportando hortalizas que se ha visto que la variedad de calabaza italiana orgánica se comercializaba a un precio más bajo que la convencional debido a un menor consumo y a la necesidad de los distribuidores de colocar el producto.

Asimismo, este año sembrarán por primera vez calabaza en febrero a fin de tener dos cosechas al año. "De este modo, los costos de operación se abaratan al optimizar los recursos, los sistemas de riego, los trabajadores de planta, etc. Además, hay un mercado distinto en verano que nos está demandando nuestros productos".