

---

# Memoria 2012

---



**ailimpo**

Asociación  
Interprofesional de  
Limón y Pomelo

# Índice



<b>1. Reuniones de Órganos de Gobierno</b>	<b>4</b>
<b>2. Actuaciones en el ámbito del sector fresco y de la producción</b>	<b>5</b>
2.1 <i>Interprofesionales en la Reforma de la PAC</i>	5
2.2 <i>Subvenciones a la exportación Turquía</i>	6
2.3 <i>Reunión con el Consejero de Agricultura de Murcia</i>	6
2.4 <i>Reunión con el Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente</i>	7
2.5 <i>Reunión con la Consejera de Agricultura de Andalucía</i>	9
2.6 <i>Participación en la Jornada Técnica del cultivo del limonero en Málaga</i>	9
2.7 <i>Reunión con la Consellera de Agricultura de la Generalitat Valenciana</i>	10
2.8 <i>Reunión riesgos exposición al calor</i>	10
2.9 <i>Contratos Homologados. Solución de Conflictos</i>	11
2.10 <i>AILIMPO participó en el Congreso Europeo de Cítricos celebrado en Grecia</i>	11
2.11 <i>Amonio Cuaternario</i>	12
2.12 <i>Etileno</i>	12
2.13 <i>AILIMPO actualiza el manual de materias activas y recomendaciones en tratamientos para limón</i>	13
2.14 <i>Valores Nutricionales Limón y Pomelo</i>	14
2.15 <i>Concurso Facebook de AILIMPO</i>	14
2.16 <i>Etiqueta Calidad AILIMPO: 29 Exportadores</i>	15
2.17 <i>Acciones Programa Promoción Magrama 2012</i>	15
2.18 <i>Anteproyecto de Ley de Medidas para mejorar el funcionamiento de la Cadena Alimentaria</i>	17
2.19 <i>Registro FDA</i>	17
2.20 <i>Guazatina</i>	17
2.21 <i>Situación 2-fenilfenol -Ortofenilfenol (OPP)</i>	17
2.22 <i>Proyecto web 2.0 de AILIMPO</i>	18

2.23 Seguimiento campaña de comercialización	18
2.24 Servicio Intrastat	18
2.25 Informes de evolución de campaña	18
2.26 Informes de exportaciones de Argentina y Tucumán Report	18
2.27 Informes campaña de cítricos de Turquía	18
2.28 Informes campaña de cítricos de Sudáfrica	18
2.29 Informes de precios al consumidor en supermercados nacionales y europeos	19
<b>3. Actuaciones en el ámbito de la industria</b>	<b>20</b>
3.1 Contratos homologados de limón y pomelo para industria 2012/2013	20
3.2 Situación Repsol YPF Argentina	21
3.3 Amonio Cuaternario	21
3.4 Registro FDA	21
3.5 AILIMPO promociona el uso de zumo de limón como acidulante	21
3.6 REACH: Notificación aceites esenciales ECHA, fichas de seguridad,...	22
3.7 Información estadística de transformación mensual	22
<b>4. Otras actuaciones</b>	<b>23</b>
4.1 AILIMPO renueva con éxito el Certificado de Registro de Empresa de AENOR	23
4.2 El limón español, portada de un best-seller internacional	23
<b>5. Informe encuestas satisfacción asociados AILIMPO</b>	<b>25</b>
<b>6. Anexo estadístico año 2012</b>	<b>35</b>
6.1 Evolución campaña 2011/2012 de limón	36
6.2 Evolución campaña 2011/2012 de pomelo	42
6.3 Limón con destino a industria. Informe fin de campaña 2011/2012	49
6.4 Pomelo con destino a industria. Informe fin de campaña 2011/2012	51
6.5 Evolución campaña limón de Argentina 2012	53
6.6 Evolución campaña pomelo de Argentina 2012	57
6.7 Evolución campaña limón de Turquía 2011/2012	60
6.8 Exportación de cítricos de Sudáfrica 2012	62
6.9 Informe referencias de precios de limón Fino a nivel producción. Campaña 2012/2013	64
6.10 Evolución de precios de limón y pomelo al consumidor. Año 2012	66
<b>7. Dossier de prensa año 2012</b>	<b>71</b>

# 1. Reuniones de Órganos de Gobierno

Celebradas en el año 2012

ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA	COMISIÓN ECONÓMICA	SEGUIMIENTO MERCADO	JUNTA DIRECTIVA
28 Marzo	18 Septiembre	7 Marzo	22 Febrero
		17 Abril	14 Marzo
		2 Mayo	9 Mayo
		30 Mayo	18 Julio
		12 Septiembre	22 Agosto
		2 Octubre	11 Octubre
		4 Diciembre	31 Octubre

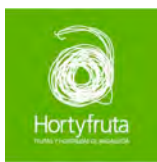


## 2. Actuaciones en el ámbito del sector fresco y de la producción

Realizadas durante el año 2012

### 2.1 Interprofesionales en la Reforma de la PAC

La Organización Interprofesional de Limón y Pomelo, AILIMPO, de ámbito nacional, junto a la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía, HORTYFRUTA, y la Asociación Interprofesional hortofrutícola de Francia, INTERFEL, unieron sus fuerzas gracias a la coordinación de FRESHFEL Europe, para consensuar una postura común a nivel europeo, con el fin de que en el marco de la reforma de la PAC, se dé más protagonismo a las interprofesionales y se les dote del marco legal necesario para aumentar su eficacia.



AILIMPO, Hortyfruta, Interfel y Freshfel demandaron una legislación europea clara y que fomente el funcionamiento de las organizaciones interprofesionales en todos los estados miembros. “Una legislación reforzada garantizar que las organizaciones puedan operar bajo normas operativas eficaces, de modo que no solo se les conceda el estatus de 'observador' de la situación del sector, sino que tengan autorización para ser

actores reales. La legislación comunitaria debería darle a las organizaciones interprofesionales el poder de realizar sus tareas de estabilización del mercado y garantizar que estas asociaciones tengan mayores posibilidades cuando se adopten acuerdos intersectoriales”.

**“Estamos convencidos de que las interprofesionales van a constituirse como una herramienta clave”**

Durante los últimos años, las interprofesionales han desarrollado una amplia gama de actividades para mejorar el funcionamiento del sector, alcanzado acuerdos para llevar a cabo actividades de promoción, iniciativas de mejora de la calidad, modelos de contratos tipo etc. “Hoy más que nunca, es necesario que las autoridades públicas y el sector aúnen esfuerzos para lograr un mejor funcionamiento de la cadena de suministro de productos hortofrutícolas, con vistas a ofrecer a los clientes una amplia variedad de productos de calidad, fomentando al mismo tiempo hábitos saludables y satisfacción a precios legítimos”. En la misma línea, es necesaria una nueva regulación sobre los mecanismos de extensión de norma que posibilite en la práctica tomar acuerdos de forma ágil, reaccionando de forma eficaz a las crisis de mercado.

Estamos convencidos de que las interprofesionales van a constituirse como una herramienta clave que ayudará a la sector a gestionar situaciones de crisis, a reequilibrar la cadena de suministro, a defender la prioridad comunitaria frente a los productos de terceros países, a incentivar la calidad y consumo así como a realizar tareas de estabilización del mercado.

En síntesis, en el documento se planteó:

- Proponer la necesidad de mejorar la reglamentación de la OCM Única para que las

interprofesionales sean instrumentos eficaces, especialmente en situaciones de crisis.

- ✿ Reclamar mecanismos adecuados de control del cumplimiento de los acuerdos objeto de extensión de norma, incluyendo un régimen sancionador para los incumplimientos.
- ✿ Reivindicar el papel de las interprofesional para dotar de mayor transparencia al mercado.
- ✿ Solicitar promover una política contractual en el sector hortofrutícola.
- ✿ Demandar ajustar la normativa de competencia a las actuaciones de las interprofesionales.
- ✿ Solicitar flexibilizar el procedimiento de aprobación por parte de la CE de los acuerdos interprofesionales, de forma que su aplicación práctica sea efectiva.



## 2.2 Subvenciones a la exportación Turquía

AILIMPO viene desde hace tiempo denunciando la competencia desleal del limón turco, y en concreto las subvenciones encubiertas a la exportación que concede el gobierno turco a los operadores comerciales (superiores en las últimas campañas a 0,10 \$/kilo). El asunto es técnicamente complejo y viene enmarcado dentro de los compromisos de Turquía con la Organización Mundial del Comercio.

AILIMPO mantuvo una reunión con la Secretaría General de Comercio Exterior con el fin de solicitar a la administración española una mayor implicación en este asunto, considerando que año tras año los volúmenes de producción y exportación de limón turco van en aumento y provocan pérdida de cuota de mercado para España, especialmente en algunos mercados, además de imponer una referencia de precio baja gracias a esta subvención encubierta y los menores costes de producción, que lastra los precios para el limón español.

Información remitida por el Ministerio de Economía y Competitividad sobre este asunto:

- ✿ Se confirma que Turquía sí tiene autorización para conceder subvenciones a la exportación de cítricos, aunque con unos compromisos en la Organización Mundial del Comercio (OMC) de limitación tanto en cantidad de toneladas como en dólares. Los compromisos de Turquía en materia de subvenciones a la exportación para la partida 0805 Cítricos (naranjas, mandarinas limones y pomelos) van de 1995 a 2004. El nivel de desembolso inicial sería de 9.480.254 \$ USA en 1995 y se llegaría hasta los 7.382.165 \$ USA en 2004. Las toneladas subvencionadas irían de 273.639,7 en 1995 hasta 238.671,5 en 2004.

- ✿ Turquía no ha realizado ninguna comunicación a la OMC desde 2001 en relación con el cumplimiento de estos límites, que finalizaban en 2004. En todo caso, todo indica que Turquía efectivamente no comunicó a la OMC su intención de continuar con el régimen de subvenciones desde 2004 hasta la actualidad.

- ✿ La Administración española pedirá a la Comisión Europea información detallada sobre el tema de las subvenciones a los cítricos, concretamente los limones cuando tenga lugar el examen de revisión de la política Comercial de Turquía.

## 2.3 Reunión con el Consejero de Agricultura de Murcia

El 18 de enero AILIMPO celebró una reunión con don Antonio Cerdá, Consejero de Agricultura de Murcia. En la reunión se trataron los siguientes temas:

### Situación de la Campaña

Se hizo un repaso de la situación de la campaña, sobre las cifras de producción, exportación e industria, informando de los bajos niveles de precios en campo y de venta a la exportación.

Se destacó el problema de los márgenes comerciales hasta que el producto llega al consumidor.

Se analizó el problema interno del sector como consecuencia de la proliferación de economía irregular o sumergida.

## Reforma de la PAC

Se presentó formalmente el documento de posición de AILIMPO, consensado con otras organizaciones españolas y francesa, sobre la próxima Reforma de la PAC. Este esfuerzo de coordinación se valoró positivamente ya que es imprescindible recabar apoyos de otros países europeos con el fin de hacer propuestas a nivel comunitario en Bruselas.

Se coincidió que el aspecto más importante de la reforma de la PAC es la gestión de mercado, y sobre todo disponer de herramientas que permitan ofrecer soluciones. En esta línea, se destacó que las interprofesionales pueden desarrollar una importante labor entre otras en las siguientes materias: planificación de la campaña, gestión de excedentes a industria, retirada o no recolección, extensión de norma sobre calidades o fechas de recolección, uso de los contratos tipo homologados...

pero es imprescindible que haya una legislación europea que permita tomar decisiones de este tipo, con mecanismos de control adecuados y sin que surjan problemas con las leyes de competencia.

### Protección Fitosanitaria

Hubo plena coincidencia y acuerdo en la necesidad de insistir a las autoridades europeas para que se establezcan medidas eficaces para controlar la calidad fitosanitaria de los productos importados de terceros países, incluyendo las inspecciones en origen y la limitación de los puertos de entrada entre otras medidas.

### Turquía

Se informó con detalle de la problemática de la competencia del limón turco en los mercados y sobre la competencia desleal que suponen las subvenciones encubiertas a la exportación, el desequilibrio arancelario ya que los limones turcos están exentos de arancel para entrar en la UE, dumping social, menores costes de producción...

### Conclusiones y Valoración

Hubo una buena valoración de las propuestas y trabajos de AILIMPO, y se reconoció el papel estratégico y el importante peso económico y social

del sector del limón y pomelo en Murcia. En concreto, se acordó:

- ✿ La Consejería recoge las propuestas de AILIMPO sobre la reforma de la PAC y próximamente se convocará una reunión sectorial para coordinar la posición regional sobre la reforma de la PAC.
- ✿ Se implicó a la Consejería de Murcia para tratar de solucionar el problemas de las cifras oficiales de producción de Alicante que están infravaloradas.
- ✿ Los contratos tipo en el sector son un instrumento clave en el futuro que el Ministerio va a impulsar a lo largo de la cadena. En este campo, AILIMPO lleva ya mucho trabajo avanzado ya que ya dispone de modelos de contratos ya consensuados.
- ✿ Trasladar el asunto de Turquía al nuevo Secretario de Estado de Comercio, Jaime García Legaz, con el fin de plantear una estrategia a nivel nacional coordinada con el Ministerio de Agricultura, y con actuaciones en Bruselas.
- ✿ Organizar, por parte del Gobierno Regional en los próximos meses (una vez haya finalizado el asunto de Marruecos y el tomate), un encuentro de carácter nacional de alto nivel político, con el fin de coordinar actuaciones de defensa del sector de limón y pomelo.

## 2.4 Reunión con el Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

Fecha: 31 de enero

Asistentes:

Ministro de Agricultura: D. Miguel Arias Cañete

Secretario General Técnico: Adolfo Díaz-Ambrona

Presidente de AILIMPO

Director AILIMPO

Se trataron los siguientes temas:

### Situación de la Campaña y Precios

Se informó de la situación crítica de esta campaña, con pérdida de competitividad del sector y precios por debajo de los costes en la producción y comercialización. Los datos apuntan que el

problema del sector de limón y pomelo no es tanto un problema de consumo sino de pérdida de rentabilidad. El ministro se interesó por las causa de los bajos niveles de precios y se apuntaron las siguientes: atomización de la oferta a nivel de producción y comercialización, presión por parte de la demanda que basa el criterio de compra básicamente en la variable precio sin considerar otros valores añadidos como protocolos de calidad o servicio, repunte de la economía irregular y la competencia desleal de Turquía que afecta tanto a los países comunitarios como a países terceros como Rusia, donde nuestra cuota de mercado ha caído de forma alarmante.

### **Desequilibrios en la Cadena de Valor**

Como continuación del punto anterior, desde AILIMPO se insistió en la necesidad de reequilibrar el reparto de rentas en la cadena de valor: producción-comercio-distribución. Por parte del Ministerio se comparte esta preocupación y está prevista la puesta en marcha de iniciativas



legislativas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria con el fin de conseguir un mayor equilibrio en las relaciones comerciales. No obstante, las dificultades en avanzar en este punto en el caso de los productos de exportación (y por tanto con las cadenas de distribución europeas) son patentes y de alcance limitado.

### **Normativa de Competencia**

Se coincidió en la necesidad de clarificar la aplicación de la normativa de competencia al sector, así como la conveniencia de establecer excepciones a la aplicación de la misma al sector agrario. En el marco nacional, la voluntad del Ministerio es establecer un marco de interlocución fluido y adecuado con la CNC.

### **Estadística Oficial de Producción**

Se trasladó el problema de diferencia entre las cifras oficiales de producción y los balances de campaña y aforos de AILIMPO. El Ministerio confirmó que este problema también se ha detectado en otros cultivos y se procederá a revisar la situación y metodología.

### **Funcionamiento Interprofesionales**

Se destacó el papel activo de la Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria del Ministerio y se insistió en la conveniencia de seguir fomentando y apoyando la figura de la interprofesional, mejorando el marco legal tanto nacional como comunitaria, y clarificando la aplicación de la normativa en materia de competencia.

En el marco de la Reforma de la PAC, y en concreto el Reglamento de la OCM Única, se presentaron las propuestas consensuadas con Interfel y Hortyfruta.

El Ministro confirmó la apuesta del Ministerio por las interprofesionales y destacó que ya se está trabajando en la modificación de la Ley de

Interprofesionales. En lo relativo a la reforma de la PAC, AILIMPO remitirá las enmiendas a la propuesta de Reglamento.

### **Protección Fitosanitaria**

AILIMPO solicitó actuaciones coordinadas a nivel nacional y comunitaria en relación con los controles fitosanitarios en las importaciones de terceros países con el fin de proteger a nuestros cultivos de plagas



foráneas. Estas medidas deberían contemplar la limitación de puertos de entrada, la inspección en los países de origen llevada a cabo por inspectores comunitarios...

Por otra parte se demandó reciprocidad en las exigencias de importación-exportación lo que conlleva la modificación y mejora de los protocolos de exportación que en estos momentos se exigen a los productos españoles y que son claramente restrictivos.

Por parte del Ministerio se comparte esta línea de trabajo y se promoverán actuaciones en este sentido.

### **Turquía**

Por parte de AILIMPO se planteó la amenaza que supone la competencia turca, y en concreto:

- ✿ Desequilibrio arancelario (0% vs 54%).
- ✿ Ayudas encubiertas a la exportación + 100\$/Tonelada
- ✿ Dumping Social

El Ministerio se comprometió a trabajar en este asunto, y en concreto enviar un informe a la CE y trasladarlo a los europarlamentarios para que formulen preguntas a la Comisión Europea.

### **Agua**

Se planteó por AILIMPO la necesidad de garantizar las dotaciones de Agua

### **Otros**

Se invitó al Ministro a visitar las zonas de producción de limón y pomelo y a conocer de cerca el funcionamiento del sector.

## **2.5 Reunión con la Consejera de Agricultura de Andalucía**

AILIMPO se reunió el 16 de febrero en Sevilla con la Consejera de Agricultura de la Junta de Andalucía, doña Clara Aguilera. En la misma se informó de la situación del sector de limón y pomelo, planteando la situación de esta campaña, con pérdida de



competitividad y precios por debajo de los costes en la producción y comercialización.

Entre los asuntos que se abordaron en esta reunión por parte de AILIMPO figuraron: la Reforma de la PAC y la necesidad de dotar a las interprofesionales de mecanismos legales que permitan la gestión de crisis en el mercado y la autorregulación del sector, la clarificación de las normas de competencia aplicables al sector agrario, el control exhaustivo de las producciones importadas de terceros países, la mejora de los protocolos fitosanitarios de exportación de los productos españoles con el fin de poder abrir nuevos mercados, la competencia desleal y desequilibrios con Turquía, el fomento del uso del contrato tipo de compraventa de limones y pomelos...

Esta reunión se enmarcó dentro de las actuaciones que emprendió AILIMPO con las distintas administraciones autonómicas, nacionales y comunitarias con el fin de plantear propuestas de trabajo conjuntas.

Andalucía produce el 15% de los limones y el 30% de los pomelos de España.

## **2.6 Participación en la Jornada Técnica del cultivo del limonero en Málaga**

El Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera (IFAPA) de la Junta de Andalucía organizó el 1 de marzo en Málaga esta jornada con el objeto de difundir, entre técnicos y agricultores de la provincia, aspectos técnicos y comerciales del

cultivo que apoyen al sector en su esfuerzo por mejorar la competitividad de las explotaciones.

AILIMPO participó en la ponencia:

“Comercialización del limón en España. Comercialización del limón ecológico”.



## 2.7 Reunión con la Consellera de Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua de la Generalitat Valenciana

El 30 de marzo AILIMPO se reunió con la Consellera de Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua de la Generalitat Valenciana, doña Maritina Hernández Miñana, en la que se informó de la situación del sector de limón y pomelo, planteando la situación crítica de esta campaña, con pérdida de



competitividad y precios por debajo de los costes en la producción y comercialización.

Entre los temas que se abordaron en la reunión, figuraron: la Reforma de la PAC y la necesidad de dotar a las interprofesionales de mecanismos legales que permitan la gestión de crisis en el mercado y la autorregulación del sector, la clarificación de las normas de competencia aplicables al sector agrario, el control exhaustivo de las producciones importadas de terceros países, la mejora de los protocolos fitosanitarios de exportación de los productos españoles con el fin de poder abrir nuevos mercados, el fomento del uso del contrato tipo de compraventa de limones y pomelos...

Reunión enmarcada entre las actuaciones de AILIMPO con objeto de plantear propuestas de trabajo conjuntas ante las administraciones autonómicas, nacional y comunitaria.

## 2.8 Reunión riesgos exposición al calor



AILIMPO asistió, el 25 de mayo, a un reunión organizada por la Consejería de Educación, Formación y Empleo donde se evaluaron y analizaron los riesgos a la exposición al calor en los puestos de trabajo del sector agrario.

Dentro de esta campaña informativa, la Consejería propuso varias acciones formativas y divulgativas, entre las que se encontraba un seminario formativo, dirigido a los técnicos de prevención, con el objetivo de que conocieran las formas de evaluación de riesgos para hacer frente a los golpes de calor, o los sistemas para calcular la carga metabólica de las distintas actividades profesionales.

## 2.9 Contratos Homologados. Solución de Conflictos

AILIMPO desde hace varias campañas solicita al Ministerio de Agricultura la homologación de los modelos de Contratos Tipo de Compraventa de limones y pomelos con destino a fresco y a industria. Se trata de unos modelos de contratos tipo de uso voluntario, pero que constituyen una herramienta muy útil, ya que sus cláusulas están consensuadas por el sector en el seno de la interprofesional, por lo que es un contrato “equilibrado”, es decir, que protege por igual a ambas partes: comprador y vendedor, que libremente pactan las condiciones de entrega, volúmenes, precios, especificaciones de calidad, plazos de pago... pero en un marco global que ofrece una máxima garantía.

En caso de conflicto entre las partes, AILIMPO interviene en primera instancia ofreciendo la mediación entre las partes. En caso de no ser factible un acuerdo, las partes pueden acudir a la fórmula del arbitraje

Con el fin de regular de la forma más objetiva y profesional posible el procedimiento para solucionar los posibles conflictos, AILIMPO ha desarrollado dos vías de trabajo:



### 1.- FASE 1. Mediación de AILIMPO

En esta fase se intenta por parte de la Comisión de Seguimiento de los contratos de AILIMPO la mediación entre las partes para llegar a una solución amistosa. En base a la experiencia que estamos teniendo hemos decidido elaborar un Protocolo de

Actuación en el que se detallan los pasos que hay que seguir. Este protocolo fue aprobado por la Junta Directiva de AILIMPO el 22 de febrero de 2012 y podéis descargarlo en la página web en el apartado de contratos [www.limonypomelo.com/contratos](http://www.limonypomelo.com/contratos)

### 2.- FASE 2. Arbitraje

En caso de no ser posible alcanzar una solución amistosa, cualquier de las partes puede solicitar al Ministerio de Agricultura el Arbitraje. Para ello, AILIMPO ha firmado un Convenio con la Corte de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Murcia para que administre la resolución de los conflictos.

## 2.10 AILIMPO participó en el Congreso Europeo de Cítricos celebrado en Grecia

El Director de AILIMPO, José Antonio García, participó como ponente invitado en el Congreso Europeo de Cítricos que se celebró el sábado día 2 de junio en Grecia, en la ciudad de Napflío. El Congreso, organizado por la publicación griega Froutonéa, tuvo como objetivo realizar un análisis de la situación del sector de Cítricos de la UE e identificar los puntos en común de los países productores europeos de cítricos (España, Italia, Grecia y Chipre) con el fin de plantear estrategias y propuestas comunes.

Junto al Director de AILIMPO participaron:

- ✿ Salvo Laudani, Director Comercial de “ORANFRIZER” (ITALIA)
- ✿ Frixos Tsakkistos, Director Comercial de “GROEXPORT LTD” (CHIPRE)
- ✿ George Balakanakis, CEO de “OLYMPIC FRUIT” (GRECIA)
- ✿ Christos Kolios, Director de “KOLIOS SA” (GRECIA)

Además de realizar un análisis del desarrollo de la campaña cítrica 2011/2012, se incidió en los siguientes aspectos:

- ✿ Poner en valor el peso económico de la citricultura europea y su impacto social, constituyendo un sector que precisa de la atención necesaria por parte de las distintas administrativas públicas nacionales y comunitarias.

- ✿ Necesidad de coordinar por parte de los países productores de cítricos en la UE el intercambio de información y la puesta en común de experiencias.
- ✿ Reforma de la PAC y Modificación de la OCM Única, con especial atención a la importancia del trabajo a realizar por las Organizaciones Interprofesionales y su papel para gestionar la oferta a través de los acuerdos interprofesionales.
- ✿ Prioridades en materia de protección fitosanitaria para evitar la entrada en la UE de plagas de terceros países (Cancrosis, Greening, Citrus Black Spot...) y reforzamiento de los controles en frontera y en origen.
- ✿ Exigir a la UE la reciprocidad en los

La valoración de este encuentro fue muy positiva, permitiendo el intercambio de opiniones y sentando las bases para una cooperación más estrecha que permita definir propuestas conjuntas y comunes a nivel comunitario.

## 2.11 Amonio Cuaternario

En relación con las inquietudes y solicitudes de información sobre el estatus legal de los compuestos de Amonio Cuaternario (Quaternary Ammonium Compounds, conocidos como QAC) en frutas y hortalizas, AILIMPO estuvo en contacto con Freshfel Europe para realizar el seguimiento de este asunto, aclarar la situación legal en la normativa comunitaria e informar de los pasos que se fueran dando.

Por parte de Freshfel se solicitó a la DG SANCO de la Comisión Europea que en la reunión de los días 12 y 13 de julio, se autorizase un LMR temporal de 0,5 ppm de forma que quedasen cubiertos los casos de posible contaminación cruzadas.

Por parte de AILIMPO se informó y dió traslado de esta petición al Ministerio de Agricultura de España.

El 14 de julio se publicó el documento de Guideline adoptado, que sólo cubría 0,5 ppm para DDAC.

El 25 de julio se publicó la versión definitiva de la Guideline relativa el BAC o ADBAC (Cloruros de Benzalconio) por la que se establecía una tolerancia de 0,5 ppm para estos.

## 2.12 Etileno

El Magrama a petición de AILIMPO y de las Comunidades de Murcia y Valencia, autorizó de forma excepcional la comercialización de 1 producto Frutargás de la empresa Abelló Linde, como producto fitosanitario con etileno para desverdizado de cítricos en la campaña 2012/2013,



intercambios comerciales, así como la puesta en funcionamiento de una política comunitaria de apoyo a nuestras exportaciones y a la promoción del consumo.

- ✿ La necesidad de equilibrar la estructura de la cadena en el sector de los cítricos, introduciendo por parte de la UE los cambios legislativos necesarios con el fin de dotar al sector de herramientas adecuadas para que la actividad productiva sea rentable: seguro de rentas, índices de precios ligados a los costes de producción, fomento del uso del contrato en los distintos eslabones de la cadena...
- ✿ Además, por parte de AILIMPO se presentó el Protocolo de Certificación de Almacenes Homologados.

en concreto en el periodo comprendido entre el 1 de septiembre y el 30 de diciembre, con lo que quedó cubierta la necesidad de desverdizado en el inicio de la campaña.

Paralelamente, AILIMPO contactó con los otros dos fabricantes de productos a base de etileno para desverdizado: Carbuos Metálicos y Praxair, con el fin de apoyar que se concediera también autorización excepcional de uso para sus respectivos productos comerciales: Nitroetil y Frutil, con el fin de que los almacenes de confección tuvieran varias opciones de productos donde elegir.

El 1 de Septiembre el Magrama autorizó de forma excepcional hasta el 30 de Diciembre de 2012 todos los formulados cuya composición fuera Etileno 5% p/p(GA) y Etileno 4%(GA), gozando por tanto de autorización excepcional de uso los productos Nitroetil y Frutil.

## 2.13 AILIMPO actualiza el manual de materias activas y recomendaciones en tratamientos para limón

Uno de los objetivos fundamentales de la Comisión Técnica de AILIMPO es desarrollar e impulsar trabajos en los campos técnicos de la producción y cultivo del limón y pomelo.

Para ello, en abril de 2008 se elaboró la primera versión del Manual de Materia Activas que recomendaba los tratamientos para diversos tipos de plagas o enfermedades en limón, que posteriormente fue actualizada en varias ocasiones.

En octubre de 2012, la Comisión Técnica de AILIMPO, con la inestimable colaboración y asesoramiento de Alfonso Lucas Espadas, del Servicio de Sanidad Vegetal de Murcia, ha revisado y actualizado el manual de Materias Activas recomendadas en limón (versión nº 8), en el que se relaciona para cada plaga, la recomendación del tratamiento correspondiente, con el siguiente detalle:

- ✿ Materia Activa.
- ✿ Producto Comercial (se han incluido los más utilizados, sin ser un listado exhaustivo).
- ✿ Dosis de Aplicación.

- ✿ Plazo de Seguridad.
- ✿ Observaciones de Tratamiento.
- ✿ LMR's (Unión Europea y Estados Unidos).



En la versión actualizada se han considerado los tratamientos postcosecha, el uso de herbicidas y la lucha contra las siguientes plagas: Piojo blanco, piojo rojo, Piojo gris, Serpeta, Caparreta, Cotonet, Prays citri, Ceratitis Capitata, Mosca Blanca, Pulgones, Minador, Trips, Ácaro Rojo, Araña Amarilla, Ácaro de las Maravillas, caracoles y babosas, Aguado, Podredumbre de cuello o Gomosis y Negrilla.

El objetivo de este trabajo es doble:

- ✿ Informar al sector de la situación legal y ajustar la oferta de producto a las exigencias legales de los diferentes mercados.
- ✿ Recomendar los tratamientos de lucha más eficaces y que al mismo tiempo racionalicen el trabajo tanto en campo como en los almacenes de confección.

Se trata en todo caso de un documento "vivo" que estará en permanente actualización para adaptarse a los cambios legales. Para ello, AILIMPO lo actualizará periódicamente, y se publicarán en la página web [www.ailimpo.com](http://www.ailimpo.com), las novedades y cambios correspondientes.

## 2.14 Valores Nutricionales Limón y Pomelo

A principios de año, AILIMPO suscribió un Convenio de Colaboración con la FEN (Federación Española de la Nutrición), con el objetivo de establecer las bases de cooperación entre ambas organizaciones y avanzar en el estudio y elaboración de informes acerca de las propiedades nutricionales y saludables de los limones y pomelos.




El primer fruto de esta colaboración son dos documentos, “Valor Nutricional de los Limones” y “Valor Nutricional de los Pomelos”, que además se encuadran en el marco de los criterios para una alimentación saludable. Estos documentos han sido elaborados por la FEN y por tanto gozan del correspondiente respaldo científico que los avala.

Desde AILIMPO, consideramos que estos documentos son de gran importancia y trascendencia por varias razones:

- ✿ En primer lugar, porque es necesario cumplir lo dispuesto en el Reglamento (CE) nº 1924/2006 de 20 de Diciembre relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos. En este sentido, recordamos la importancia de ser cauteloso en el empleo de alegaciones que no estén autorizadas.
- ✿ En segundo lugar, porque mediante ellos el sector dispone de una información útil y rigurosa, que permite dar valor a nuestros productos. Para ello, se anima a las entidades miembro de la interprofesional a que utilicen esta información y hagan referencia a la misma en los soportes publicitarios que elaboren (etiquetas, folletos, páginas web...)

Con el fin de facilitar la difusión de estos informes, ambos documentos pueden ser descargados de la web de AILIMPO. Además lanzamos una página web específica [www.lemonqualityspain.com](http://www.lemonqualityspain.com) que tiene como objeto ser el sitio de referencia web donde AILIMPO recoja toda la información relativa a las propiedades nutricionales y saludables del limón. También se han diseñado los correspondientes Códigos QR que están a disposición de los socios de AILIMPO que quieran hacer uso de ellos.

## 2.15 Concurso Facebook de AILIMPO

 En el marco de la campaña de promoción "Marketing de y pomelo español en redes sociales" presentada por AILIMPO en el Magrama, hemos organizado el concurso semanal **Publica tu Receta** en Facebook con el fin de dar la máxima difusión y promoción de uso del limón y pomelo.

Para ello, se ha utilizado la aplicación Easypromos, en la que cualquiera que desee participar en el concurso debe hacerse fan de la página de AILIMPO en Facebook y recomendar la página a todos sus amigos de Facebook.

Entre los participantes, se realiza semanalmente un sorteo de un exprimidor de diseño.

Colabora:



El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente financia esta publicación en el marco de las ayudas a las organizaciones interprofesionales agroalimentarias. Cualquier opinión contenida en este documento es responsabilidad exclusiva de la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo y no representa la opinión del MAGRAMA.



[www.facebook.com/ailimpo](http://www.facebook.com/ailimpo)

## CONCURSO SEMANAL PUBLICA TU RECETA DE LIMÓN

1- HAZTE FAN DE AILIMPO 2- PUBLICA TU RECETA EN NUESTRO MURO 3- COMPÁRTELO CON TUS AMIGOS



SORTEAMOS UN SORPRELENTE EXPRIMIDOR  
CADA SEMANA



Desde AILIMPO animamos a participar y a ver las recetas a los que tengan cuenta en Facebook. Iremos publicando las más representativas en la web de AILIMPO.

### 2.16 Etiqueta Calidad AILIMPO: 29 Exportadores

La Etiqueta de Calidad de AILIMPO, tras la incorporación de las empresas Scorpyus Fruits, S.A. y Frutas Apemar, S.L., cuenta ya con 29 exportadores de limón español que tienen sus instalaciones certificadas bajo el Protocolo de AILIMPO de Almacenes de Confección de limón.

El objetivo de este Sistema de Certificación y Homologación es garantizar que los exportadores y almacenes certificados cumplen una serie de requisitos mínimos en los siguientes ámbitos: Seguridad Alimentaria, Gestión Ambiental, Seguridad y Salud Laboral, Responsabilidad Social Corporativa, Cumplimiento de obligaciones fiscales y en materia de seguridad social, además del Compromiso de utilización del contrato tipo homologado en campo en las compras de limón a los agricultores.



El protocolo y la Etiqueta de Calidad asociada se configuran como un instrumento de autorregulación del sector con el fin de identificar las empresas españolas exportadoras de limón que garantizan el suministro de limones con los máximos niveles de garantía y calidad.

El proceso de certificación tiene carácter voluntario, y permite a las empresas que se certifican disponer de un elemento no sólo de diferenciación, sino también una distinción a través de la marca/logo propio, para garantizar a sus clientes que funcionan con las mejores prácticas dentro del sector de limón español representado por la interprofesional Ailimpo que está reconocida oficialmente por el Ministerio de Agricultura español y por la Comisión Europea.

El listado de estas empresas es público y puede consultarse en la web de AILIMPO [www.ailimpo.com/cert](http://www.ailimpo.com/cert) donde además está disponible la información detallada de la Etiqueta de Calidad en inglés, francés, alemán y español.

### 2.17 Acciones Programa Promoción Magrama 2012

Dentro del marco de las acciones previstas en los programas de promoción cofinanciados por el Magrama, se ha realizado la campaña de "Promoción de la Transparencia a lo largo de la Cadena de Valor de Limón y Pomelo 2012" y se han llevado a cabo distintas acciones de promoción, entre ellas, la creación de tres páginas webs.

**Creación web Contratos de Fresco e Industria de Limón y Pomelo:**  
[www.limonypomelo.com/contratos](http://www.limonypomelo.com/contratos)



Para una mayor difusión de los contratos tipos homologados por el Magrama en internet y para facilitar el acceso y uso de los mismos, se ha llevado a cabo la creación de una web específica de los contratos. En ella se recomienda el uso de los mismos en las operaciones comerciales, se indican las ventajas del uso de dicho contrato y se da acceso a los documentos de los contratos, posibilitando la impresión en papel o descarga digital de los mismos.

**Creación web Observatorio de Precios Limón y Pomelo:**  
[www.limonypomelo.com/observatorio](http://www.limonypomelo.com/observatorio)



Se ha desarrollado una web específica de referencias de precios para facilitar la información al público y al consumidor en general de la evolución de tendencias de referencias de precios tanto a nivel producción para limón y pomelo, como a nivel consumidor, con el desglose de información por supermercados tanto nacionales como europeos tanto para limón como para pomelo.

**Creación web Lemon Quality Spain:**  
[www.lemonqualityspain.com](http://www.lemonqualityspain.com)



Se ha desarrollado una web específica para la promoción de limón español. Esta web se ha centrado en la promoción del producto limón y para ello, dentro de la web, se han desarrollado los siguientes apartados:

- ✿ Propiedades del limón
- ✿ Variedades del limón
- ✿ Calendario de producción y comercialización del limón
- ✿ Historia del origen del limón
- ✿ Estudios científicos del limón
- ✿ Noticias
- ✿ Recetas
- ✿ Trucos usos caseros con limón



## 2.18 Anteproyecto de Ley de Medidas para mejorar el funcionamiento de la Cadena Alimentaria

Tras analizar la Junta Directiva de AILIMPO el Anteproyecto de Ley de Medidas para mejorar el funcionamiento de la Cadena Alimentaria, se consensó un documento con las observaciones y comentarios formulados por la interprofesional que fue remitido al Magrama.

En síntesis, es importante destacar que se hizo una valoración positiva del Anteproyecto, ya que además de reconocer el valor estratégico en la economía nacional del sector agroalimentario, introduce una serie de medidas que persiguen mejorar el funcionamiento y vertebración de la cadena alimentaria.

En lo que se refiere a aspectos concretos que conciernen a las interprofesionales es necesario destacar que:

- ✿ Uno de los objetivos de la nueva Ley es potenciar las organizaciones interprofesionales.
- ✿ Se plantea potenciar la figura del contrato a lo largo de la cadena, y en esta línea se propone aprovechar la experiencia de AILIMPO con los contratos tipo homologados. Además se abre la vía de introducir índices de precios y costes de referencias.
- ✿ Se amplían las funciones de las interprofesionales. Resaltando las 4 finalidades siguientes: Velar por el adecuado funcionamiento de la cadena alimentaria, promover la adopción de medidas para regular la oferta, la negociación colectiva de los precios y desarrollar métodos para controlar y racionalizar el uso de productos fitosanitarios.
- ✿ Se amplía el catálogo de acciones sobre las que la interprofesional puede solicitar la aplicación de la extensión de norma.

Se trata de un nuevo marco de relaciones en la cadena alimentaria, aunque será necesario para su

puesta en práctica ver en una primera fase la tramitación parlamentaria, y en una segunda fase el posterior desarrollo reglamentario. Por otra parte, desde AILIMPO hemos reiterado la imperiosa necesidad de adecuar la normativa en materia de competencia abordándose las excepcionalidades necesarias de la aplicación de esta normativa al sector agroalimentario.

## 2.19 Registro FDA

Se informó de las novedades introducidas por la Food Safety Modernization Act (FDA) relativa a la renovación del Registro (con plazo hasta el 31 de enero de 2013) y a la contratación del Agente, enviando una guía práctica para la renovación del registro editada por la Oficina Económica y Comercial de España en Washington (Embajada de España).

## 2.20 Guazatina

Se informó de que la fecha límite de comercialización de Guazatina (venta de distribuidor a exportador) de productos fitosanitarios formulados con Acetato de Guazatina, era el 31 de diciembre de 2012, y que la fecha límite de uso de estos productos por parte de los almacenes es el 30 de junio de 2013.

## 2.21 Situación 2-fenilfenol - Ortofenilfenol (OPP)

El Reglamento (CE) nº 304/2010 establecía un LMR provisional para 2-fenilfenol – Ortofenilfenol (OPP) de 5 mg/kg en Cítricos. Conforme a este Reglamento, el 30 de septiembre de 2012 finalizaba el plazo de validez de este LMR provisional por lo que no sería posible su uso a partir de esa fecha. A no ser que fuera prorrogado dicho plazo de validez.

De acuerdo con las informaciones y opiniones del sector industrial de AILIMPO, se realizaron diversas gestiones con el Magrama, Freshfel y Agropost.

El viernes día 5 de octubre, la Comisión Europea decidió prolongar por dos años, hasta el 30 de

septiembre de 2014, la validez del LMR de 5 ppm, de forma que en ese plazo de tiempo se puedan evaluar los estudios técnicos que se presentaron.

## 2.22 Proyecto web 2.0 de AILIMPO

AILIMPO ha continuado y potenciado su comunicación pública a través de las redes sociales, con la intención de ampliar su relación con la sociedad en general y así establecer diálogo con otros usuarios interesados en los problemas y oportunidades del sector del limón y el pomelo.

Tenemos abiertas como vías de comunicación en las siguientes redes sociales:



A todas ellas se puede acceder desde un enlace directo desde la web de AILIMPO.

## 2.23 Seguimiento campaña de comercialización

Siguiendo la línea de trabajo de años anteriores, se han mantenido diversas reuniones en AILIMPO con los operadores comerciales para analizar el desarrollo y evolución de la campaña de producción y comercialización. Para ello, los servicios técnicos de AILIMPO han elaborado informes detallados que han servido de instrumento para un debate y propuesta de actuaciones a lo largo de todo el año.

## 2.24 Servicio Intrastat

Como se viene haciendo en años anteriores, se ha prestado, a las empresas que lo han solicitado, el servicio de cumplimentación y presentación ante la AEAT de las declaraciones estadísticas mensuales de Intrastat.

## 2.25 Informes de evolución de campaña

Mensualmente se ha informado de la situación de la campaña mediante informes estadísticos de evolución de la campaña de limón y comentarios sobre el ritmo de exportación y transformación.

Esto ha sido posible mediante una estimación de AILIMPO de la exportación a países comunitarios, que ha resultado extremadamente fiable una vez publicados los datos definitivos por la AEAT, transcurridos dos meses desde la publicación de nuestro informe.

## 2.26 Informes de exportaciones de Argentina y Tucumán Report

Durante el año 2012 se han enviado a los asociados los informes semanales sobre cargas de limón de exportadores argentinos con indicación de nº de pallets, fecha de carga y nombre del barco y puerto de destino. Además semanalmente se ha enviado un informe de coyuntura exhaustivo del desarrollo de la campaña de nuestro principal competidor Argentina.

## 2.27 Informes campaña de cítricos de Turquía

AILIMPO ha informado de las exportaciones de limón turco mediante informes estadísticos periódicos.

Así mismo se han ido comunicando diversos comentarios sobre inclemencias meteorológicas, información de mercado, situación del pomelo, etc.

## 2.28 Informes campaña de cítricos de Sudáfrica

Durante la campaña de exportación de cítricos de Sudáfrica, AILIMPO ha enviado periódicamente informes estadísticos de envíos semanales.

## 2.29 Informes de precios al consumidor en supermercados nacionales y europeos

Durante el 2012 AILIMPO ha recopilado los precios de venta al consumidor de limón y pomelo en las principales cadenas de supermercados tanto en España como en los principales mercados de exportación.

Con los datos recopilados durante el año, se han elaborado varios informes de tendencias de precios y se ha realizado un seguimiento de la cadena de valor desde productor a consumidor.

En todo caso, es necesario tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La información persigue disponer de una referencia real del nivel de precio al consumidor, no están todas las cadenas, pero sí las que pueden considerarse representativas.

- Los precios se recopilan por AILIMPO tomando como fuente las páginas web de las tiendas on-line de los supermercados.
- Según hemos contrastado estos precios son los mismos que normalmente se aplican en las tiendas físicas.
- Es posible que en las tiendas físicas haya ligeras diferencias de precios en función de la ciudad que se considere.
- También es posible que en momentos puntuales haya promociones en los puntos de venta de determinadas zonas geográficas.
- Se detallan los precios en los diferentes formatos de presentación de cada punto de venta.
- Otra información como calibre, categoría u origen no está siempre disponible aunque trataremos de ir incorporando al informe estos elementos en la medida de lo posible.

En la medida de la posible intentaremos añadir información a estos informes para que tengan más valor añadido.



## 3. Actuaciones en el ámbito de la industria

Realizadas durante el año 2012

### 3.1 Contratos homologados de limón y pomelo para industria 2012/2013

El Boletín Oficial del Estado (BOE) ha publicado el 5 de mayo de 2012, cuatro órdenes del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Magrama), por las que se homologaron los contratos-tipo de compraventa de pomelos y limones con destino a industria, que regirán para la próxima campaña 2012/2013.

Los textos de los contratos responden a la solicitud de AILIMPO de disponer de un documento acreditativo de la contratación. Para ello, la Interprofesional consensuó en su seno y aprobó por unanimidad los textos de los contratos que ahora el Magrama ha homologado para la próxima campaña 2012/2013.

Se trata, en todos los casos, de modelos de contratos tipo de uso voluntario, pero que constituyen una herramienta muy útil, ya que son contratos consensuados por los representantes de los agricultores y los representantes de los industriales integrados en AILIMPO, que libremente pactan las condiciones de entrega, volúmenes, precios, especificaciones de calidad, plazos de pago... pero en un marco global que ofrece una máxima garantía. Estos contratos se configuran como un instrumento legal para regular con claridad y transparencia la relación contractual entre los agricultores y los operadores comerciales y las industrias de transformación.

#### Objetivos del Contrato

El objetivo de estos modelos de contratos de compraventa de cosecha con destino a transformación en zumo (cuyo uso es voluntario pero aconsejable) es servir de **instrumento legal para regular con claridad y transparencia la relación contractual entre los agricultores y los operadores comerciales y las industrias de transformación**, de forma que las partes disponen de un modelo de contrato que ha sido consensuado por los representantes de los agricultores, los representantes de los operadores comerciales y los industriales integradas en la interprofesional AILIMPO. **Su mayor virtud es ser un modelo de contrato consensuado que protege por igual los intereses de las dos partes contratantes, de esta forma se evitan conflictos, renegociaciones o incumplimientos.**



### Solución de conflictos

En caso de conflicto entre las partes, AILIMPO prestará de forma gratuita su mediación a través de su comisión de seguimiento, pudiendo acudir las partes en última instancia al arbitraje, que como novedad a partir de ahora se establece que será encomendado a la Corte de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Murcia.

### 3.2 Situación Repsol YPF Argentina

Se informó, a raíz de la expropiación de YPF en Argentina, y teniendo en cuenta algunas notas de prensa sobre posibles medidas comunitarias que podrían tener impacto en el sector agrícola y en concreto los cítricos, de la situación real aportando datos objetivos:

### 3.3 Amonio Cuaternario

En relación con las inquietudes y solicitudes de información sobre el estatus legal de los compuestos de Amonio Cuaternario (Quaternary Ammonium Compounds, conocidos como QAC) en frutas y hortalizas, AILIMPO estuvo en contacto con Freshfel Europe para realizar el seguimiento de este asunto, aclarar la situación legal en la normativa comunitaria e informar de los pasos que se fueran dando.

Por parte de Freshfel se solicitó a la DG SANCO de la Comisión Europea que en la reunión de los días 12 y 13 de julio, se autorizase un LMR temporal de 0,5 ppm de forma que quedasen cubiertos los casos de posible contaminaciones cruzadas.

Por parte de AILIMPO se informó y dió traslado de esta petición al Ministerio de Agricultura de España.

El 14 de julio se publicó el documento de Guideline adoptado, que sólo cubría 0,5 ppm para DDAC.

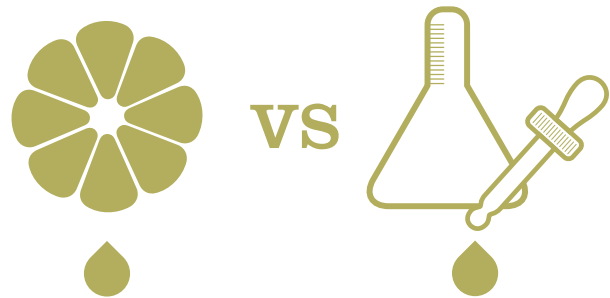
El 25 de julio se publicó la versión definitiva de la Guideline relativa el BAC o ADBAC (Cloruros de Benzalconio) por la que se establecía una tolerancia de 0,5 ppm para estos.

### 3.4 Registro FDA

Se informó de las novedades introducidas por la Food Safety Modernization Act (FDA) relativa la renovación del Registro (con plazo hasta el 31 de enero de 2013) y a la contratación del Agente, enviando una guía práctica para la renovación del registro editada por la Oficina Económica y Comercial de España en Washington (Embajada de España).

### 3.5 AILIMPO promociona el uso de zumo de limón como acidulante

AILIMPO, con el fin de promocionar y difundir en el seno de la industria alimentaria española la sustitución del ácido cítrico de síntesis (E-330) por zumo de limón concentrado ha seguido alimentando y promocionando la microselección web específica [www.ailimpo.com/zumodelimon](http://www.ailimpo.com/zumodelimon). En esta microselección, con el fin de despejar algunas dudas de carácter económico y técnico sobre el uso de zumo de limón concentrado, se exponen una serie de documentos informativos, así como unos estudios sobre el uso



### NATURAL vs ARTIFICIAL

del zumo de limón, los costes asociados se uso y la pruebas realizadas en el Centro Tecnológico Nacional de la Conserva junto con unas catas de consumo.

El ácido cítrico (E 330) es uno de los aditivos artificiales más utilizados en la industria de alimentación y bebidas como acidulante o regulador del PH. Por otra parte, el ácido cítrico natural es uno de los principales componentes del limón. Se trata por tanto de una propuesta para sustituir el uso de un aditivo artificial obtenido por síntesis química y

sustituirlo por un aditivo 100% natural como es el zumo de limón, cuyas propiedades nutritivas y saludables están ampliamente contrastadas, dando respuesta a las demandas de los consumidores por disponer de productos sanos y saludables. Conviene recordar que, además de los altos niveles de vitamina C, los limones contienen un gran número de nutrientes como ácido cítrico (*natural*), ácido ascórbico, minerales y flavonoides y que recientemente, la investigación de los componentes químicos naturales de los limones, ha revelado que las propiedades beneficiosas del limón también se deben precisamente a los flavonoides (flavona hesperidina y flavona diosmina) por lo que su aprovechamiento industrial en el campo agroalimentario y farmacológico tiene un potencial de desarrollo muy considerable.

Además de su empleo en zumo de frutas y néctares puede utilizarse en otros productos de alimentación como conservas vegetales, confituras, jaleas, mermeladas...

### 3.6 REACH: Notificación aceites esenciales ECHA, fichas de seguridad,...

Se mantuvieron diversas reuniones para la puesta al día del Reglamento REACH y para la elaboración técnica de las Fichas de Seguridad, descartando finalmente la posibilidad de encargar la elaboración de las mismas a una asesoría externa.

### 3.7 Información estadística de transformación mensual

Se han elaborado mensualmente informes estadísticos de transformación por industrias.



## 4. Otras actuaciones

### Realizadas durante el año 2012

#### 4.1 AILIMPO renueva con éxito el Certificado de Registro de Empresa de AENOR

En AILIMPO hemos superado con éxito la auditoría por parte de AENOR, renovando el Certificado de Registro de Empresa nº ER-0107/2004, que evidencia la conformidad de nuestro Sistema de Gestión de la Calidad de acuerdo con la norma UNE-EN ISO 9001:2008.

Los procesos auditados en dicha auditoría no fue detectada no conformidad alguna del desarrollo de lo establecido en los documentos del Sistema de Gestión de la Calidad.



El compromiso prioritario de la Política de la Calidad de AILIMPO es buscar la satisfacción de nuestros asociados, asegurando que los servicios que

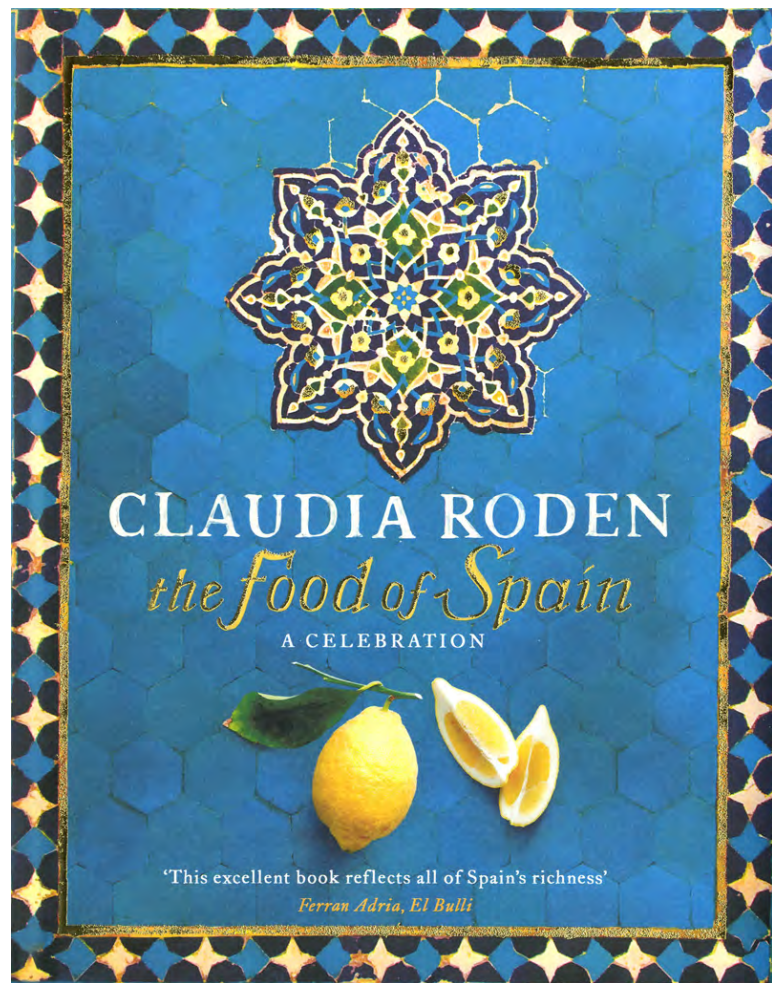
suministramos son seguros, fiables y cumplen las normas, instrucciones y requisitos aplicables.

Por otra parte, esperamos finalizar en pocos meses la autoevaluación mediante el modelo de Excelencia EFQM, buscando así la Gestión Total de la Calidad y el grado máximo de satisfacción de nuestros asociados. El Sello de Excelencia EFQM, con reconocimiento europeo, sirve tanto para evaluar determinados servicios de manera individual como para calificar a toda la institución de manera global.

#### 4.2 El limón español, portada de un best-seller internacional

La editorial británica Penguin Books lanzó en el mes de mayo al mercado europeo la última obra de la autora Claudia Roden, titulada "The Food of Spain". Para ilustrar la portada de ese libro, que cuenta con

una encuadernación y material gráfico muy cuidado, la editorial eligió el limón español.



Este libro, que ya fue editado con anterioridad en Estados Unidos, ofrece un exhaustivo repaso por la historia de la gastronomía española y las distintas culturas que han dejado su huella en nuestras cocinas y despensas. Dentro del capítulo dedicado a las regiones españolas, incluye información relativa al cultivo de cítricos en el arco mediterráneo, especialmente en la Comunidad Valenciana, Región de Murcia y Andalucía.

Los capítulos del libro van acompañados de numerosas recetas. En la selección final se han incluido cuatro de ellas en la que se utiliza el limón: Champiñones marinados con zumo de limón, besugo al horno con patatas y dos postres: tarta de Santiago y tarta de queso, elaborados ambos con ralladura de limones frescos entre otros ingredientes.

Claudia Roden es una autora nacida en Egipto que desarrolló gran parte de su formación académica en París y Londres. Ha publicado numerosos libros sobre gastronomía y está especializada en cocina mediterránea y de Oriente Próximo.





## 5. Informe encuestas satisfacción asociados AILIMPO

### Realizadas durante el año 2012

AILIMPO, con el ánimo de continuar con la política de mejora de la calidad y conocer la satisfacción de las necesidades y expectativas de los asociados, elabora todos los años unas encuestas de satisfacción del asociado que se remiten a los operadores comerciales, industrias de transformación y organizaciones miembro.

Una vez recibidas las encuestas y analizados los resultados, se ha elaborado un informe comparativo con años anteriores.

De él se pueden sacar principalmente las siguientes conclusiones:

- ✿ Las mejores valoraciones se dan en “Valoración informes Argentina”, “Valoración tramitación Intrastat” y en “Calidad de la documentación facilitada”.
- ✿ La peor valoración es para la “Valoración de la Etiqueta de Calidad de AILIMPO” por entender que necesita mayor difusión.
- ✿ Las valoraciones positivas (entre 5 y 8 - excelentes y buenos) siguen siendo la amplia mayoría de opciones elegidas.
- ✿ En aquellos casos excepcionales en que la valoración ha sido “Regular” o “Malo” en algunas de las cuestiones, AILIMPO se ha puesto en contacto con el asociado con el fin de

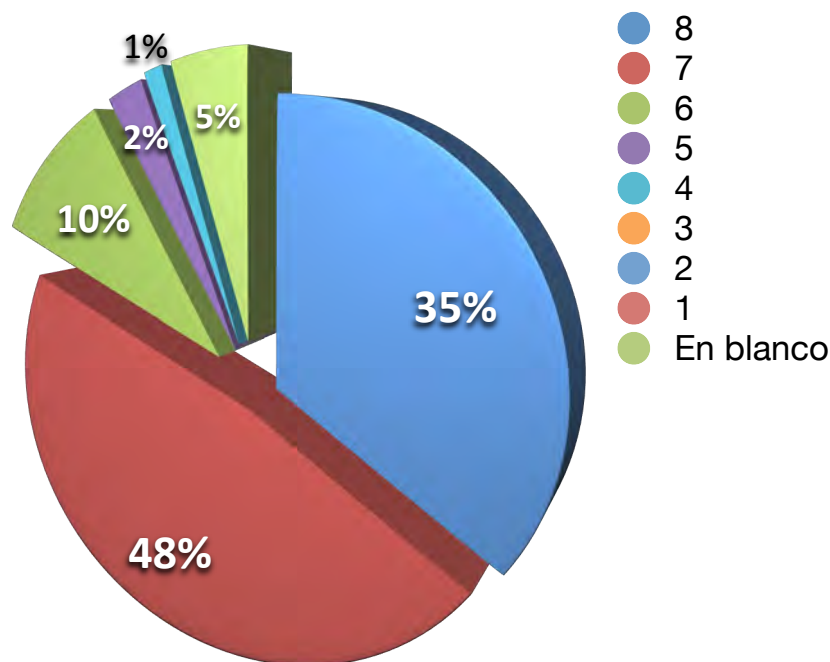
conocer la causa de la respuesta e implantar acciones correctivas con carácter inmediato.

Es para AILIMPO una satisfacción que se valore positivamente su trabajo y actitud, lo que hace que nos esforcemos aún más para continuar con esta tendencia al alza en la valoración que hacéis de nuestro trabajo.

Además, y teniendo siempre como meta el seguir buscando la satisfacción de nuestros asociados, en el año 2012 AILIMPO ha continuado con la autoevaluación mediante el modelo de Excelencia EFQM y tiene previsto finalizarla durante el primer trimestre del año 2013, buscando así la Gestión Total de la Calidad mediante este sello de Excelencia, con reconocimiento europeo, que sirve tanto para evaluar determinados servicios de manera individual como para calificar a toda la institución de manera global.

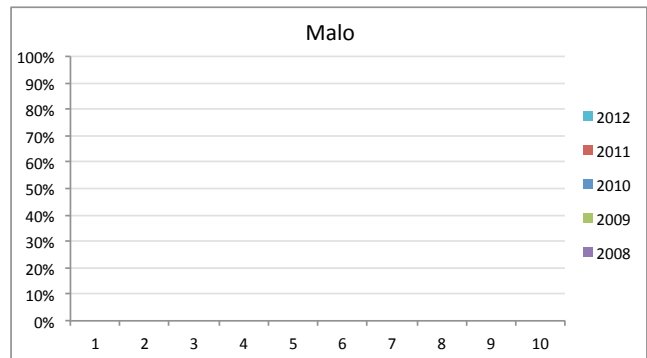
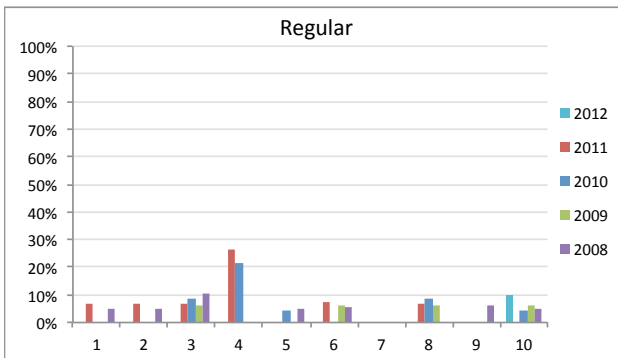
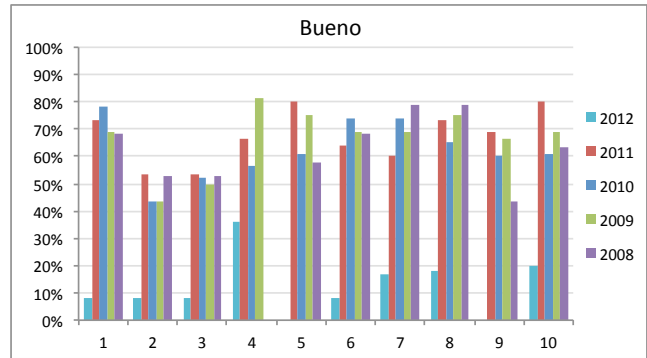
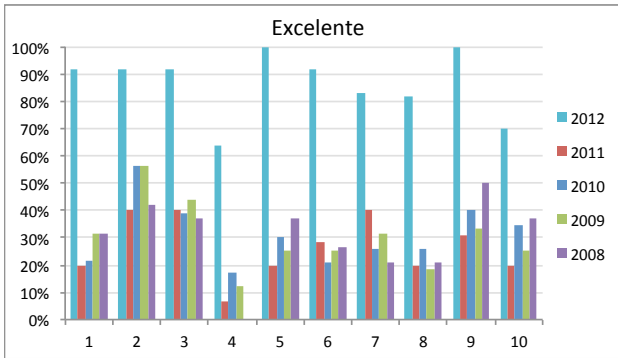


Exportadores y Cooperativas	8	7	6	5	4	3	2	1
	Excelente	Bueno	Regular	Malo				
<b>CUESTIONES GENERALES</b>								
1.-) Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	33,3%	58,3%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2.-) Atención a los asociados	58,3%	33,3%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3.-) Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de los diferentes servicios	41,7%	50,0%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
4.-) Valoración de las reuniones de seguimiento de la campaña	0,0%	63,6%	27,3%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN</b>								
5.-) Valoración calidad de la información enviada:								
a.-) Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	58,3%	41,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
b.-) Informes Turquía	41,7%	50,0%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
c.-) Informes Sudáfrica	25,0%	66,7%	0,0%	0,0%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%
d.-) Informes de precios al consumidor	45,5%	45,5%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
6.-) Valoración información requisitos de exportación	33,3%	58,3%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
7.-) Calidad de la información y documentación facilitada	41,7%	41,7%	8,3%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
8.-) Valoración de la página web / intranet	27,3%	54,5%	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>INTRASTAT</b>								
9.-) Valoración de la tramitación declaración INTRASTAT	55,6%	44,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>CERTIFICACIÓN (Etiqueta de Calidad)</b>								
10.-) Valoración de la etiqueta de calidad de AILIMPO para almacenes de confección de limón	20,0%	50,0%	10,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL</b>								
11.-) Valoración de la representación institucional de AILIMPO	25,0%	41,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

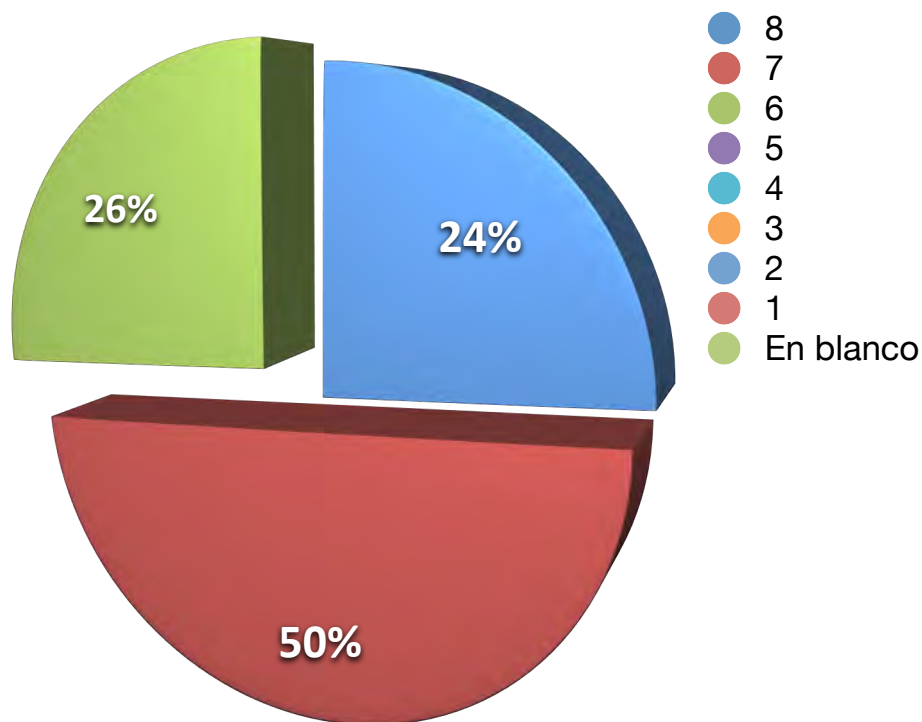


Índice de eficacia de encuestas: Encuestas devueltas (12)/ encuestas enviadas (55) x 100 = 22 %

Exportadores y Cooperativas			7 - 8	5 - 6	3 - 4	1 - 2
			Excelente	Bueno	Regular	Malo
1	Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	2012	91,7%	8,3%	0,0%	0,0%
		2011	20,0%	73,3%	6,7%	0,0%
		2010	21,7%	78,3%	0,0%	0,0%
		2009	31,3%	68,8%	0,0%	0,0%
		2008	31,6%	68,4%	5,3%	0,0%
2	Atención a los asociados	2012	91,7%	8,3%	0,0%	0,0%
		2011	40,0%	53,3%	6,7%	0,0%
		2010	56,5%	43,5%	0,0%	0,0%
		2009	56,3%	43,8%	0,0%	0,0%
		2008	42,1%	52,6%	5,3%	0,0%
3	Capacidad y rapidez de respuesta en prestación de diferentes servicios	2012	91,7%	8,3%	0,0%	0,0%
		2011	40,0%	53,3%	6,7%	0,0%
		2010	39,1%	52,2%	8,7%	0,0%
		2009	43,8%	50,0%	6,3%	0,0%
		2008	36,8%	52,6%	10,5%	0,0%
4	Valoración de las reuniones de seguimiento de la campaña	2012	63,6%	36,4%	0,0%	0,0%
		2011	6,7%	66,7%	26,7%	0,0%
		2010	17,4%	56,5%	21,7%	0,0%
		2009	12,5%	81,3%	0,0%	0,0%
		2008				
5	Valoración Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	2012	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
		2011	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%
		2010	30,4%	60,9%	4,3%	0,0%
		2009	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
		2008	36,8%	57,9%	5,3%	0,0%
6	Valoración información requisitos de exportación	2012	91,7%	8,3%	0,0%	0,0%
		2011	28,6%	64,3%	7,1%	0,0%
		2010	21,1%	73,7%	0,0%	0,0%
		2009	25,0%	68,8%	6,3%	0,0%
		2008	26,3%	68,4%	5,3%	0,0%
7	Calidad de la información y documentación facilitada	2012	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%
		2011	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%
		2010	26,1%	73,9%	0,0%	0,0%
		2009	31,3%	68,8%	0,0%	0,0%
		2008	21,1%	78,9%	0,0%	0,0%
8	Valoración de la página web / intranet	2012	81,8%	18,2%	0,0%	0,0%
		2011	20,0%	73,3%	6,7%	0,0%
		2010	26,1%	65,2%	8,7%	0,0%
		2009	18,8%	75,0%	6,3%	0,0%
		2008	21,1%	78,9%	0,0%	0,0%
9	Valoración de la tramitación declaración INTRASTAT	2012	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
		2011	30,8%	69,2%	0,0%	0,0%
		2010	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%
		2009	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%
		2008	50,0%	43,8%	6,3%	0,0%
10	Valoración de la Etiqueta de Calidad de AILIMPO	2012	70,0%	20,0%	10,0%	0,0%
		2011	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%
		2010	34,8%	60,9%	4,3%	0,0%
		2009	25,0%	68,8%	6,3%	0,0%
		2008	36,8%	63,2%	5,3%	0,0%

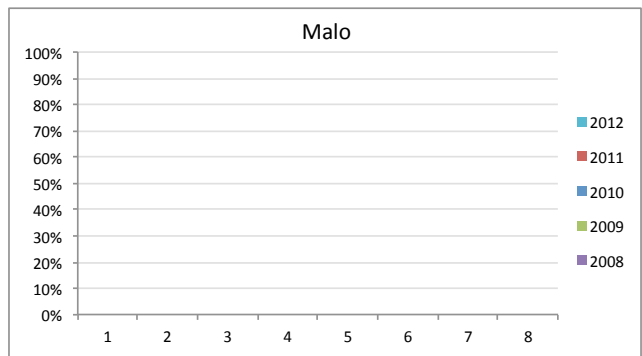
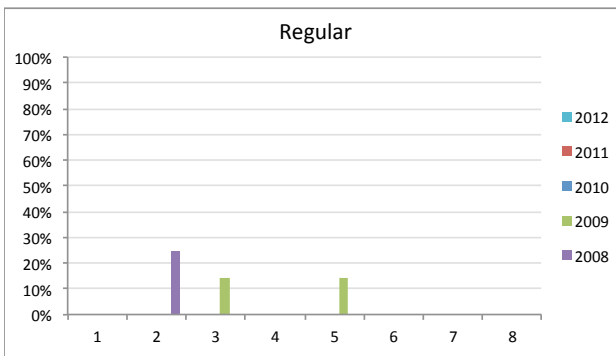
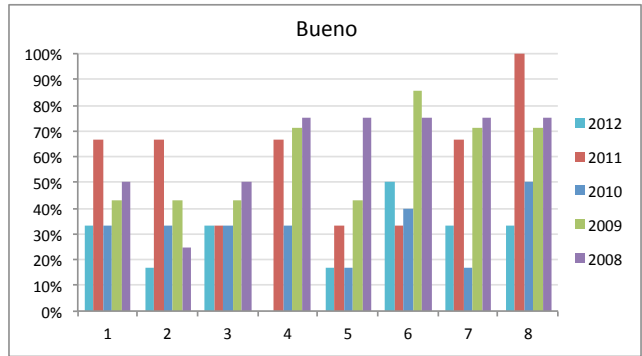
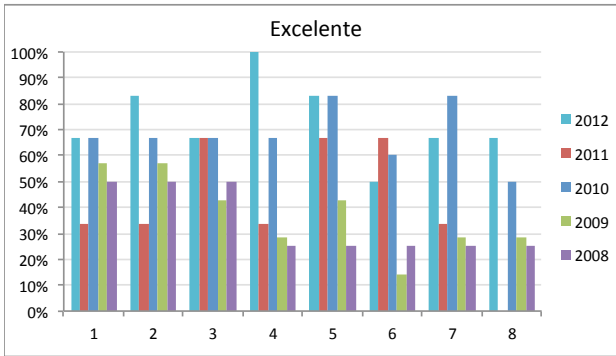


Industrias	8	7	6	5	4	3	2	1
	Excelente		Bueno		Regular		Malo	
<b>CUESTIONES GENERALES</b>								
1.-) Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	16,7%	50,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2.-) Atención a los asociados	33,3%	50,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3.-) Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de los diferentes servicios	16,7%	50,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN</b>								
4.-) Valoración calidad de la información enviada:								
a.-) Informes Argentina	16,7%	83,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
b.-) Informes mensuales de transformación	50,0%	33,3%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
c.-) Puesta al día de la reglamentación aplicable	16,7%	33,3%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
5.-) Calidad de la información y documentación facilitada	33,3%	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
6.-) Valoración de la página web / intranet	16,7%	50,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL</b>								
7.-) Valoración de la representación institucional de AILIMPO	16,7%	66,7%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

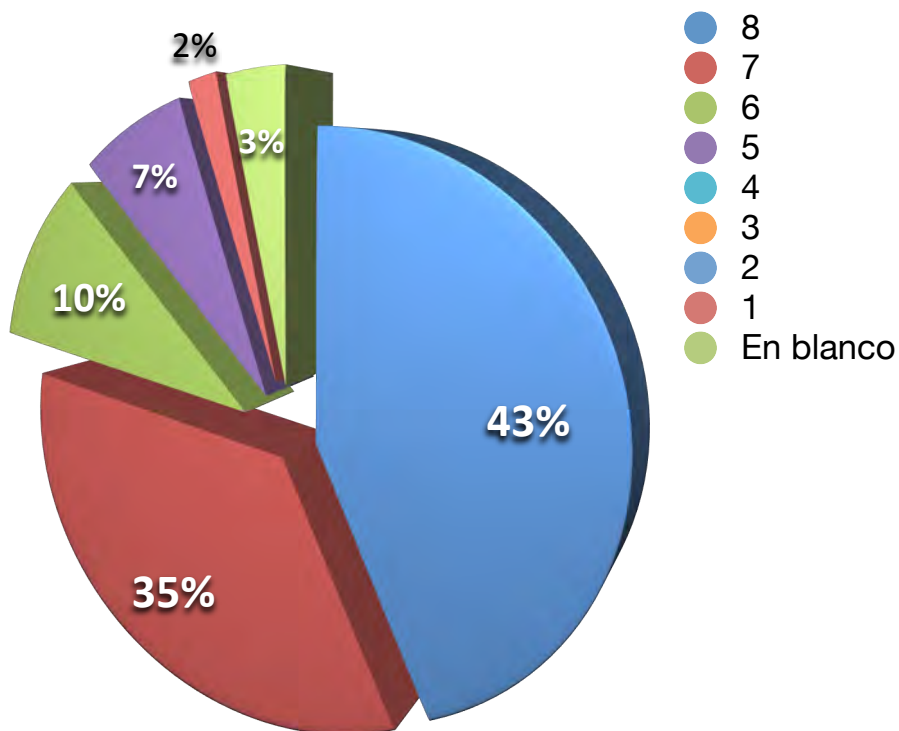


Indice de eficacia de encuestas: Encuestas devueltas (6)/ encuestas enviadas (14)x 100 = 43 %

Industrias		7 - 8	5 - 6	3 - 4	1 - 2
		Excelente	Bueno	Regular	Malo
1 Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	2012	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2011	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%
	2010	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2009	57,1%	42,9%	0,0%	0,0%
	2008	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
2 Atención a los asociados	2012	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%
	2011	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%
	2010	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2009	57,1%	42,9%	0,0%	0,0%
	2008	50,0%	25,0%	25,0%	0,0%
3 Capacidad y rapidez de respuesta en prestación de diferentes servicios	2012	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2011	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2010	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2009	42,9%	42,9%	14,3%	0,0%
	2008	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
4 Valoración Informes Argentina	2012	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2011	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%
	2010	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2009	28,6%	71,4%	0,0%	0,0%
	2008	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
5 Valoración Informes mensuales de transformación	2012	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%
	2011	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2010	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%
	2009	42,9%	42,9%	14,3%	0,0%
	2008	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
6 Puesta al día de la reglamentación aplicable	2012	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
	2011	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2010	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
	2009	14,3%	85,7%	0,0%	0,0%
	2008	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
7 Calidad de la información y documentación facilitada	2012	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2011	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%
	2010	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%
	2009	28,6%	71,4%	0,0%	0,0%
	2008	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
8 Valoración de la página web / intranet	2012	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2011	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
	2010	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
	2009	28,6%	71,4%	0,0%	0,0%
	2008	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%



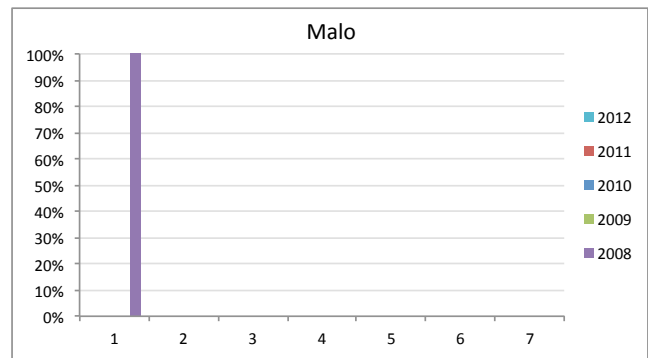
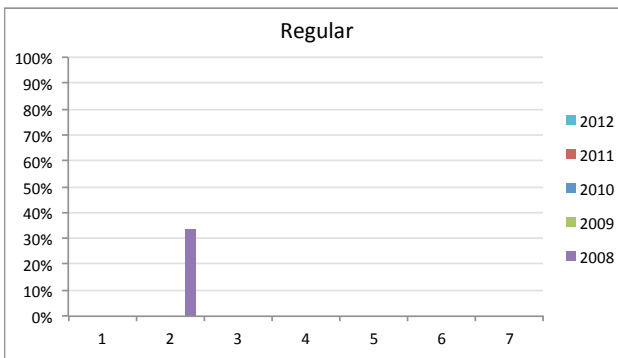
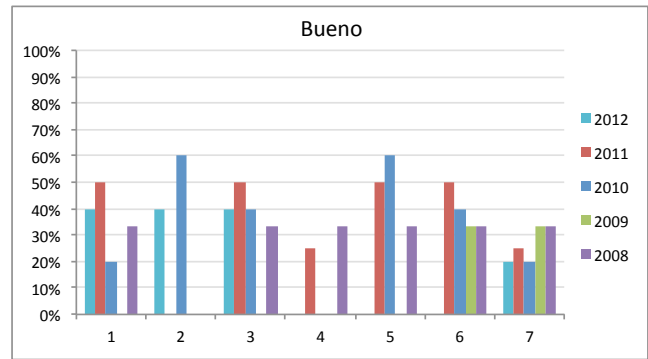
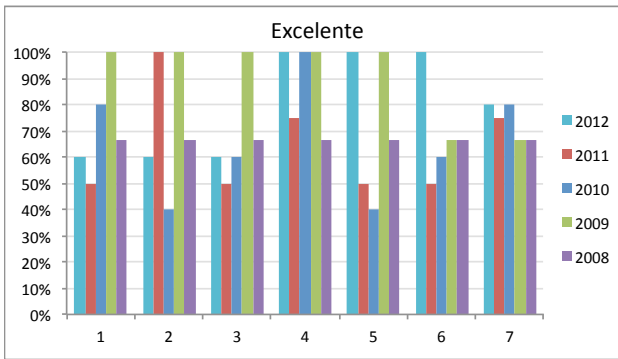
Organizaciones	8	7	6	5	4	3	2	1
	Excelente	Bueno	Regular	Malo				
<b>CUESTIONES GENERALES</b>								
1.-) Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	40,0%	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2.-) Atención a los asociados	40,0%	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3.-) Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de los diferentes servicios	40,0%	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN</b>								
4.-) Valoración calidad de la información enviada:								
a.-) Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
b.-) Informes Turquía	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
c.-) Informes Sudáfrica	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
d.-) Informes de precios al consumidor	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
5.-) Valoración información requisitos de exportación	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
6.-) Calidad de la información y documentación facilitada	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
7.-) Valoración de la página web / intranet	20,0%	60,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL</b>								
8.-) Valoración de la representación institucional de AILIMPO	40,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%



Índice de eficacia de encuestas: Encuestas devueltas (5)/ encuestas enviadas (8) x 100 = 62 %



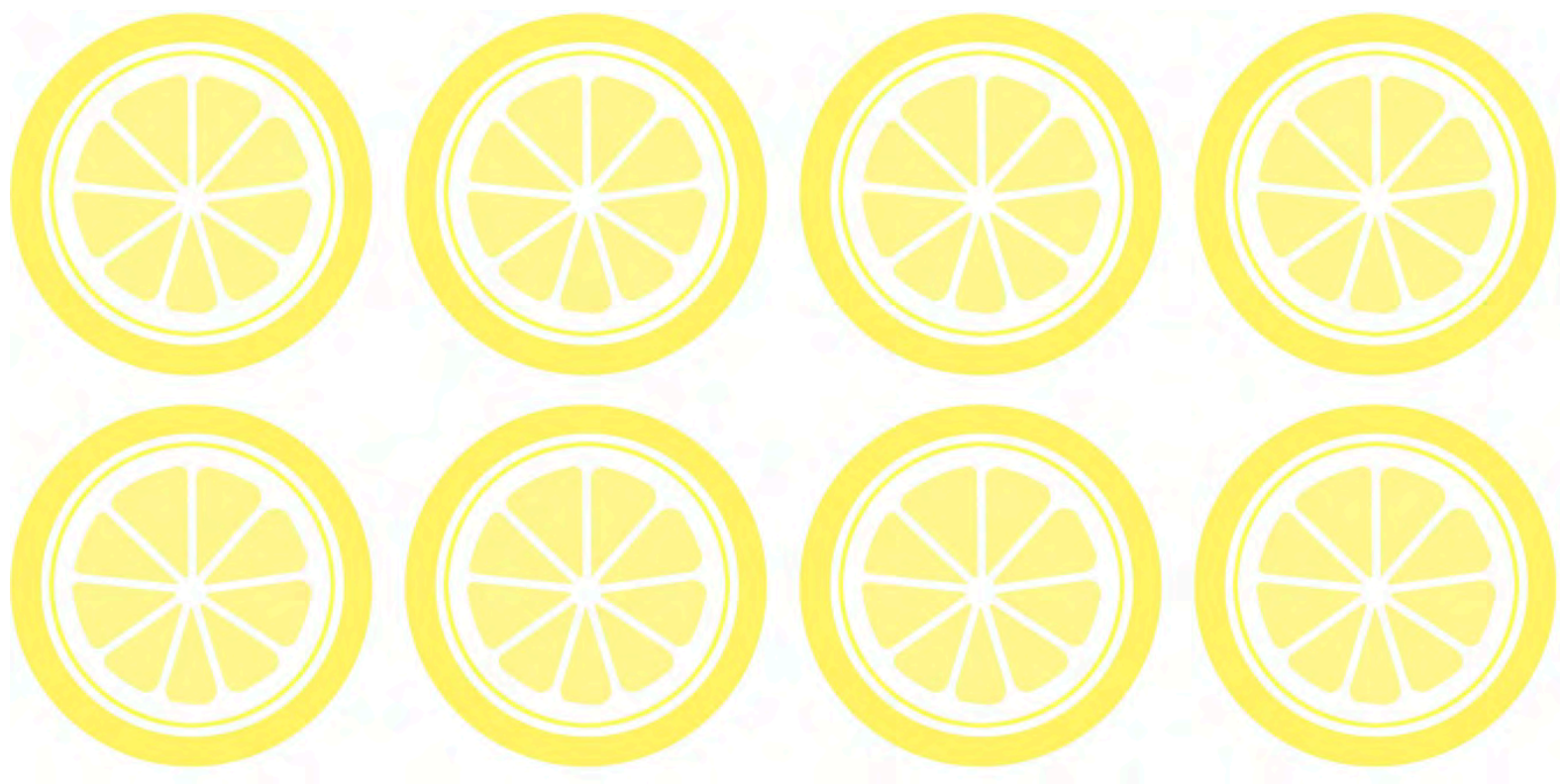
Organizaciones		7 - 8	5 - 6	3 - 4	1 - 2
		Excelente	Bueno	Regular	Malo
<b>1</b> Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	2012	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
	2011	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
	2010	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%
	2009	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2008	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
<b>2</b> Atención a los asociados	2012	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
	2011	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2010	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%
	2009	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2008	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%
<b>3</b> Capacidad y rapidez de respuesta en prestación de diferentes servicios	2012	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
	2011	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
	2010	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
	2009	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
<b>4</b> Valoración Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	2012	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2011	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%
	2010	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2009	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
<b>5</b> Valoración información requisitos de exportación	2012	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2011	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
	2010	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%
	2009	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
<b>6</b> Calidad de la información y documentación facilitada	2012	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2011	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
	2010	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
	2009	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
<b>7</b> Valoración de la página web / intranet	2012	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%
	2011	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%
	2010	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%
	2009	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
	2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%



## 6. Anexo estadístico

Año 2012

- 6.1 Evolución campaña 2011/2012 de limón*
- 6.2 Evolución campaña 2011/2012 de pomelo*
- 6.3 Limón con destino a industria. Informe fin de campaña 2011/2012*
- 6.4 Pomelo con destino a industria. Informe fin de campaña 2011/2012*
- 6.5 Evolución campaña limón de Argentina 2012*
- 6.6 Evolución campaña pomelo de Argentina 2012*
- 6.7 Evolución campaña limón de Turquía 2011/2012*
- 6.8 Exportación de cítricos de Sudáfrica 2012*
- 6.9 Informe referencias de precios de limón Fino a nivel producción. Campaña 2012/2013*
- 6.10 Evolución de precios de limón y pomelo al consumidor. Año 2012*



# 6.1 Evolución campaña 2011/2012 de limón

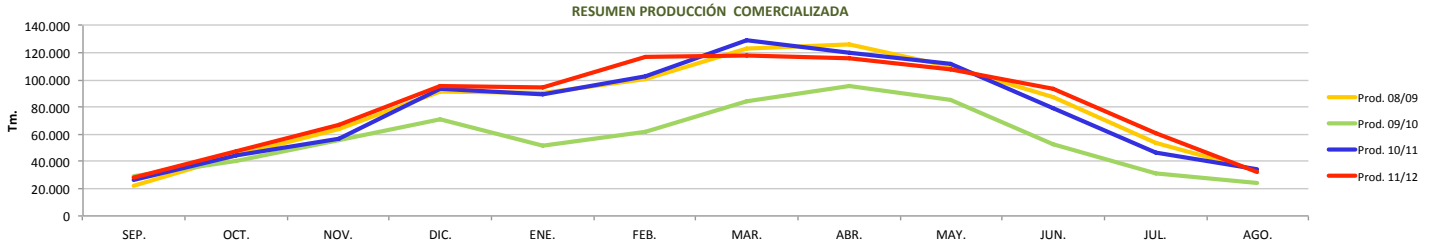
De 1 de septiembre de 2011 a 31 de agosto de 2012



## EVOLUCIÓN CAMPAÑA LIMÓN 2011/2012

RESUMEN PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Tm)													
	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
<b>CAMP. 11/12</b>	27.827	47.339	66.502	95.667	94.934	116.530	117.739	115.878	107.686	93.924	61.038	32.200	<b>977.264</b>
<b>CAMP. 10/11</b>	26.441	44.391	56.879	93.930	89.651	102.200	129.448	120.438	112.017	79.521	46.968	34.816	<b>936.700</b>
<b>CAMP. 09/10</b>	28.994	40.186	55.918	71.039	51.690	61.696	83.870	95.689	84.819	53.016	31.358	24.223	<b>682.498</b>
<b>CAMP. 08/09</b>	22.151	44.376	63.414	91.758	90.287	100.801	123.521	126.278	109.841	87.175	53.406	33.761	<b>946.769</b>

(Tm.)



RESUMEN (Tm)				
	08/09	09/10	10/11	11/12
EXP. U.E. <sup>1</sup>	436.125	349.625	431.094	485.040
EXP. P.TERC. <sup>2</sup>	42.260	28.251	35.151	44.992
Mº. INTERIOR <sup>3</sup>	132.000	136.800	136.800	136.800
MERMAS <sup>4</sup>	30.519	25.734	30.152	33.342
INDUSTRIA <sup>5</sup>	305.865	142.089	303.502	277.091
<b>TOTAL</b>	<b>946.769</b>	<b>682.498</b>	<b>936.700</b>	<b>977.264</b>

Fuentes:  
 (1) AEAT  
 (2) SOIVRE  
 (3) MAPA  
 (4) 5% (Exportación + mº nal.)  
 (5) AILIMPO

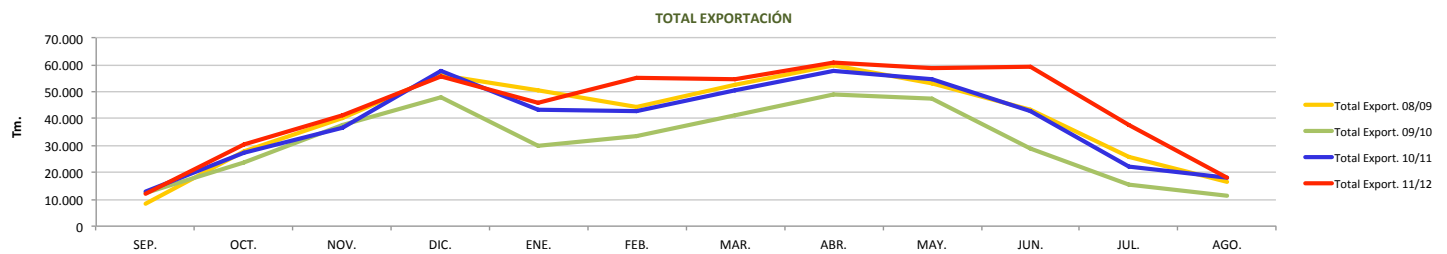
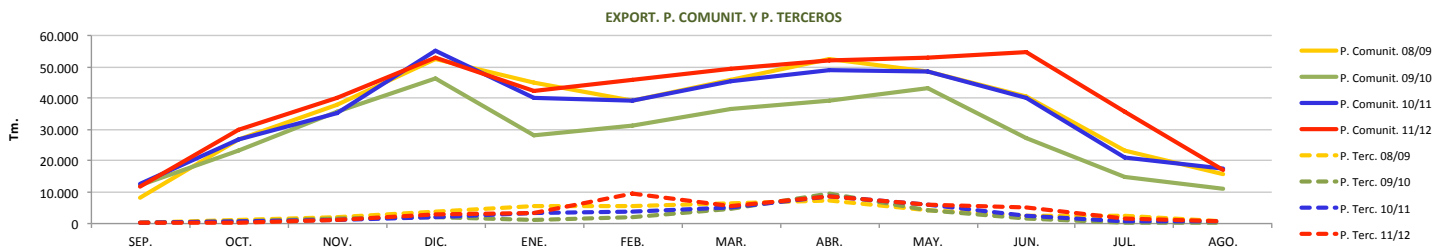


## EVOLUCIÓN CAMPAÑA LIMÓN 2011/2012

EXPORT. PAÍSES COMUNITARIOS (Tm)													
	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
<b>CAMP. 11/12</b>	11.791	29.926	39.927	52.776	42.553	46.007	49.210	52.277	52.993	54.597	35.741	17.241	<b>485.040</b>
<b>CAMP. 10/11</b>	12.595	26.866	35.211	55.385	40.283	39.044	45.378	49.019	48.648	39.984	21.214	17.468	<b>431.094</b>
<b>CAMP. 09/10</b>	12.224	23.413	35.640	46.172	28.376	31.370	36.656	39.389	43.123	27.079	15.076	11.107	<b>349.625</b>
<b>CAMP. 08/09</b>	8.187	26.632	37.990	52.346	45.181	39.050	46.054	52.435	48.434	40.600	23.376	15.841	<b>436.125</b>

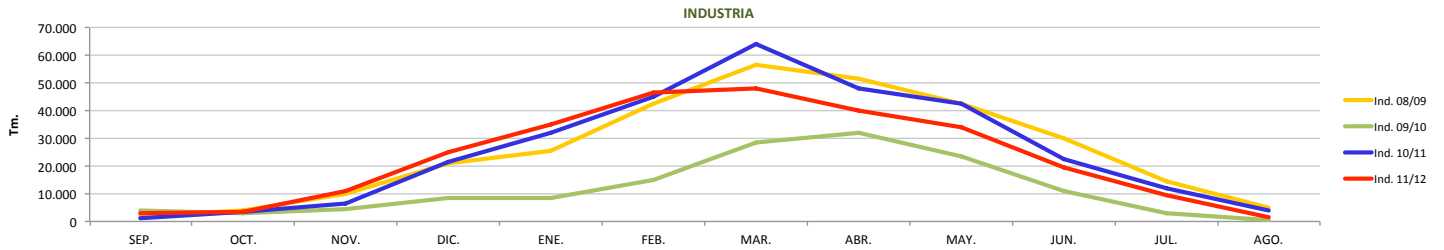
EXPORT. PAÍSES TERCEROS (Tm)													
	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
<b>CAMP. 11/12</b>	248	437	1.345	2.887	3.195	9.375	5.650	8.657	5.878	4.966	1.774	579	<b>44.992</b>
<b>CAMP. 10/11</b>	71	613	1.203	2.188	3.171	3.934	5.263	8.574	5.840	2.700	924	671	<b>35.151</b>
<b>CAMP. 09/10</b>	308	540	1.770	1.864	1.302	1.882	4.800	9.606	4.075	1.616	410	79	<b>28.251</b>
<b>CAMP. 08/09</b>	151	953	1.993	3.975	5.483	5.504	6.540	7.550	4.437	2.682	2.469	523	<b>42.260</b>

TOTAL EXPORTACIÓN (Tm)													
	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
<b>CAMP. 11/12</b>	12.038	30.363	41.273	55.664	45.747	55.382	54.860	60.935	58.871	59.564	37.516	17.820	<b>530.032</b>
<b>CAMP. 10/11</b>	12.666	27.479	36.414	57.573	43.454	42.978	50.641	57.593	54.488	42.683	22.138	18.139	<b>466.245</b>
<b>CAMP. 09/10</b>	12.532	23.953	37.411	48.035	29.679	33.251	41.455	48.995	47.197	28.695	15.486	11.185	<b>377.875</b>
<b>CAMP. 08/09</b>	8.338	27.585	39.983	56.321	50.664	44.554	52.594	59.985	52.870	43.282	25.845	16.364	<b>478.385</b>



## EVOLUCIÓN CAMPAÑA LIMÓN 2011/2012

INDUSTRIA	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
<b>CAMP. 11/12</b>	3.217	3.488	11.196	25.250	34.930	46.409	48.166	39.926	33.902	19.413	9.676	1.520	<b>277.091</b>
<b>CAMP. 10/11</b>	1.172	3.568	6.675	21.508	32.055	45.103	64.305	47.995	42.835	22.733	11.754	3.799	<b>303.502</b>
<b>CAMP. 09/10</b>	3.865	3.065	4.667	8.632	8.557	14.812	28.373	32.274	23.292	10.916	3.127	508	<b>142.089</b>
<b>CAMP. 08/09</b>	1.845	3.862	9.883	21.071	25.540	42.469	56.747	51.744	42.779	30.179	14.718	5.029	<b>305.865</b>



EXPORTACIÓN DE **LIMÓN** A PAÍSES COMUNITARIOS  
COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA  
DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO  
CAMPAÑA 2011/2012

PAIS	Total LIMÓN 11/12	Total LIMÓN 10/11	Diferencia	Diferencia %
ALEMANIA	114.100.354	110.958.646	3.141.708	3%
FRANCIA	<b>101.241.493</b>	<b>88.777.677</b>	<b>12.463.816</b>	<b>14%</b>
POLONIA	<b>62.629.121</b>	<b>52.313.812</b>	<b>10.315.309</b>	<b>20%</b>
ITALIA	<b>55.204.913</b>	<b>43.087.293</b>	<b>12.117.620</b>	<b>28%</b>
GRAN BRETAÑA	51.141.764	49.594.108	1.547.656	3%
HOLANDA	<b>22.558.653</b>	<b>17.263.376</b>	<b>5.295.277</b>	<b>31%</b>
REP. CHECA	11.799.704	10.479.410	1.320.294	13%
BELGICA	10.268.412	10.061.975	206.437	2%
SUECIA	10.199.780	8.944.260	1.255.520	14%
AUSTRIA	10.023.873	9.681.879	341.994	4%
DINAMARCA	6.305.398	5.143.768	1.161.630	23%
HUNGRIA	4.975.758	4.104.849	870.909	21%
PORTUGAL	3.898.635	4.888.316	-989.681	-20%
RUMANIA	<b>3.411.608</b>	<b>855.751</b>	<b>2.555.857</b>	<b>299%</b>
LITUANIA	2.941.437	1.845.224	1.096.213	59%
ESLOVAQUIA	2.717.389	2.620.213	97.176	4%
ESLOVENIA	2.554.991	2.768.297	-213.306	-8%
IRLANDA	2.291.869	2.236.249	55.620	2%
FINLANDIA	2.142.928	1.741.338	401.590	23%
GRECIA	1.528.565	913.585	614.980	67%
LETONIA	1.307.364	1.452.181	-144.817	-10%
BULGARIA	832.869	300.016	532.853	178%
ESTONIA	692.501	497.913	194.588	39%
LUXEMBURGO	134.369	158.882	-24.513	-15%
MALTA	83.115	340.931	-257.816	-76%
CHIPRE	53.029	64.224	-11.195	-17%
<b>Total general</b>	<b>485.039.892</b>	<b>431.094.173</b>	<b>53.945.719</b>	<b>13%</b>

Fuente: A.E.A.T.



EXPORTACIÓN DE **LIMÓN** A TERCEROS PAÍSES  
COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA  
DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO  
CAMPAÑA 2011/2012

PAIS	Total LIMÓN 11/12	Total LIMÓN 10/11	Diferencia	Diferencia %
<b>RUSIA, FED.</b>	<b>16.698.111</b>	<b>15.009.524</b>	<b>1.688.587</b>	<b>11%</b>
SUIZA	6.984.482	6.974.195	10.287	0,1%
<b>CANADA</b>	<b>3.582.806</b>	<b>850.966</b>	<b>2.731.840</b>	<b>321%</b>
CROACIA	3.498.060	3.492.571	5.489	0,2%
<b>ARGELIA</b>	<b>3.086.520</b>	<b>790.518</b>	<b>2.296.002</b>	<b>290%</b>
ESTADOS UNIDOS	<b>1.575.470</b>	<b>909.074</b>	<b>666.396</b>	<b>73%</b>
BRASIL	1.248.037	896.324	351.713	39%
UCRANIA	1.092.855	527.307	565.548	107%
<b>BIELORRUSIA</b>	<b>1.043.725</b>	<b>276.066</b>	<b>767.659</b>	<b>278%</b>
SERBIA	1.022.462	780.212	242.250	31%
KAZAJSTAN	899.771	796.480	103.291	13%
<b>EMIRATOS ÁRABES UNIDOS</b>	<b>823.239</b>	<b>376.294</b>	<b>446.945</b>	<b>119%</b>
BOSNIA-HERCEGOVINA	756.999	542.573	214.426	40%
NORUEGA	737.887	1.317.461	-579.574	-44%
INDONESIA	257.760	79.992	177.768	222%
URUGUAY	237.016	262.602	-25.586	-10%
MONTENEGRO	190.006	118.704	71.302	60%
MOLDAVIA	166.370	30.331	136.039	449%
ARABIA SAUDITA	126.821	227.394	-100.573	-44%
JORDANIA	123.988	49.320	74.668	151%
ANDORRA	118.563	81.517	37.046	45%
SINGAPUR	97.350	246.214	-148.864	-60%
HONG KONG	94.780	0	94.780	-----
CABO VERDE	93.699	66.293	27.406	41%
QATAR	73.336	32.880	40.456	123%
OMÁN	48.000	92.940	-44.940	-48%
MALASIA	44.160	27.240	16.920	62%
AZERBAIJÁN	43.500	0	43.500	-----
MACEDONIA	37.611	20.240	17.371	86%
GIBRALTAR	31.699	31.246	453	1%
MARRUECOS	27.549	2.408	25.141	1044%
COSTA RICA	27.458	15.742	11.716	74%
KUWAIT	24.975	90.078	-65.103	-72%
ANGOLA	23.353	56.040	-32.687	-58%
SUDÁFRICA	20.560	0	20.560	-----
KOSOVO	17.830	0	17.830	-----
GUINEA ECUATORIAL	6.677	8.340	-1.663	-20%
LIBERIA	3.752	6.518	-2.766	-42%
MAURITANIA	2.260	152	2.108	1387%
ANGUILLA	958	0	958	-----
PANAMÁ	930	0	930	-----
GHANA	630	0	630	-----
ALBANIA	0	21.822	-21.822	-100%
AUSTRALIA	0	21.425	-21.425	-100%
MAURICIO	0	16.200	-16.200	-100%
LÍBANO	0	3.996	-3.996	-100%
SENEGAL	0	9	-9	-100%
MAYOTTE	0	2.080	-2.080	-100%
<b>Total general</b>	<b>44.992.015</b>	<b>35.151.288</b>	<b>9.840.727</b>	<b>28%</b>

Fuente: SOIVRE (Valencia)

## 6.2 Evolución campaña 2011/2012 de pomelo

De 1 de septiembre de 2011 a 31 de agosto de 2012

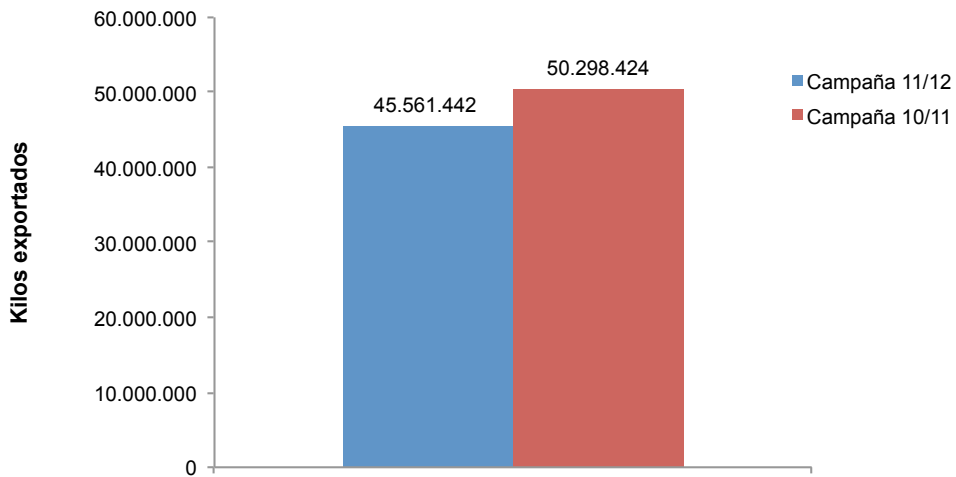


EXPORTACIÓN DE **POMELO** A PAÍSES COMUNITARIOS  
COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA  
DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO  
CAMPAÑA 2011/2012

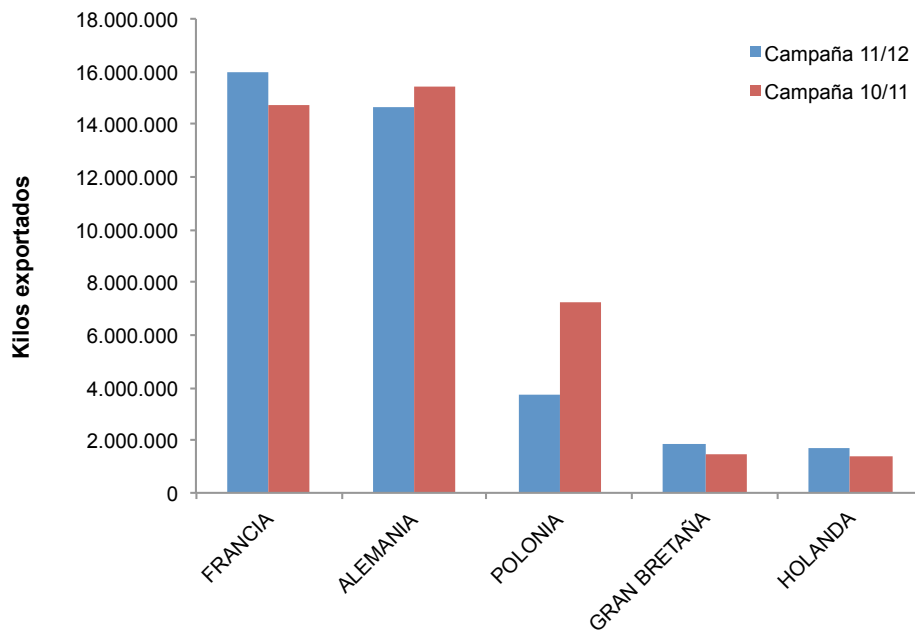
PAIS	Total POMELO 11/12	Total POMELO 10/11	Diferencia	Diferencia %
FRANCIA	<b>15.989.944</b>	<b>14.738.207</b>	<b>1.251.737</b>	<b>8%</b>
ALEMANIA	14.644.040	15.404.133	-760.093	-5%
POLONIA	3.763.908	7.233.775	-3.469.867	-48%
GRAN BRETAÑA	<b>1.830.910</b>	<b>1.473.609</b>	<b>357.301</b>	<b>24%</b>
HOLANDA	<b>1.719.033</b>	<b>1.397.320</b>	<b>321.713</b>	<b>23%</b>
ITALIA	1.375.612	2.057.786	-682.174	-33%
REP. CHECA	1.112.404	1.949.017	-836.613	-43%
BELGICA	1.086.303	1.152.660	-66.357	-6%
PORTUGAL	<b>1.031.174</b>	<b>437.898</b>	<b>593.276</b>	<b>135%</b>
AUSTRIA	706.642	1.366.005	-659.363	-48%
LETONIA	523.444	716.524	-193.080	-27%
LITUANIA	<b>348.413</b>	<b>106.012</b>	<b>242.401</b>	<b>229%</b>
ESLOVAQUIA	328.866	395.973	-67.107	-17%
ESLOVENIA	286.159	414.516	-128.357	-31%
DINAMARCA	193.811	91.485	102.326	112%
SUECIA	184.662	115.442	69.220	60%
IRLANDA	154.509	95.130	59.379	62%
HUNGRÍA	131.219	452.353	-321.134	-71%
MALTA	58.175	29.149	29.026	100%
ESTONIA	56.743	59.594	-2.851	-5%
RUMANIA	12.246	242.590	-230.344	-95%
BULGARIA	11.708	218.824	-207.116	-95%
FINLANDIA	6.150	0	6.150	-----
CHIPRE	5.061	0	5.061	-----
GRECIA	306	150.422	-150.116	-100%
LUXEMBURGO	0	0	0	-----
<b>Total general</b>	<b>45.561.442</b>	<b>50.298.424</b>	<b>-4.736.982</b>	<b>-9%</b>

Fuente: A.E.A.T.

**Comparativo de exportación de pomelo  
Acumulado de campaña a 31/08/12**



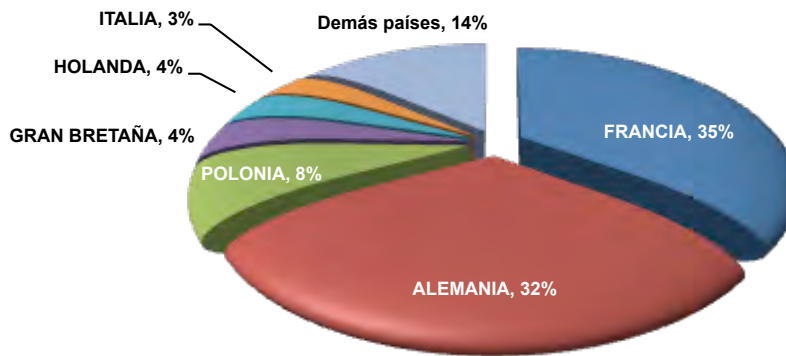
**Comparativo de países con importaciones más representativas**



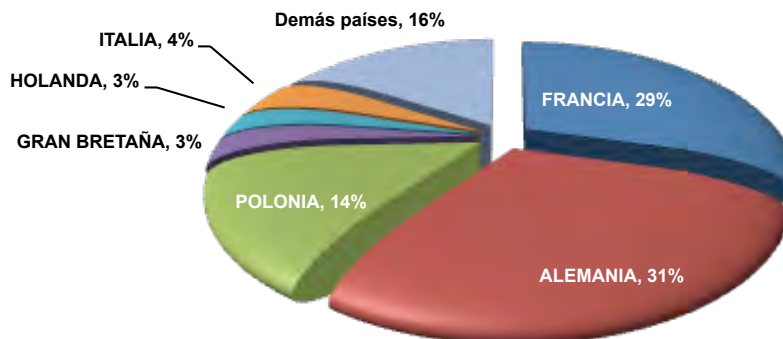
## EVOLUCION PRINCIPALES 6 MERCADOS

PAIS	Total POMELO 11/12	Total POMELO 10/11	Diferencia	Diferencia %
FRANCIA	15.989.944	14.738.207	35%	29%
ALEMANIA	14.644.040	15.404.133	32%	31%
POLONIA	3.763.908	7.233.775	8%	14%
GRAN BRETAÑA	1.830.910	1.473.609	4%	3%
HOLANDA	1.719.033	1.397.320	4%	3%
ITALIA	1.375.612	2.057.786	3%	4%
<b>Total</b>	<b>15.989.944</b>	<b>42.304.830</b>	<b>35%</b>	<b>84%</b>
Demás países	6.237.995	7.993.594	14%	16%
<b>Total general</b>	<b>45.561.442</b>	<b>50.298.424</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Porcentaje de exportaciones de POMELO  
Países más representativos  
Campaña 11/12



Porcentaje de exportaciones de POMELO  
Países más representativos  
Campaña 10/11

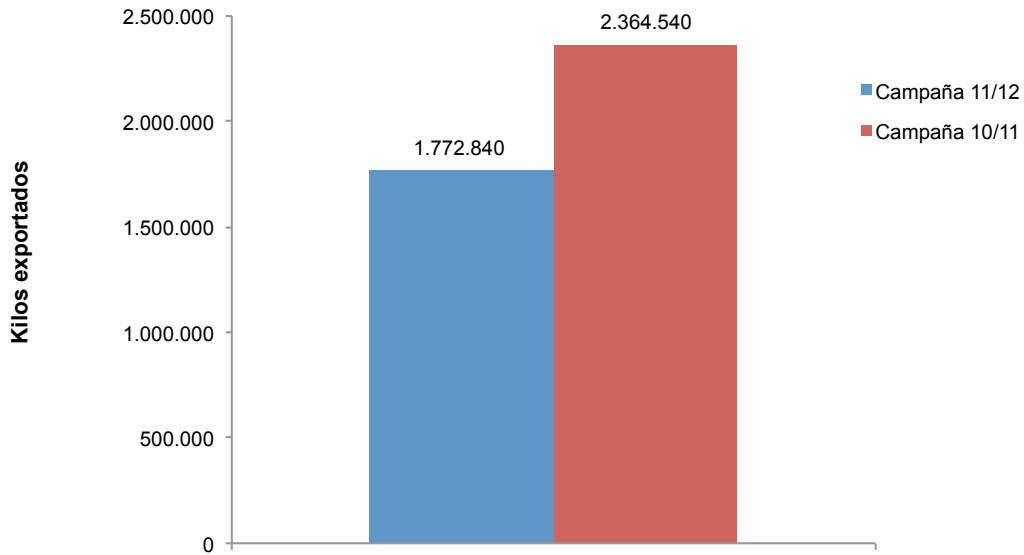


EXPORTACIÓN DE **POMELO** A TERCEROS PAÍSES  
 COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA  
 DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO  
 CAMPAÑA 2011/2012

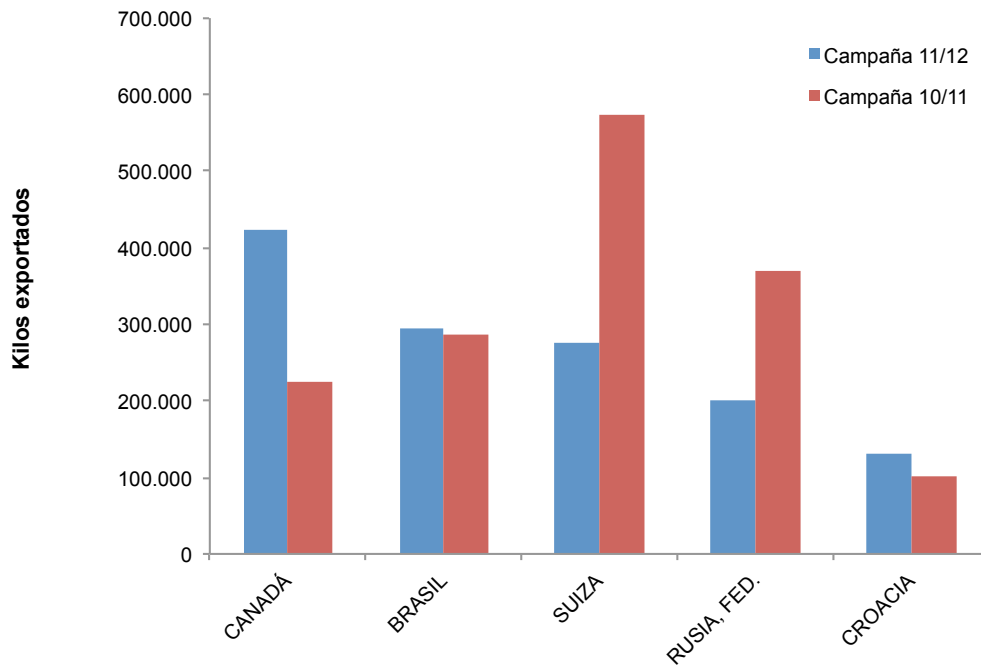
PAIS	Total POMELO 11/12	Total POMELO 10/11	Diferencia	Diferencia %
CANADÁ	422.875	225.936	196.939	87%
BRASIL	295.635	285.399	10.236	4%
SUIZA	276.837	572.661	-295.824	-52%
RUSIA, FED.	200.596	371.054	-170.458	-46%
CROACIA	131.623	102.520	29.103	28%
SUDAFRICA	99.985	117.621	-17.636	-15%
NORUEGA	96.431	17.280	79.151	458%
KAZAJSTAN	57.685	113.065	-55.380	-49%
COSTA RICA	33.978	28.212	5.766	20%
EMIRAT. ARABES UNIDOS	26.255	82.131	-55.876	-68%
SERBIA	21.000	59.204	-38.204	-65%
ARABIA SAUDITA	19.940	17.306	2.634	15%
CABO VERDE	12.809	9.344	3.465	37%
UCRANIA	11.994	214.844	-202.850	-94%
ARGELIA	11.191	0	11.191	-----
BIELORRUSIA	10.830	33.925	-23.095	-68%
BOSNIA-HERZEGOVINA	7.871	4.413	3.458	78%
EL SALVADOR	6.615	8.033	-1.418	-18%
INDONESIA	5.400	9.868	-4.468	-45%
MOLDAVIA	5.400	29.043	-23.643	-81%
KUWAIT	4.103	22.372	-18.269	-82%
PANAMA	3.667	5.273	-1.606	-30%
COLOMBIA	3.480	0	3.480	-----
GIBRALTAR	2.750	1.493	1.257	84%
MAURITANIA	1.060	0	1.060	-----
GHANA	980	0	980	-----
GUINEA ECUATORIAL	948	969	-21	-2%
MARRUECOS	700	840	-140	-17%
LIBERIA	132	69	63	91%
ANDORRA	70	0	70	-----
MONTENEGRO	0	16.175	-16.175	-100%
HONDURAS	0	4.415	-4.415	-100%
ANGOLA	0	3.799	-3.799	-100%
AZERBAIJÁN	0	3.687	-3.687	-100%
MAYOTTE	0	1.939	-1.939	-100%
ISLANDIA	0	1.650	-1.650	-100%
<b>Total general</b>	<b>1.772.840</b>	<b>2.364.540</b>	<b>-591.700</b>	<b>-25%</b>

Fuente: SOIVRE (Valencia)

**Comparativo de exportación de pomelo  
Acumulado de campaña a 31/08/12**



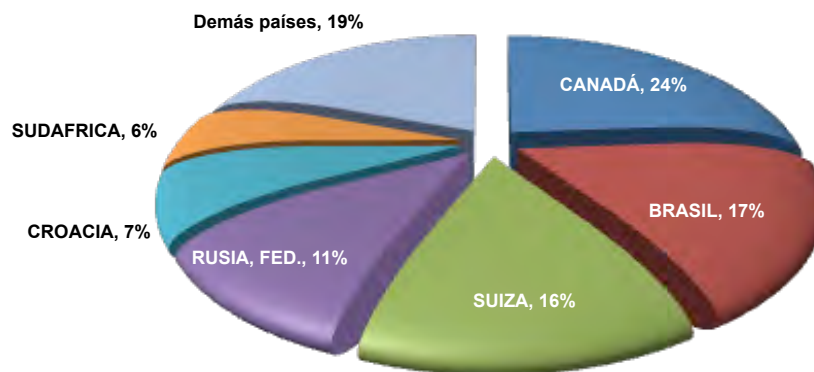
**Comparativo de países con importaciones más representativas**



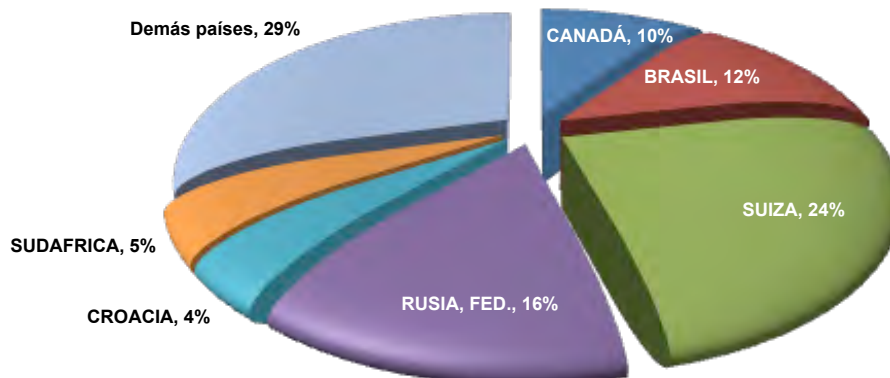
## EVOLUCION PRINCIPALES 6 MERCADOS DE PAÍSES TERCEROS

PAIS	Total POMELO 11/12	Total POMELO 10/11	Diferencia	Diferencia %
CANADÁ	422.875	225.936	24%	10%
BRASIL	295.635	285.399	17%	12%
SUIZA	276.837	572.661	16%	24%
RUSIA, FED.	200.596	371.054	11%	16%
CROACIA	131.623	102.520	7%	4%
SUDAFRICA	99.985	117.621	6%	5%
<b>Total</b>	<b>1.427.551</b>	<b>1.675.191</b>	<b>81%</b>	<b>71%</b>
Demás países	345.289	689.349	19%	29%
<b>Total general</b>	<b>1.772.840</b>	<b>2.364.540</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Porcentaje de exportaciones de POMELO  
Países más representativos  
Campaña 11/12



Porcentaje de exportaciones de POMELO  
Países más representativos  
Campaña 10/11





## 6.3 Limón con destino a industria

Informe fin de campaña 2011/2012

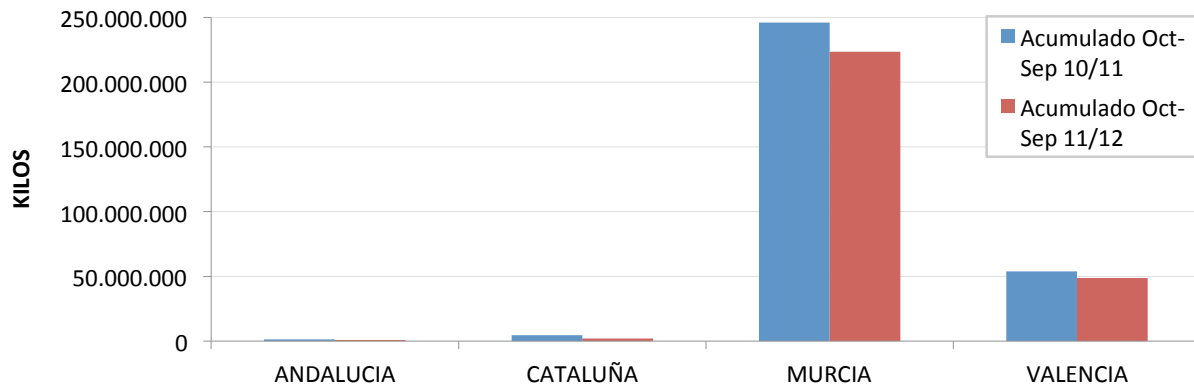


## INFORME ABSORCIÓN LIMÓN CON DESTINO A LA TRANSFORMACIÓN - CAMPAÑA 11/12 -

### DESGLOSE KG.TRANSFORMADOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS DE LAS INDUSTRIAS

CC AA	ACUMULADO OCT-SEP 2011/2012	ACUMULADO OCT-SEP 2010/2011	DIFERENCIA	DIFERENCIA %
<b>ANDALUCIA</b>	892.367	1.329.930	-437.563	-33%
<b>CATALUÑA</b>	2.085.000	4.488.000	-2.403.000	-54%
<b>MURCIA</b>	223.374.533	245.981.024	-22.606.491	-9%
<b>VALENCIA</b>	48.672.183	53.747.486	-5.075.303	-9%
<b>TOTALES</b>	<b>275.024.083</b>	<b>305.546.440</b>	<b>-30.522.357</b>	<b>-10%</b>

**GRAFICO COMPARATIVO POR COMUNIDADES AUTONOMAS**



## 6.4 Pomelo con destino a industria

Informe fin de campaña 2011/2012

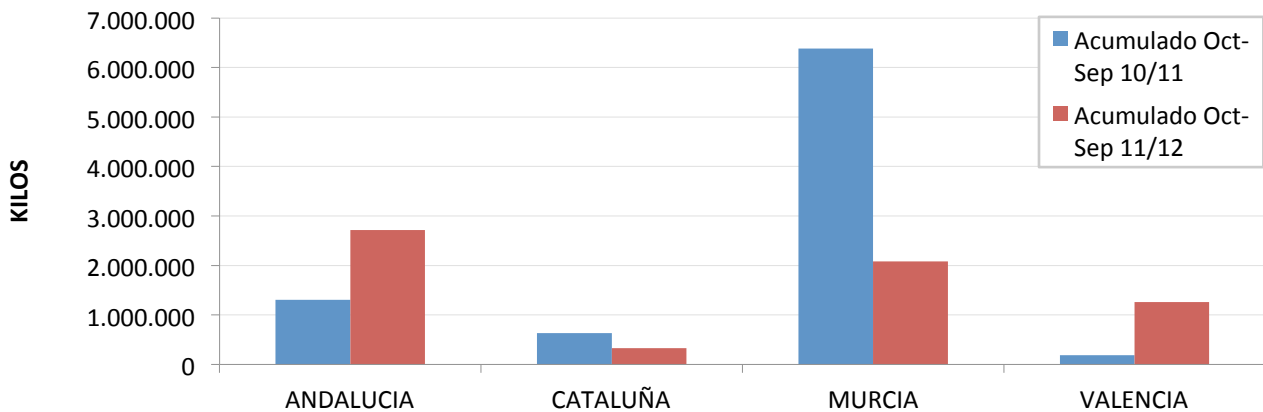


## INFORME ABSORCIÓN POMELO CON DESTINO A LA TRANSFORMACIÓN - CAMPAÑA 11/12 -

### DESGLOSE KG.TRANSFORMADOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS DE LAS INDUSTRIAS

CC AA	ACUMULADO OCT-SEP 2011/2012	ACUMULADO OCT-SEP 2010/2011	DIFERENCIA	DIFERENCIA %
<b>ANDALUCIA</b>	2.717.363	1.302.834	1.414.529	109%
<b>CATALUÑA</b>	328.964	635.045	-306.081	-48%
<b>MURCIA</b>	2.085.074	6.381.927	-4.296.853	-67%
<b>VALENCIA</b>	1.259.387	184.222	1.075.165	584%
<b>TOTALES</b>	<b>6.390.788</b>	<b>8.504.028</b>	<b>-2.113.240</b>	<b>-25%</b>

GRAFICO COMPARATIVO POR COMUNIDADES AUTONOMAS



Unidad: Kilos

Fuente: AILIMPO - AIZCE

# 6.5 Evolución campaña limón de Argentina

Fin de campaña 2012



## Exportaciones Limón Argentino Campaña 2012

### Pallets de 1134 kilos

### Total pallets acumulados por puerto de destino Hasta Semana 38/2012

Puerto	Total Pallets Hasta Semana 38 - 2012	Total Pallets Hasta Semana 38 - 2011	Dif (%)
AARHUS	380	319	19,12%
ABU DABI	0	20	-100,00%
ALBANIA	60	140	-57,14%
ALGECIRAS	460	240	91,67%
AMBERES	2.100	2.160	-2,78%
AQUABA	300	80	275,00%
ARGEL	0	340	-100,00%
AZERBAIJAN	180	260	-30,77%
BAHREIN	140	80	75,00%
BARCELONA	140	345	-59,42%
BART-MONT	360	200	80,00%
BEJAIA-ARGELIA	0	20	-100,00%
BELARUS	40	0	-----
BOSNIA	60	360	-83,33%
BULGARIA	0	136	-100,00%
BURGAS-BULGARIA	560	400	40,00%
CARTAGENA	36.898	26.226	40,69%
CEBU-FILIPINAS	20	20	0,00%
CIVITAVECCHIA-ITALIA	0	100	-100,00%
CONSTANZA-RUM	40	1.679	-97,62%
COPENHAGEN	40	100	-60,00%
DAMMAN	40	140	-71,43%
DAVAO	20	20	0,00%
DOHA	0	140	-100,00%
DUBAI	0	893	-100,00%
DUBLÍN	420	260	61,54%
DURRES/ALBANIA	460	320	43,75%
ESLOVENIA	0	60	-100,00%
FILADELFP-CANADA	60	0	-----
FLUSHING-NED	16.785	0	-----
FOS SUR MER	2.080	2.240	-7,14%
GDANSK.POL	729	1.890	-61,43%
GANDIA	1.384	0	-----
GÉNOVA	7.140	4.395	62,46%
GIOIA TAURO	840	1.020	-17,65%
HAMBURGO	940	2.073	-54,66%
HELSINGBORG	660	320	106,25%
HELSINKI	0	80	-100,00%
HERAKLION-GR	0	140	-100,00%
HONG KONG	2.540	2.336	8,73%
IRAK	700	0	-----
IZMIT KORFEZI	460	0	-----
JEBEL ALI	556	1.440	-61,39%
JEDDAH	3.292	2.792	17,91%
JEDDAH-JORDANIA	0	260	-100,00%
KAZAJASTAN	0	20	-100,00%
KLAYPEDA-LIT	840	680	23,53%
KOPER-ESL	200	140	42,86%
KOTA KINABALU	20	74	-72,97%
KUALA LUMPUR	40	0	-----
KUWAIT	80	220	-63,64%
LE HAVRE	300	140	114,29%
LEGHORN	0	60	-100,00%
LIMASSOL	900	1.076	-16,36%
LISBOA	1.402	800	75,25%
LIVORNO	9.960	9.944	0,16%
LUANDA	200	80	150,00%
MALMO	0	20	-100,00%

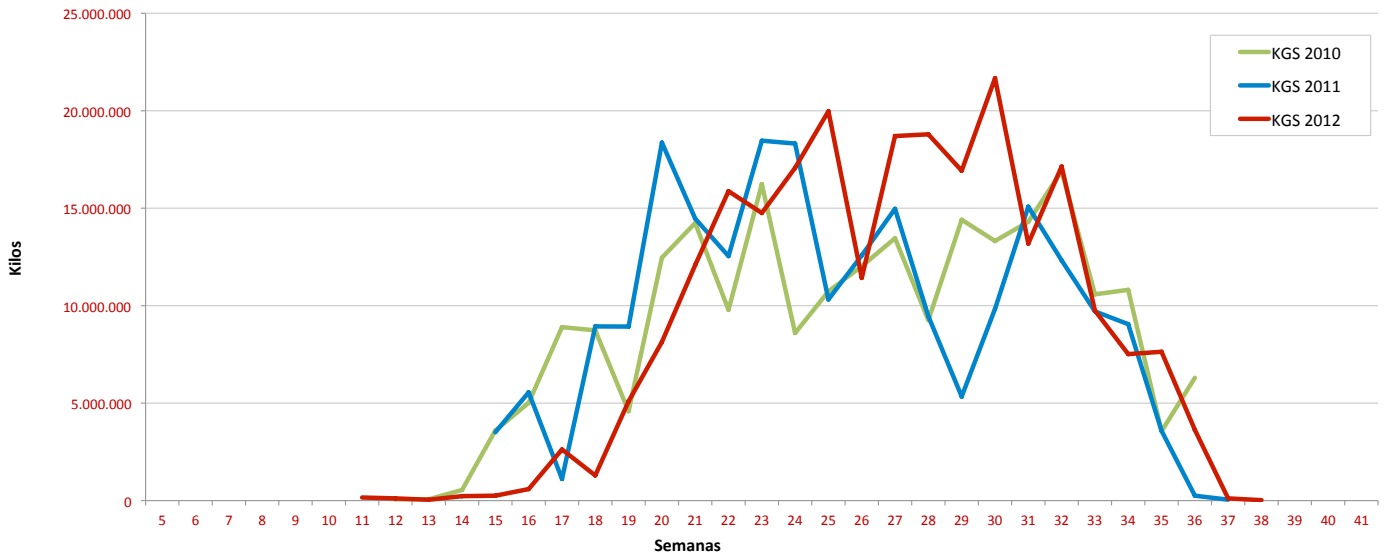
## Exportaciones Limón Argentino Campaña 2012 Pallets de 1134 kilos

### Total pallets acumulados por puerto de destino Hasta Semana 38/2012

Puerto	Total Pallets Hasta Semana 38 - 2012	Total Pallets Hasta Semana 38 - 2011	Dif (%)
MANILA	200	185	8,11%
MERSIN-TUR	300	160	87,50%
MONTREAL	2.020	1.279	57,94%
NAPOLES	0	60	-100,00%
NORTH HARBOR-MANILA	40	0	-----
ODESSA-UC	4.477	10.082	-55,59%
OSLO	660	620	6,45%
PIREAUS	280	420	-33,33%
PLOCE-BOSNIA	0	20	-100,00%
PLOCE-CROACIA	110	263	-58,17%
PORT KELANG	340	240	41,67%
POTTI-AZERBAIJÁN	20	80	-75,00%
POTTI-BAKU	160	0	-----
POTTI-GEORGIA	540	543	-0,55%
QATAR	20	20	0,00%
RIGA-LET	140	320	-56,25%
RIJEKA	180	60	200,00%
RIJEKA-BOSNIA	80	20	300,00%
RIJEKA-SERBIA	60	40	50,00%
ROTTER-AUSTRIA	100	0	-----
ROTTER-CROACIA	300	0	-----
ROTTER-COPENHAGEN	20	0	-----
ROTTER-REP. CHECA	60	540	-88,89%
ROTTER-UKRANIA	100	0	-----
ROTTERDAM	35.357	45.343	-22,02%
RUMANÍA	0	7	-100,00%
SALERNO	340	0	-----
SAN PET - KYRGYZSTAN	40	0	-----
SAN PETERSBURGO	32.005	33.232	-3,69%
SERBIA	40	189	-78,84%
SHARJAH	800	0	-----
SHUWAIK	80	160	-50,00%
SINGAPUR	380	140	171,43%
SPLIT	20	0	-----
SUIZA	0	100	-100,00%
SURABAYA	640	140	357,14%
TARRAGONA	0	1.458	-100,00%
THAMESPORT	355	520	-31,73%
THES-ALBANIA	40	100	-60,00%
THES-MACEDONIA	20	0	-----
THES-RUMANIA	200	160	25,00%
THES-UCRANIA	0	10	-100,00%
THESALENIKE	14.738	13.471	9,41%
TILBURY	4.939	3.360	46,99%
TORONTO	5.159	3.198	61,32%
TRIPOLI	100	0	-----
VADO	12.386	12.046	2,82%
VALENCIA	0	40	-100,00%
VALLETA	20	0	-----
VARNA-BUL	160	0	-----
VIGO	100	0	-----
VLADIVOSTOK	280	100	180,00%
VOLOS-GRECIA	0	40	-100,00%
YAKARTA	20	340	-94,12%
YUZHNY	2.600	0	-----
<b>TOTAL Campaña</b>	<b>215.852</b>	<b>196.404</b>	<b>9,90%</b>

(Fuente: Federicrus, Top Info Marketing, S.A.)

**EVOLUCIÓN SALIDAS LIMÓN DE ARGENTINA 2012**





## 6.6 Evolución campaña pomelo de Argentina

Fin de campaña 2012





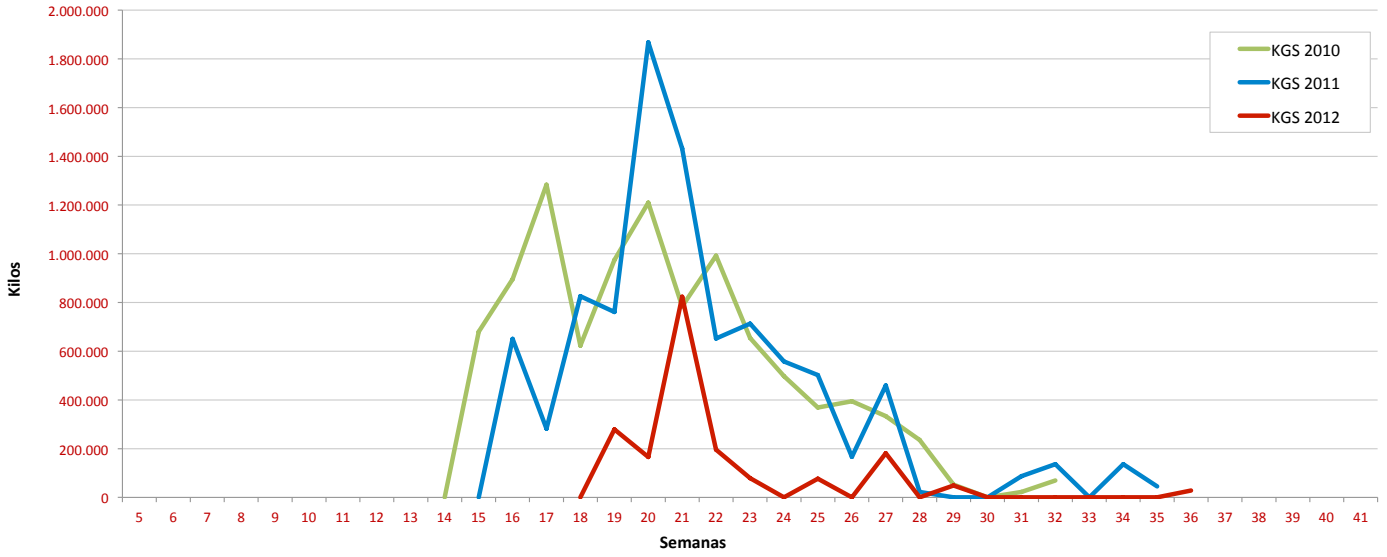
## Exportaciones Pomelo Argentina Campaña 2012 Pallets de 1134 kilos

### Total pallets acumulados por puerto de destino Semana 36/2012

Puerto	Total Pallets Hasta Semana 36 - 2012	Total Pallets Hasta Semana 36 - 2011	Dif (%)
AMBERES	0	21	-100,00%
BARCELONA	0	21	-100,00%
BAR-MONT	0	40	-100,00%
CARTAGENA	23	521	-95,59%
COPENHAGEN	0	40	-100,00%
FLUSHING-NED	328	0	-----
FOS SUR MER	40	210	-80,95%
GÉNOVA	126	21	500,00%
HAMBURGO	0	20	-100,00%
HELSINGBORG	0	41	-100,00%
HONG KONG	0	40	-100,00%
JEDDAH	0	20	-100,00%
KLAYPEDA-LIT	0	80	-100,00%
LIVORNO	0	40	-100,00%
MONTREAL	42	0	-----
ODESSA-UC	45	575	-92,17%
PLOCE-CROACIA	0	20	-100,00%
ROTTERDAM	659	4.140	-84,08%
SAN PETERSBURGO	184	864	-78,70%
SERBIA	0	40	-100,00%
SLIT	0	40	-100,00%
TARRAGONA	0	372	-100,00%
THES-BULGARIA	0	84	-100,00%
THESALENIKE	0	186	-100,00%
TILBURY	84	123	-31,71%
TORONTO	0	83	-100,00%
VADO	0	538	-100,00%
VALENCIA	126	20	530,00%
<b>TOTAL Campaña</b>	<b>1.657</b>	<b>8.200</b>	<b>-79,79%</b>

(Fuente: Federcitrus, Top Info Marketing, S.A.)

**EVOLUCIÓN SALIDAS POMELO DE ARGENTINA 2012**



# 6.7 Evolución campaña limón de Turquía

Fin de campaña 2011/2012



## EXPORTACIONES DE LIMÓN TURCO ACUMULADO DE LA CAMPAÑA 2011/2012

(Fuente: Asociación de Exportadores de Mersin)

Destino	ACUMULADO C. 2011/2012	% Sobre Total
Rusia	62.798.555	18,4%
Arabia Saudí	58.707.313	17,2%
Irak	57.604.083	16,9%
Ucrania	33.128.323	9,7%
Rumanía	22.621.730	6,6%
Polonia	11.036.531	3,2%
Alemania	8.413.410	2,5%
Siria	8.383.956	2,5%
Serbia	7.218.043	2,1%
Bulgaria	6.368.191	1,9%
Grecia	5.733.036	1,7%
Rep. Checa	5.732.314	1,7%
Reino Unido	5.083.584	1,5%
Azerbaijan	4.588.212	1,3%
Holanda	3.665.311	1,1%
Italia	3.086.381	0,9%
Bosnia	2.854.166	0,8%
Eslovaquia	2.833.932	0,8%
Hungría	2.687.706	0,8%
Georgia	2.175.034	0,6%
Moldavia	2.128.004	0,6%
Croacia	1.962.940	0,6%
Emiratos Árabes	1.614.428	0,5%
Bielorrusia	1.522.677	0,4%
Macedonia	1.496.431	0,4%
Malasia	1.443.581	0,4%
Kuwait	1.425.679	0,4%
Lituania	1.281.187	0,4%
Letonia	1.259.267	0,4%
Singapur	1.140.994	0,3%
Irán	1.133.523	0,3%
Canadá	1.050.694	0,3%
Jordania	1.042.500	0,3%
Eslovenia	900.470	0,3%
Hong Kong	819.510	0,2%
Kazajastán	761.452	0,2%
Kosovo	658.298	0,2%
Dinamarca	563.825	0,2%
Uzbekistan	558.547	0,2%
Kyrgyzastan	482.375	0,1%
Francia	463.303	0,1%
Austria	443.059	0,1%
Montenegro	324.748	0,1%
Noruega	314.643	0,1%
Bélgica	312.123	0,1%
EEUU	305.200	0,1%
Albania	282.412	0,1%
Indonesia	204.750	0,1%
Turkemenistán	180.289	0,1%
Suecia	101.304	0,0%
Tajikistán	47.500	0,0%
Brunei	42.707	0,0%
Sudán	7.600	0,0%
<b>Total 2011-2012</b>	<b>340.995.831</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total 2010-2011</b>	<b>330.051.402</b>	
<b>Diferencia</b>	<b>3,3%</b>	

Kilos

# 6.8 Exportación de cítricos de Sudáfrica

Año 2012





Fuente: Con la autorización de la Citrus Growers Association

## *Campaña exportación cítricos SUDÁFRICA 2012*

### ACUMULADO HASTA SEMANA 35 (TONS)

	Exportado Acumulado 2012	Exportado Acumulado 2011	Dif. %	Previsión Inicial Exportación 2012 Total	Previsión Actualizada Exportación 2012 Total	Pendiente Exportar 2012
<b>Pomelos</b>	190.500	214.500	-11%	228.000	190.500	0%
<b>Peq. Cítricos</b>	109.500	105.000	4%	114.000	114.000	4%
<b>Limones</b>	138.000	145.500	-5%	166.500	138.000	0%
<b>Naranjas</b>	753.000	756.000	0%	1.035.000	1.021.500	26%
<b>TOTAL</b>	<b>1.191.000</b>	<b>1.221.000</b>	<b>-3%</b>	<b>1.543.500</b>	<b>1.464.000</b>	<b>19%</b>

## 6.9 Informe referencias de precios de limón Fino a nivel producción

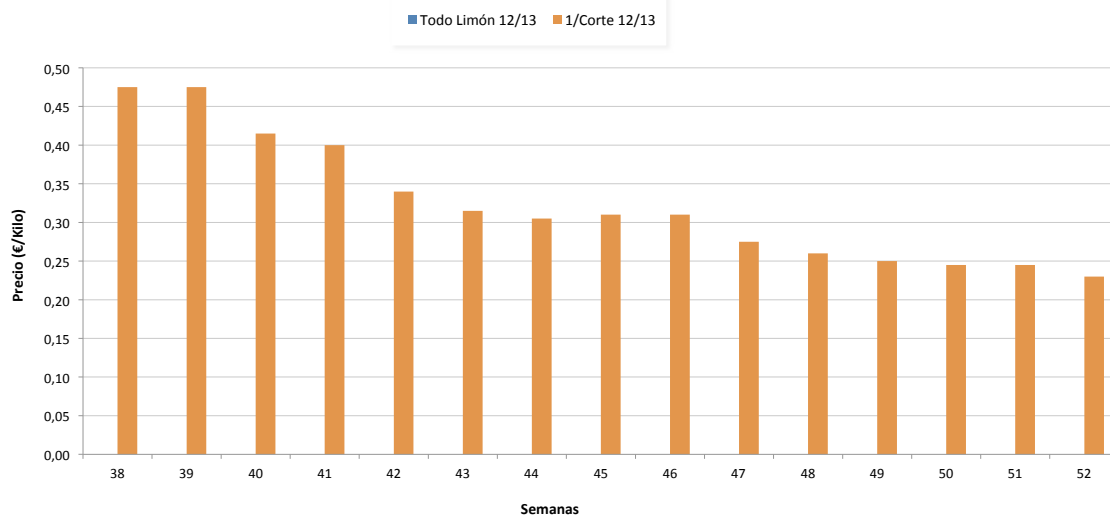
Campaña 2012/2013





## INFORME REFERENCIAS DE PRECIOS DE LIMÓN FINO A NIVEL PRODUCCIÓN CAMPAÑA 2012 / 2013

CAMPAÑA 2012 / 2013 LIMÓN FINO						
SEMANA	MODALIDAD TODO LIMÓN			MODALIDAD 1/CORTE		
	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA
Referencias	Precios € / Kg			Referencias Precios € / Kg		
38	0,00	0,00	0,00	0,45	0,50	0,48
39	0,00	0,00	0,00	0,45	0,50	0,48
40	0,00	0,00	0,00	0,40	0,43	0,42
41	0,00	0,00	0,00	0,38	0,42	0,40
42	0,00	0,00	0,00	0,30	0,38	0,34
43	0,00	0,00	0,00	0,28	0,35	0,32
44	0,00	0,00	0,00	0,27	0,34	0,31
45	0,00	0,00	0,00	0,28	0,34	0,31
46	0,00	0,00	0,00	0,28	0,34	0,31
47	0,00	0,00	0,00	0,24	0,31	0,28
48	0,00	0,00	0,00	0,24	0,28	0,26
49	0,00	0,00	0,00	0,23	0,27	0,25
50	0,00	0,00	0,00	0,20	0,29	0,25
51	0,00	0,00	0,00	0,22	0,27	0,25
52	0,00	0,00	0,00	0,20	0,26	0,23



Fuente: Ailimpo y Consejería de Agricultura y Agua de Murcia

## 6.10 Evolución de precios de limón y pomelo al consumidor

Año 2012



## PRECIOS LIMÓN CONSUMIDOR EN MERCADO NACIONAL. SEMANA 52 - 2012



		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	Semana 52/2011	Dif. % Sem. 52 vs 11
<b>LIMÓN</b>	<b>Tipo Confección</b>	€	€	%	€	%
	Malla 1 Kg	1,49	1,29	-13%	1,19	8,40%
	A granel €/Kg	1,60	1,60	0%	1,29	24,03%
	Limón Premium M/500 gr	0,85	0,85	0%	0,49	73,47%
	Limón Ecológico Band. 600 gr	0,95	0,95	0%		
	Malla 1 Kg	1,75	1,75	0%	1,30	34,62%
	Limón Eco. Bandeja 750 gr	2,99	2,99	0%	1,69	76,92%
	Malla 500 gr	0,85	0,85	0%	0,89	-4,49%
	A granel €/Kg	2,20				
	Malla 1 Kg	1,50	1,50	0%	1,19	26,05%
	Malla 750 gr	0,99	0,99	0%	0,79	25,32%
	M/1 Kg Auchan Prod. Controlada	1,39	1,39	0%		
	Malla 1 Kg	1,49	1,49	0%	0,99	50,51%
	A granel €/Kg	1,49	1,49	0%	0,99	50,51%
	A granel €/Kg L. Verna Cat I Cal 2-3	1,19	1,19	0%		
	Malla 1 Kg Cat I Eureka 58-67 mm	1,45	1,45	0%		
	A granel €/Kg Primofiori 58 +mm	1,50	1,50	0%		
	Malla 1 Kg	1,60	1,60	0%		

		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	Semana 52/2011	Dif. % Sem. 52 vs 11
<b>LIMÓN</b>	<b>Tipo Confección</b>	€	€	%	€	%
	Limón Malla 1 Kg	1,45	1,35	-7%	1,19	13,45%
	A granel €/Kg	1,50	1,45	-3%	1,29	12,40%
	Malla 1 Kg	1,75	1,75	0%	1,30	34,62%
	Limón Primofiori M/1 Kg Cat I Cal 4	1,39	1,39	0%		
	Malla 500gr	0,89	0,89	0%		
	Limón a granel €/Kg	1,50	1,50	0%		
	A granel €/Kg	1,55	1,09	-30%		
	A granel €/Kg Cat 1ª Cal 3-4	1,49	1,30	-13%		
	Malla 1 Kg Cat 1ª Cal 4	1,50	1,35	-10%		
	Limón Primofiori €/Kg	1,00	1,00	0%		

COLABORA:








"Cualquier opinión contenida en este documento es responsabilidad exclusiva de Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo y no representa la opinión del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente"

## PRECIOS POMELO CONSUMIDOR EN MERCADO NACIONAL. SEMANA 52 - 2012



		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	Semana 52/2011	Dif. % Sem. 52 12 vs 11
POMELO	Tipo Confección	€	€	%	€	%
	A granel €/Kg	1,45			1,15	-100,00%
	Rojo 1ª a granel €/Kg	1,65	1,65	0% →	1,50	10,00%
	Rojo Bandeja 1 Kg	1,75	1,75	0% →	1,65	6,06%
	Rojo Bandeja 500 gr	0,73	0,73	0% →	1,00	-27,00%
	Malla 3 uds. Pom. Rojo	1,00	1,00	0% →	0,65	53,85%
	Pomelo Rojo M/750 gr	0,99	0,99	0% →		
	Pomelo mesa Ud.	2,49	2,49	0% →	1,99	25,13%
	Pomelo €/Kg	1,45	1,35	-7% ↓		

		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	Semana 52/2011	Dif. % Sem. 52 12 vs 11
POMELO	Tipo Confección	€	€	%	€	%
	Rojo €/Kg	1,45	1,45	0% →	1,29	12,40%
	Rojo Bandeja 1 Kg	1,75	1,75	0% →	1,65	6,06%
	Rojo €/Kg	1,85	1,85	0% →		
	Rojo €/Kg Cat 1ª Cal 4-5	1,20	1,20	0% →		
	P. Star Ruby Origen Sudáfrica Cat I a granel €/kg	1,75	1,75	0% →		
	Pomelo Star Ruby Cat I €/Kg	1,39	1,39	0% →	1,19	16,81%









COLABORA:





## PRECIOS LIMÓN CONSUMIDOR EN MERCADOS EUROPEOS. SEMANA 52 - 2012

		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	Semana 52/2011	Dif. % Sem. 52 12 vs 11
	<b>ALEMANIA</b>					
	<b>Tipo Confección</b>	€	€	%	€	%
	REWE Unidad BIO	0,99	0,99	0% →	0,79	-12,66%
	Unidad Primof.	0,69	0,69	0% →		
	BIO Malla 500 gr	1,49	1,49	0% →		
	TENGMANN Malla 500 gr BIO	1,11	1,59	43% ↑	1,29	54,26%
	Malla 500 gr Primof.	1,99	1,99	0% →		
	Unidad ES	0,89	0,89	0% →		
	<b>REINO UNIDO</b>					
	<b>Tipo Confección</b>	€	€	%	€	%
	TESCO Unidad -TUR	0,35	0,35	0% →	0,27	29,63%
	M/4 uds. Unwaxed	1,57	1,57	0% →		
	M/3 uds. Org. Unw.	1,74	1,74	0% →		
	Promoc. 2 M/3 uds. Org. Unw.	2,90	2,90	0% →		
	M/6 uds. Tesco Everyday Value	0,68	0,68	0% →		
	ASDA Unidad	0,35	0,35	0% →	0,35	0,00%
	Malla 4 uds. Org. Unw.	2,17	2,17	0% →		
	M/5 uds. Unwaxed	1,45	1,45	0% →		
	M/5 Uds. ASDA Smartprice	0,68	0,68	0% →		
	M/7 Uds. ASDA	1,16	1,16	0% →		
	SAINSBURY'S Unidad	0,35	0,35	0% →	0,35	0,00%
	Malla 5 uds. Unwaxed	1,74	1,74	0% →		
	Prom. 2 M/5 uds. Unwaxed	2,90	2,90	0% →		
	Malla 4 uds. Org. Unwaxed	1,74	1,74	0% →		

		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	Semana 52/2011	Dif. % Sem. 52 12 vs 11
	<b>FRANCIA</b>					
	<b>Tipo Confección</b>	€	€	%	€	%
	CARREFOUR Malla 600 gr Cal 4 - ES	2,15	2,15	0% →	1,65	30,30%
	Malla 600 gr Cal 5 - ES	2,05	2,05	0% →		
	Malla BIO 500 gr Cat 2 - IT	2,42	2,42	0% →		
	AUCHAN Unidad - ES	0,40	0,40	0% →	0,39	2,56%
	Granel €/Kg - ES	1,95	1,95	0% →		
	Limón BIO 4 uds. - ES	1,31	1,31	0% →		
	E.LECLERC Granel €/Kg - ARG Eureka	0,80	0,80	0% →	0,99	0,00%
	Bolsa 4 uds. 500 gr ES primof. Sin tratar	0,99	0,99	0% →		
	BIO Caja 4 uds. Eureka Origen Sudáfrica	1,79	1,30	-27% ↓		
	M/500gr ES primof.	1,50	1,50	0% →		
	CASINO Granel €/Kg - ES sin tratar	4,10	4,10	0% →	1,00	29,00%
	Malla 500 gr - ES	1,29	1,29	0% →		
	Granel €/Kg - ES	3,00	3,00	0% →		
	MONOPRIX Malla 500 gr - ES	1,54	1,54	0% →		
	<b>SUIZA</b>					
	<b>Tipo Confección</b>	€	€	%	€	%
	MIGROS Unidad Primof. ES	0,55	0,55	0% →	0,47	17,02%
	Malla 1Kg - ES	1,26	1,26	0% →		
	3 Uds. Limón BIO ES/IT	1,50	1,50	0% →		
	COOP Unidad - SUDAF/ES	0,51	0,51	0% →	0,47	8,51%
	Malla 500 gr - SUDAF	1,90	1,90	0% →		
	BIO 120 gr - IT	0,63	0,63	0% →		

Colabora:



Reino Unido: Aplicado tipo de cambio 1£ = 1,16€








Suiza: Aplicado tipo de cambio 1Fr = 0,79€

Fuente: elaboración de AILIMPO con precios de páginas web supermercados

"Cualquier opinión contenida en este documento es responsabilidad exclusiva de Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo y no representa la opinión del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente"



## PRECIOS POMELO CONSUMIDOR EN MERCADOS EUROPEOS. SEMANA 52 - 2012

		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	Semana 52/2011	Dif. % Sem. 52 12 vs 11
	<b>ALEMANIA</b>	Tipo Confección		€	€	%
	Rojo Star Ruby Ud. Israel	0,99	0,99	0%	→	
	Pomelo Blanco Ud.	3,99	3,99	0%	→	
	Pomelo M/1,5 Kg	2,49	2,49	0%	→	
	Ud. Pomelo blanco	2,49	2,49	0%	→	
	<b>REINO UNIDO</b>	Tipo Confección		€	€	%
	Amarillo Ud.	0,58	0,58	0%	→	0,41 41,46%
	Rojo Ud.	0,58	0,58	0%	→	0,41 41,46%
	Pack 4 Uds. Pomelo Tesco	1,62	1,62	0%	→	
	2 Uds. Pomelo Rosa	1,45	1,45	0%	→	
	Rojo Ud.	0,42	0,42	0%	→	0,46 -8,70%
	Blanco Ud.	0,41	0,41	0%	→	0,41 0,00%
	Pack 3 Uds. Rojo ASDA	1,57	1,57	0%	→	1,40 12,14%
	Blanco Ud.	0,52	0,52	0%	→	0,41 26,83%
	Rosa Ud.	0,66	0,66	0%	→	0,58 13,79%
	Rojo Ud.	0,54	0,54	0%	→	0,46 17,39%
	Prom. 2 Uds. Rojo	0,87	0,87	0%	→	










Colabora:

Reino Unido: Aplicado tipo de cambio 1£ = 1,16€

Suiza: Aplicado tipo de cambio 1Fr = 0,79€

Fuente: elaboración de AILIMPO con precios de páginas web supermercados



		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	Semana 52/2011	Dif. % Sem. 52 12 vs 11
	<b>FRANCIA</b>	Tipo Confección		€	€	%
	Rojo Ud. Israel	1,10	1,00	-9%	↓	1,42 -29,58%
	Blanco Ud. Florida	1,42	1,42	0%	→	1,08 31,48%
	Pom. Chino €/Kg	2,77	2,77	0%	→	
	Pomelo BIO México Ud.	1,31	1,31	0%	→	
	Rosa Ud. Florida	0,69	0,69	0%	→	
	Pomelo México €/Kg	1,95	1,95	0%	→	
	Pomelo China Ud.		1,99			
	Rojo Star Ruby Ud. Sudáf.	0,50	0,50	0%	→	
	Pomelo Chino	2,20	2,20	0%	→	2,90 -24,14%
	2 Uds. Poml BIO Italia Cat 2	1,90	1,90	0%	→	
	3 Uds. Pomelo Israel Cat 2	0,99	0,99	0%	→	0,99 0,00%
	Pomelo Rosa Ud. USA	1,20	1,20	0%	→	0,85 41,18%
	Pomelo Rosa €/Kg Cal 40	2,30	2,30	0%	→	
	<b>SUIZA</b>	Tipo Confección		€	€	%
	Rojo 2 Uds. Sudáf.	1,90	1,90	0%	→	
	Blanco 2 Uds. Sudáf.	2,21	2,21	0%	→	
	Pom. Rojo Ud. Israel	2,77	2,77	0%	→	
	Rojo BIO Ud. España	1,07	1,07	0%	→	1,42 -24,65%
	Pomelo Sweetie Verte	0,94	0,94	0%	→	1,03 -8,74%
	Rojo Ud. México/Israel	0,71	0,71	0%	→	0,83 -14,46%

"Cualquier opinión contenida en este documento es responsabilidad exclusiva de Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo y no representa la opinión del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente"