
Memoria 2011



Índice



1. Reuniones de Órganos de Gobierno	4
2. Actuaciones en el ámbito del sector fresco y de la producción	5
2.1 AILIMPO en Fruit Logística 2011 con el Protocolo de Homologación de Almacenes	5
2.2 Contratos homologados de limón y pomelo para fresco y transformación en zumo 2011-2012	5
2.3 Reportaje Pomelo Español en la publicación "Spain Gourmetour" de ICEX	7
2.4 Gestiones problemática Bacteria Escherichia Coli	7
2.5 Grupo de Cítricos FRESHFEL EUROPE	8
2.6 Nuevas normas de calidad para cítricos	8
2.7 Manual de pautas generales para la exportación de cítricos a países terceros. MARM Julio 2011	9
2.8 AILIMPO actualiza el Manual de Materias Activas y Recomendaciones en tratamientos para Limón	10
2.9 Finalización de la Campaña 2010/2011	11
2.10 Aforo de cosecha de limón AILIMPO 2011/2012	12
2.11 Proyecto web 2.0 de AILIMPO	12
2.12 Seguimiento campaña de comercialización	13
2.13 Presentación AECOC Almacenes Homologado	13
2.14 Servicio Intrastat	13
2.15 Informes de evolución de campaña	13
2.16 Informes de exportaciones de Argentina y Tucumán Report	13
2.17 Informes campaña de cítricos de Turquía	13
2.18 Informes campaña de cítricos de Sudáfrica	13
2.19 AILIMPO felicita al nuevo Ministro de Agricultura	14
2.20 Informes de precios al consumidor en supermercados nacionales y europeos	14

3. Actuaciones en el ámbito de la industria	16
3.1 <i>Contratos homologados de limón y pomelo para industria 2011/2012</i>	16
3.2 <i>Modificación Directiva de Zumos</i>	16
3.3 <i>Carbendazima en zumo de naranja de Brasil</i>	16
3.4 <i>Problemática Prochloraz</i>	17
3.5 <i>AILIMPO promociona el uso de zumo de limón como acidulante</i>	17
3.6 <i>Información estadística de transformación mensual</i>	18
4. Otras actuaciones	19
4.1 <i>AILIMPO superó con éxito la auditoría del Certificado de Registro de Empresa</i>	19
5. Informe encuestas satisfacción asociados AILIMPO	20
6. Anexo estadístico año 2011	30
6.1 <i>Evolución campaña 2010/2011 de limón</i>	31
6.2 <i>Evolución campaña 2010/2011 de pomelo</i>	37
6.3 <i>Limón con destino a industria. Informe fin de campaña 2010/2011</i>	44
6.4 <i>Pomelo con destino a industria. Informe fin de campaña 2010/2011</i>	46
6.5 <i>Evolución campaña limón de Argentina 2011</i>	48
6.6 <i>Evolución campaña pomelo de Argentina 2011</i>	51
6.7 <i>Exportación de cítricos de Sudáfrica 2011</i>	54
6.8 <i>Evolución precio limón en campo. Últimas tres campañas</i>	56
6.9 <i>Evolución de precios de limón y pomelo al consumidor. Año 2011</i>	59
7. Dossier de prensa año 2011	63

1. Reuniones de Órganos de Gobierno

Celebradas en el año 2011

ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA	COMISIÓN TRANSFORMADOS	ALMACENES HOMOLOGADOS	SEGUIMIENTO MERCADO	JUNTA DIRECTIVA
24 Marzo	3 Marzo	4 Mayo	19 Abril	27 Enero
			21 Septiembre	7 Abril
			16 Noviembre	18 Mayo
			3 Diciembre	1 Junio
			21 Diciembre	14 Junio
				29 Junio
				12 Julio
				27 Julio
				15 Septiembre
				26 Octubre
				23 Noviembre



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

Realizadas durante el año 2011

2.1 AILIMPO en Fruit Logística 2011 con el Protocolo de Homologación de Almacenes

AILIMPO participó en la edición de Fruit Logística Berlín 2011, del 9 al 11 de febrero, en el marco del Stand de MARM e ICEX (Hall 11.2. Stand A-04) con el fin de difundir y promover el Protocolo de los Almacenes Homologados y su Etiqueta de Calidad con Marca Propia de AILIMPO.



Conseguimos aprovechar al máximo la oportunidad que nos brindó el MARM e ICEX, y gracias a ello nuestra presencia en el Stand fue muy útil y eficaz. Con esta finalidad dispusimos de un espacio que utilizamos como punto informativo y entrega de documentación (información del protocolo, listado de empresas certificadas...)

AILIMPO presentó en la reunión que celebra FRESHFEL EUROPE en el marco de la Feria Fruit Logística de Berlín, el Sistema de Certificación y Homologación de Almacenes de Limón creado por la propia interprofesional, y que se configura 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 diseño y elaboración de este protocolo fue uno de los retos de AILIMPO cumplido durante 2009, que comenzó a implementarse en 2010 y que continuó en 2011, y que ahora se presenta de forma pública a los importadores, supermercados y cadenas de distribución europeas aprovechando la cita de Fruit Logística en Berlín, y la reunión que celebra FRESHFEL EUROPE, la Asociación Europea de Frutas y Hortalizas con sede en Bruselas. Esta presentación forma parte del plan de comunicación y marketing de AILIMPO que se realiza con el apoyo económico del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), con el fin de dar a conocer y difundir este sistema de certificación basado en la autorregulación del sector.

2.2 Contratos homologados de limón y pomelo para fresco y para transformación en zumo 2011-2012

El 4 de Octubre se publicaron en el BOE los textos de los contratos de Limón y Pomelo con destino a comercialización en fresco y transformación en zumo que fueron aprobados por unanimidad por AILIMPO y posteriormente han sido autorizados por la Comisión Europea y homologados por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) de acuerdo con la Ley 2/2000 reguladora de los contratos tipo de productos agroalimentarios.

En el caso del contrato de limón se trata del mismo modelo que ya ha estado vigente durante la campaña 2010/2011 que ha contribuido de manera muy positiva a dar claridad y transparencia a las operaciones de compra en campo entre agricultores y operadores comerciales.



Siguiendo el mismo modelo de texto, se ha procedido a homologar y publicar en el BOE el modelo de contrato tipo para Pomelos.

Objetivos del Contrato

El objetivo de estos modelos de contratos de compraventa de cosecha con destino a comercialización en fresco y 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**, de forma que las partes disponen de un modelo de contrato que ha sido consensuado por los representantes de los agricultores y los representantes de los operadores comerciales 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.**

Cláusulas del contrato

Se trata de un modelo de contrato muy simple que regula de forma clara los siguientes aspectos:

- ✿ Identificación del comprador y vendedor.
- ✿ Identificación de las fincas.
- ✿ Modalidad de compra: “A Kilos” o “Por Tanto” a pactar libremente por las partes.
- ✿ Condiciones de la Recolección (fecha de inicio y finalización) y del Transporte a pactar libremente por las partes.
- ✿ Precio y Descuentos a pactar libremente por las partes.
- ✿ Forma y plazo de pago a pactar libremente por las partes.
- ✿ Forma de resolver los conflictos entre las partes.

Es importante destacar la cláusula 8ª referente a la obligación por parte del vendedor de informar al comprador sobre los tratamientos fitosanitarios y abonados realizados. De esta forma el operador comercial puede disponer de la información

adecuada para poder garantizar la calidad y la seguridad alimentaria del producto que se ofrece al mercado y a los consumidores.

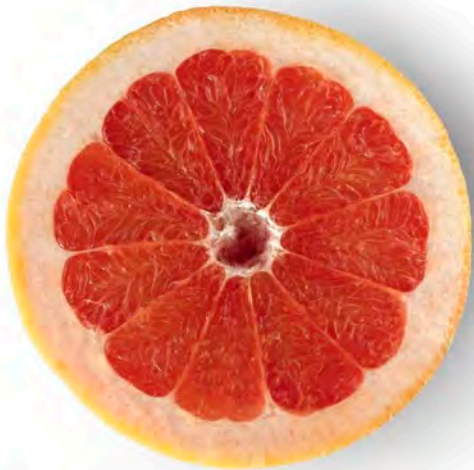
Solución de conflictos

En caso de conflicto entre las partes, AILIMPO prestará de forma gratuita su mediación y arbitraje, evitando de esta forma, acudir a la vía judicial, que siempre es más costosa y lenta, pudiendo acudir las partes, en última instancia, al arbitraje del Ministerio.

2.3 Reportaje Pomelo Español en la publicación "Spain Gourmet" de ICEX

"Spain Gourmet" es una publicación del ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) que tiene como fin promocionar en el extranjero los productos agroalimenticios, así como nuestro turismo y gastronomía. Se edita cada cuatro meses en inglés, francés, alemán y español y se distribuye a través de las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el extranjero.

PULP



44 MAYO-AGOSTO 2011 09481008810108

En su número 44 se incluyó un reportaje sobre el pomelo español en el que colaboró AILIMPO. En él se informaba de la historia, técnicas de producción, mercados y particularidades nuestro pomelo, junto a una serie de recetas en las que se usa como ingrediente.

2.4 Gestiones problemática Bacteria Escherichia Coli

AILIMPO estuvo en contacto con las distintas administraciones .

Se asistió a la reunión que se celebró a finales de Mayo en la Consejería de Agricultura de Murcia para analizar la situación y una primera valoración de daños y consecuencias. En la misma se acordó exigir a las administraciones nacional y comunitaria la adopción de medidas concretas en defensa de las producciones españolas, así como la exigencia de indemnizaciones y responsabilidades.

La Junta Directiva de AILIMPO se reunió y valoró el impacto que la situación estaba provocando sobre el sector hortofrutícola y acordó, enviar un escrito a la Ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino transmitiendo:

- ✿ La preocupación de AILIMPO por las consecuencias económicas y comerciales (pérdida de mercados, cancelación de pedidos...).
- ✿ La incidencia sobre la facturación y mano de obra en el sector.
- ✿ Solicitud de que se exijan las responsabilidades oportunas.
- ✿ Reclamación de indemnizaciones por daños y perjuicios.

La misma carta se envió a los Consejeros de Agricultura de Murcia, Valencia y Andalucía, así como al Director General de Agricultura de la Comisión Europea.

En cuanto a las actuaciones de la Comisión europea, las notas de prensa de la Comisión Europea reconocieron el impacto de esta crisis en el sector de las frutas y hortalizas. Una reunión extraordinaria de los Estados miembros con la Comisión Europea se celebró el 7 de junio para discutir las medidas de

ayuda y apoyo a esta crisis, teniendo en cuenta los mecanismos disponibles a través de la OCM. Además, se organizó una reunión extraordinaria del Consejo de Agricultura de los 27 Estados miembros el 17 de junio.

2.5 Grupo de Cítricos FRESHFEL EUROPE

El Grupo de Cítricos de FRESHFEL se reunió en el marco de la Feria de Berlín con el fin de analizar la evolución de la campaña del Hemisferio Norte y comentar las primeras impresiones y previsiones del Hemisferio Sur.



A.- Hemisferio Norte

Detalle de información de: España, Italia, Chipre, Turquía, Marruecos, Israel, China y EEUU.

Se recuerdan los datos básicos de producción inicialmente estimados para la campaña 2010/2011: Descenso del 1.6% en naranjas, aumento en pequeños cítricos del 6.9%, aumento en limones del 11.4% y descenso del 2.7% en pomelos. Es importante tener en cuenta las diferencias entre países y/o productos para un correcto análisis ya que aunque el incremento es generalizado en España, Chipre, Marruecos y EEUU, hay un marcado descenso en Grecia e Israel, mientras que la previsión es estable en Turquía. En su conjunto, para 2010/2011 se preveía un aumento de la producción del 2.2%, aunque con un descenso del 0.5% en la cuenca mediterránea y un aumento en EEUU del 12%.

B.- Hemisferio Sur

Situación del cultivo y primeras previsiones para la campaña de verano 2011: Australia, Uruguay, Chile, Perú, Sudáfrica.

La producción de cítricos en el Hemisferio Sur en 2010 fue de 5.943.000 tons, estable respecto a 2009, pero un 6% menos que la media de los últimos 5 años. Sin embargo las exportaciones aumentaron un 5% respecto a 2009 y también respecto a la media de los últimos 5 años.



Así mismo, se ha ido informado puntualmente de las distintas reuniones o teleconferencias celebradas en el seno del Grupo de Cítricos.

2.6 Nuevas normas de calidad para cítricos

En el DOUE del día 15 de junio se publicó el Reglamento de Ejecución (UE) 543/2011 de la Comisión, de 7 de junio de 2011, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) no 1234/2007 del Consejo en los sectores de las frutas y hortalizas y de las frutas y hortalizas transformadas (DOL 157, 15/06/2011). Este Reglamento entrará en vigor el séptimo día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea, es decir, el 22 de junio, y en el mismo se incluye un anejo con las Nuevas Normas Específicas de Comercialización de Cítricos.

COMENTARIOS

- ✿ Entrada en Vigor: La nueva norma de calidad entró en vigor el 22 de junio de 2011.
- ✿ Cítricos a los que se aplica: Limones, Mandarinas y Naranjas.
- ✿ ¿Qué pasa con el Pomelo?: Este Reglamento no se aplica a los pomelos. No obstante el artículo 3.1 establece que "Las frutas y hortalizas no cubiertas por una norma de comercialización específica se ajustarán a la norma general de comercialización. Sin embargo, cuando el tenedor pueda demostrar que los productos cumplen cualquier norma aplicable adoptada por la Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas (CEPE/ONU), dichos productos se considerarán conformes a la norma general de comercialización", por lo que resulta de

aplicación la Norma de Naciones Unidas en su versión de 30 de mayo de 2011. En este caso, al ser de aplicación la norma CEPE/ONU, en el caso de los pomelos el marcado de los tratamientos postcosecha sería optativo.

- ✿ Los cambios afectan fundamentalmente a: Requisitos de madurez, desglose del grupo mandarinas, contenido mínimo en zumo para limones (20% para todas las variedades), definición de las categorías, tolerancias, mezclas de cítricos...

2.7 Manual de pautas generales para la exportación de cítricos a países terceros. MARM Julio 2011

La Subdirección general de Acuerdos Sanitarios y protección de Frontera del MARM, junto con las Comunidades Autónomas, elaboró un documento donde se recogen las pautas y procedimientos a seguir para la exportación de cítricos a aquellos países con los que hay suscrito acuerdos bilaterales que requieren inspección de fincas, en concreto los siguientes:

- ✿ Naranjas con destino a Corea del Sur.
- ✿ Cítricos a Australia.
- ✿ Cítricos a China.
- ✿ Cítricos a Méjico.
- ✿ Limones a EEUU.

El documento supone un avance importante para disponer de toda la información de una forma consolidada, y en el mismo se detalla para cada uno de los casos la información sobre:

- ✿ Los organismos nocivos regulados.
- ✿ Los requisitos particulares sobre registro de fincas y almacenes (procedimiento y fechas).
- ✿ Inspecciones en Campo.
- ✿ Cold Treatment...



AILIMPO participó en la reunión que se celebró en el MARM en la que, además de presentar este documento, se nos informó de algunos cambios importantes en cuanto a la organización administrativa de estas campañas de exportación:

1.- La Solicitud de Inscripción en el registro de Oficial de Huertos y en el de Almacenes, la realizarán a partir de ahora las Comunidades Autónomas en lugar del Ministerio. Por ejemplo para limones finos para EEUU el registro se realizará antes del 30 de septiembre y las CCAA comunicarán próximamente los formatos y plazos para el registro.

2.- No habrá que pagar tasas para el registro en las CCAA.

3.- Las inspecciones de huertos ya no las hará Tragsatec, sino que se realizarán por Entidades Auditoras certificadas por ENAC o en proceso de certificación por ENAC. Las CCAA publicarán la lista de las mismas. El exportador pagará directamente a la empresa de auditora el coste de la certificación.

4.- Los certificados Fitosanitarios de Exportación serán emitidos como hasta ahora por los responsables FITO de los PIFS.

En el documento se explica el desarrollo general de cada campaña de exportación, con especial detalle de las inspección en campo que deba realizarse para verificar el estado de los huertos que deseen exportar. Además, se especifican los organismos nocivos regulados, los requisitos específicos, las fechas de registros de fincas y almacenes... Finalmente, se incluyen como anejo los documentos originales de los protocolos fitosanitarios suscritos entre España y cada país de destino.

Las diferentes campañas de exportación de cítricos incluidas en este documento, siguen un esquema similar de pasos a seguir, aunque existen diferencias en función de las plagas de cuarentena y el riesgo que suponen para cada país. Con el fin de armonizar

los criterios de actuación entre las distintas Administraciones y organismos implicados en las diferentes campañas, se define la figura del Coordinador de Campañas que será la persona responsable durante el desarrollo de las mismas de coordinar la relación entre los operadores y las Comunidades Autónomas en las siguientes materias:

- Supervisión de campañas divulgativas.



- En el caso de que los almacenes soliciten la intervención de los inspectores de Sanidad Vegetal del MARM, tal como establece la “Orden de 20 de febrero de 1997 por la que se regula la autorización y el desarrollo de las inspecciones fitosanitarias a efectuar en los almacenes de envasado para la exportación y reexportación a países terceros de vegetales y productos vegetales”, será necesaria cursar la correspondiente solicitud para cada producto y cada país y el coordinador supervisará el procedimiento de autorización de los mismos.
- A instancia de la Subdirección General de Acuerdos Sanitarios y Control en Frontera será responsable, junto a las Asociaciones Interprofesionales del sector correspondiente (INTERCITRUS y AILIMPO), de la organización y seguimiento de las visitas de las delegaciones e inspectores de los países con los que existe acuerdos bilaterales establecidos.
- Recibirá de la Subdirección General de Acuerdos Sanitarios y Control en Frontera toda la información de las campañas relativa a solicitudes, autorizaciones y registro de huertos y almacenes.
- Los coordinadores propuestos para las distintas campañas son: Francisco Javier Pastor Verdú para

campañas de exportación de cítricos en general y Francisco López Palazón para la campaña de exportación de limón con destino a EEUU.

Por otra parte, en el futuro toda la tramitación se hará a través de una herramienta informática que se está desarrollando .

2.8 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

Manual de Materias Activas y Recomendaciones en Tratamientos para Limón

Versión nº 7 (07/07/2011)



fue actualizada en varias ocasiones.

En julio de 2011, la Comisión Técnica de AILIMPO, con la inestimable colaboración y asesoramiento de Alfonso Lucas Espadas, del Servicio de Sanidad Vegetal de Murcia, revisó y actualizó el manual de Materias Activas recomendadas en limón (versión nº 7), 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:

- a. Informar al sector de la situación legal y ajustar la oferta de producto a las exigencias legales de los diferentes mercados.
- b. 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, las novedades y cambios correspondientes.

2.9 Finalización de la Campaña 2010/2011

AILIMPO, en relación con la finalización de la campaña 2010/2011 de Limón en España el 31 de agosto de 2011, lanzó una nota de prensa comunicando un cierre con una producción comercializada de 930.000 toneladas. En el Informe de Balance de Campaña 2010/2011 se hizo una recopilación de los datos estadísticos y se realizó una valoración del desarrollo de la misma.

Los principales elementos que se destacan en este informe son:

- ✿ Producción recolectada de 930.000 tons, sin considerar alguna cantidad de limones adicional dañados por frío o sin recolectar.
- ✿ Se trata de un volumen de producción "normal" de acuerdo con la superficie de limón plantada. Muy similar a la producción de hace dos campañas, y superior en un 36% a la producción de 2009/2010 que fue anormalmente baja por las condiciones climatológicas.
- ✿ La nota positiva de la campaña es que se ha dado salida comercial a prácticamente toda la producción, bien con destino fresco o destino industria.
- ✿ En contrapartida la nota negativa han sido los resultados económicos para el productor con liquidaciones y precios por debajo de los costes de producción y más marcados en el caso de los finos, y la fuerte presión de la distribución a los operadores comerciales.
- ✿ La industria ha desarrollado un papel muy activo durante toda la campaña con 300,000 toneladas transformados, con precios altos al inicio de la campaña que se han ido ajustando en función de la oferta/demanda.
- ✿ La exportación se concentra cada campaña más en los mercados de la UE y nuestra presencia es simbólica en los mercados de terceros países.
- ✿ A pesar de las dificultades en el inicio de la campaña provocados por los enormes stocks de Argentina que estuvieron presentes en los mercados hasta diciembre, el sector exportador ha vendido un volumen muy importante de limón (464.000 tons).
- ✿ La campaña de limón Verna se ha desarrollado de una forma más positiva, gracias a disponer de un buen volumen y calidad de producción que ha posibilitado estar presentes en los mercados durante el verano, frente a la oferta más limitada de Argentina.
- ✿ Un elemento negativo y que es necesario considerar es la competencia desleal de la



actividad que se desarrolla en condiciones de economía sumergida que favorece la oferta de limón a bajos precios.

Por otra parte, se pone de manifiesto una campaña más, que los datos de aforo oficiales de producción de las Comunidades Autónomas infravaloran de forma importante la producción real, siendo este hecho especialmente acusado e incomprensible en el caso de la Comunidad Valenciana (Alicante) donde el porcentaje de error es exageradamente alto por lo que AILIMPO considera que esos datos son erróneos y podrían inducir a la toma de decisiones equivocadas por parte de los productores, operadores comerciales, industrias, clientes...

2.10 Aforo de cosecha de limón AILIMPO 2011/2012

AILIMPO hizo una previsión de producción de Limón en España de 870.000 toneladas para la campaña 2011/2012 (un descenso del 6,4%).

La cosecha, de excelente calidad, es similar a la del año pasado y permite disponer de limón Fino y Verna para garantizar el suministro a los clientes durante toda la campaña.

La previsión ha sido obtenida con los datos de la base muestral de las fincas testigo de la interprofesional. Se trata de una previsión de cosecha que AILIMPO califica como "normal" en términos de volumen de toneladas y "excepcional" en términos de calidad. El detalle por variedades indica un ligero descenso en el limón Fino, y un incremento moderado de la producción de limón Verna. Perspectivas "moderadamente optimistas". Al igual que la campaña pasada, se prevé que la producción de limón sea absorbida por el mercado fresco tanto de exportación como mercado nacional, y por la industria de transformación, siendo para ello deseable la recolección planificada y ordenada a medida que el limón tenga el tamaño adecuado, con el fin de evitar la acumulación de fruta de calibre en los árboles y sobreofertar el mercado con una repercusión negativa en los precios.

La situación de mercado se prevé altamente competitiva con una oferta agresiva de Turquía sobre todo en los mercados de Europa del Este, con ofertas a bajo precio sostenidas por sus bajos costes de producción y las importantes subvenciones que el gobierno turco concede a los exportadores (125\$/

tonelada equivalentes a 0,09 €/kilo). Por otra parte, hay que considerar el escenario de crisis económica en Europa que es el principal destino de los limones españoles, que supone una presión de precios a la baja por parte de la distribución y una menor propensión al gasto por los consumidores.

La campaña de limón de España comenzó, como es habitual, en octubre desarrollando la actividad con regularidad y mayores e importantes volúmenes de forma progresiva.

En cuanto a la calidad, las condiciones climatológicas y las prácticas de cultivo realizadas como poda, tratamientos, abono y riego, permiten garantizar esta campaña una oferta de limón español de excelente calidad, con buenas pieles, alto contenido en zumo y calibres comerciales.

AILIMPO recomendó a los productores, operadores comerciales e industrias que utilicen los modelos de contrato tipo homologado por el MARM para formalizar los tratos de compraventa con la máxima claridad, transparencia y garantía.

2.11 Proyecto web 2.0 de AILIMPO

AILIMPO se ha propuesto incorporar su comunicación pública a varias 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.

Se han abierto vías de comunicación en las siguientes redes sociales:



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

2.12 Seguimiento campaña de comercialización

Siguiendo la línea de trabajo de años anteriores, se han mantenido diversas reuniones en AILIMPO por parte de la Comisión de Fresco con objeto de elaborar los aforos de producción así como 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.

2.13 Presentación AECOC Almacenes Homologados

El 2 de Noviembre el Director y Presidente de AILIMPO se reunieron en Madrid con el Comité Técnico de Frutas y Hortalizas de AECOC (Asociación Española de Codificación Comercial) con el fin de realizar una presentación de los Almacenes Homologados de AILIMPO y plantear líneas de colaboración conjuntas que permitan mejorar la presencia del limón en los lineales y mejorar la comercialización del pomelo.



2.14 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.

2.15 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.

Estos 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.

2.16 Informes de exportaciones de Argentina y Tucumán Report

Durante el año 2011 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.

2.17 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.

2.18 Informes campaña de cítricos de Sudáfrica

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

2.19 AILIMPO felicita al nuevo Ministro de Agricultura

AILIMPO felicita a Arias Cañete y brinda su colaboración para trabajar por la mejora del sector.

La Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo, AILIMPO felicitó a Miguel Arias Cañete por su nombramiento como nuevo Ministro de Agricultura y le desea los mayores éxitos en su gestión.

AILIMPO, a través de su junta directiva, solicitó una reunión con el nuevo ministro, con el objetivo de plantear los principales retos del sector de limón y pomelo español, y en especial la problemática de los desequilibrios a lo largo de la cadena comercial, agravada por las prácticas abusivas de la gran distribución, la falta de rentabilidad de las explotaciones, la competencia desleal de limón y pomelo de países terceros, especialmente Turquía, y la reforma de la PAC en la que la figura de la

interprofesional debe dotarse de los instrumentos adecuados para ayudar a una mejor gestión del mercado dotándolo de mayor transparencia. En estos y otros temas, el nuevo ministro tiene todo el apoyo y colaboración de la interprofesional.

La experiencia y conocimiento del sector del nuevo ministro, unido a su actitud conciliadora y colaboradora en relación con la problemática del agua, supone un factor tremendamente positivo en esta nueva etapa. Además, desde AILIMPO se destacó el importante papel que jugó Miguel Arias Cañete en su anterior etapa de Ministro de Agricultura en el impulso de las organizaciones interprofesionales, así como en la solución con éxito de la problemática con Alemania y su aplicación restrictiva sobre Tiabendazol en Zumos de Cítricos.

2.20 Informes de precios al consumidor en supermercados nacionales y europeos

Durante el 2011 AILIMPO, a petición de las empresas, 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.



Limón
AILIMPO Pomelo
Medio Ambiente pulpa
Asociación Ministerio Rodrejo
concentrado
aceite Agricultura
Interprofesional
España Alimentación
Verna sector cítricos
Fino

3. Actuaciones en el ámbito de la industria

Realizadas durante el año 2011

3.1 Contratos homologados de limón y pomelo para industria 2011/2012

El 4 de Octubre se publicaron en el BOE los textos de los contratos de Limón y Pomelo con destino a transformación en zumo que fueron aprobados por unanimidad por AILIMPO y posteriormente fueron homologados por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), de acuerdo con la Ley 2/2000 reguladora de los contratos tipo de productos agroalimentarios.

AILIMPO ha trabajado en la línea de consensuar un texto de contrato tipo que sirva de modelo para que

productores, cooperativas o exportadores puedan utilizarlo en las operaciones de venta de limones y pomelos a las industrias de transformación.

Se trata, por tanto, de un modelo de contrato de uso voluntario, pero que constituye una herramienta muy útil, ya que es un contrato consensuado 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.

Solución de conflictos

En caso de conflicto entre las partes, AILIMPO prestará de forma gratuita su mediación, pudiendo acudir las partes en última instancia al arbitraje del Ministerio.

3.2 Modificación Directiva de Zumos

AILIMPO ha ido informando puntualmente sobre las novedades con relación a la modificación de la Directiva de Zumos en diversos puntos: Adición zumo de mandarina a zumo de naranja, prohibición adición zumo de limón y azúcares a diversos productos, posición de AIJN, aprobación texto definitivo, etc.

3.3 Carbendazima en zumo de naranja de Brasil

Se informó sobre la detección en EEUU de zumo de naranja de origen Brasil con trazas de Carbendazima, una materia activa que está prohibida en ese país. Como consecuencia, las autoridades de la Food and Drug Administration



(FDA) han establecido una serie de controles adicionales en los puntos de entrada en EEUU de zumo de naranja brasileño, de forma que se rechazarán todos los lotes en los que se detecten residuos.

La Carbendazima es utilizada legalmente en Brasil para luchar contra la mancha negra o Citrus Black Spot (CBS). Los residuos de Carbendazima detectados en EEUU están en niveles muy bajos (10 ppb) por lo que en principio no se trata de niveles que se considere que pueden poner en riesgo o peligro la salud de los consumidores por lo que la FDA ha optado por no retirar del mercado zumo de naranja origen Brasil.

3.4 Problemática Procloraz

Por parte de las industrias de Zumos de Cítricos se han planteado de forma insistente los problemas que se derivan de la presencia de residuos postcosecha en zumo y aceite esencial. En particular, y en relación con el Procloraz, se informó de lo siguiente:

1.- El Procloraz está prohibido como materia activa en Estados Unidos, por lo que no cabe margen de tolerancia alguna en cuanto a su presencia en zumo y/o aceite, ni siquiera trazas. El destino comercial principal del aceite esencial de forma directa o indirecta es EEUU en más del 90%.

2.- A nivel comunitario, se trata de una materia activa autorizada en estos momentos, aunque está incluido en la Lista de Productos Excluidos, fijándose como fecha límite de comercialización el próximo 30.06.2012

3.- Cabe la posibilidad de que las empresas titulares de la materia activa defiendan la prórroga de su uso presentando la información y estudios científicos y técnicos correspondientes a la Comisión Europea. No obstante, la información que tenemos es que el Procloraz ha sido defendido de forma asociada por Basf y Makhteshim (Aragro) para otros usos y parece que han conseguido que sea incluido en el Anexo hace un par de semanas. Al parecer, la idea de Basf, que es el titular de la materia activa, es que ellos no van a defender su inclusión como desinfectante post cosecha en cítricos y consideran que tampoco puede hacerlo Makhteshim ya que es colaborador en la task force pero no titular de la sustancia. Por tanto, y salvo cambios de utilísima hora, Procloraz quedará fuera absolutamente en la fecha prevista

como desinfectante de frutos cítricos en postcosecha.

4.- Por parte de AILIMPO, hace ya tiempo que el Procloraz no se contempló en nuestro Manual de Recomendaciones de Tratamientos por los problemas que se derivaban tanto en la fruta fresca con destino a EEUU como en el aceite esencial.

5.- En su lugar se consideró la inclusión como alternativa de tratamiento el Philabusterd 400 SC (Imazalil + Pirimetamil). Ver página 10 del Manual de AILIMPO.

6.- Teniendo en cuenta lo comentado en los puntos 2 y 3, y considerando como muy probable su prohibición próxima el 30.06.2012, se están desarrollando por parte de determinadas empresas, tratamientos alternativos.

En el caso específico de la empresa CITROSOL, se ha desarrollado el Fortisol Ca, un Fitofortificante de uso postcosecha fruto de la combinación de sales de Ca y P solubles en agua que hace que el fruto se defienda por sí mismo sin dejar residuos.

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 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



NATURAL vs ARTIFICIAL

potencial de uso 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

El uso de zumo de limón se plantea como una alternativa válida, natural y sana a la utilización del E 330

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 Información estadística de transformación mensual

Se han elaborado mensualmente informes estadísticos de transformación por industrias.



4. Otras actuaciones

Realizadas durante el año 2011

4.1 AILIMPO superó con éxito la auditoría del Certificado de Registro de Empresa

AILIMPO superó con éxito la auditoría del Certificado de Registro de Empresa emitido por AENOR, con el nº ER-0107/2004, que evidencia la conformidad de su Sistema de Gestión de la Calidad con la norma UNE-EN ISO 9001:2008.



En 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.

Además, y teniendo siempre como meta el seguir buscando la satisfacción de nuestros asociados, AILIMPO se someterá a la autoevaluación mediante el modelo de Excelencia EFQM durante el próximo año 2012, buscando así la Gestión Total de la Calidad. Si hay una certificación que sirva de ejemplo de excelencia es, sin duda el Sello de Excelencia EFQM, un reconocimiento europeo que ya lucen orgullosas muchas empresas y que sirve tanto para evaluar determinados servicios de manera individual como para calificar a toda la institución de manera global.



5. Informe encuestas satisfacción asociados AILIMPO

Realizadas durante el año 2011

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 “Atención a los asociados”, “Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de los diferentes servicios” y en “Calidad de la documentación facilitada”.
- La peor valoración es para las “Reuniones de seguimiento de la campaña”, no por la información facilitada en las mismas, sino porque se espera más participación de los asistentes y la dificultad para llegar a acuerdos.
- Prácticamente todas las respuestas se mueven en un rango de valor “Bueno-Excelente”, no habiendo ninguna valoración “Malo”.
- En aquellos casos excepcionales en que la valoración ha sido “Regular” en algunas de las

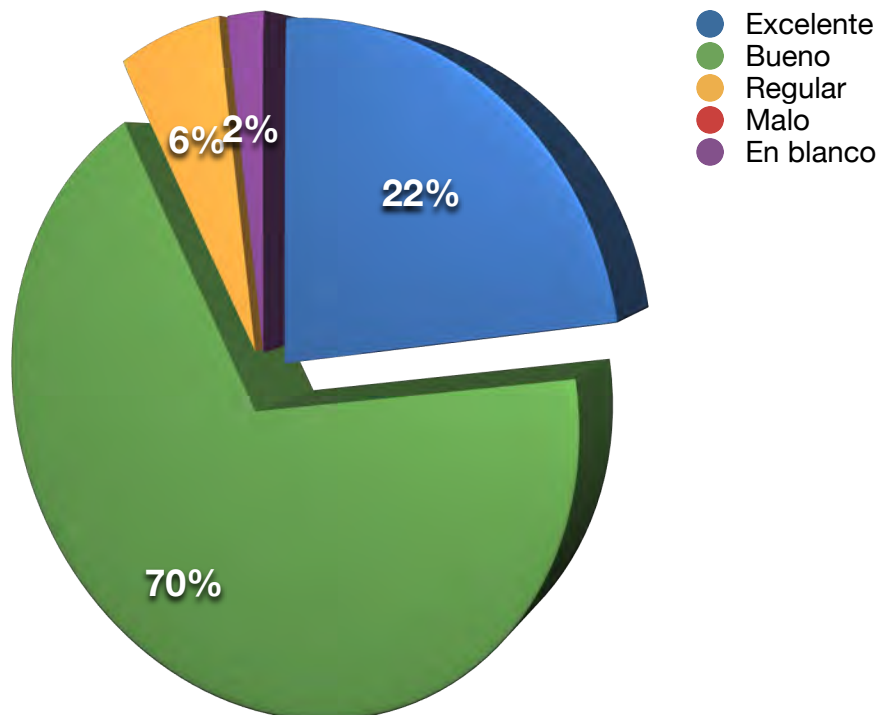
cuestiones, AILIMPO se ha puesto en contacto con el fin de conocer la causa de la respuesta e implantar acciones correctivas con carácter inmediato. En aquellos casos excepcionales en que la valoración ha sido “Regular” en algunas de las cuestiones, AILIMPO se ha puesto en contacto con el fin de conocer 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 2011 AILIMPO ha comenzado la formación en el modelo de Excelencia EFQM y se someterá a la autoevaluación mediante el mismo durante el próximo año 2012, buscando así la Gestión Total de la Calidad.

Exportadores y Cooperativas

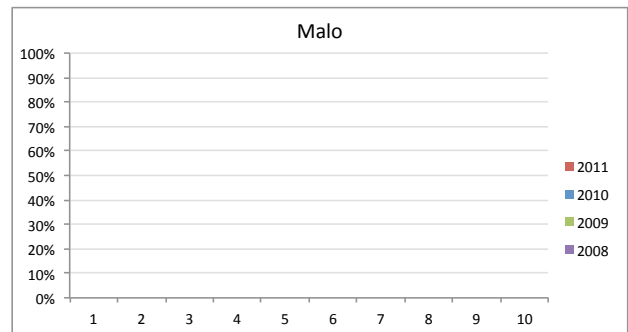
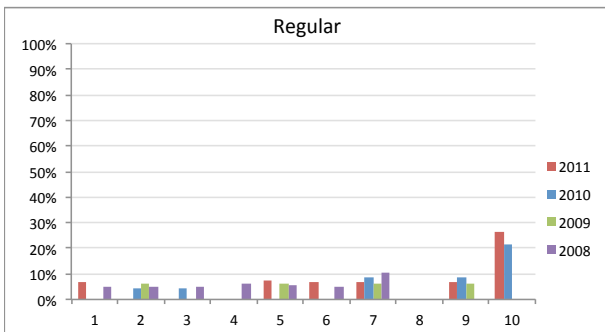
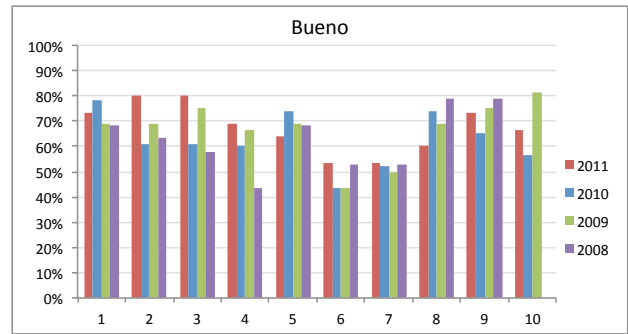
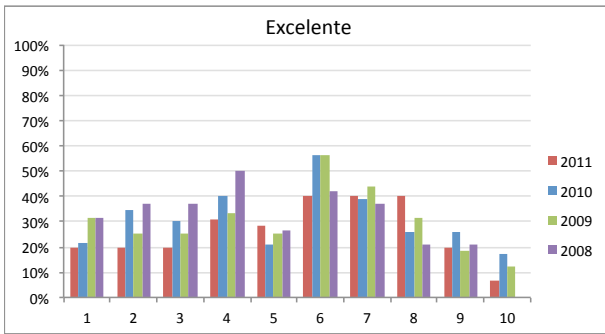
	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	20,0%	73,3%	6,7%	0,0%
Valoración Informes estadísticos	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%
Valoración Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%
Valoración Informes Turquía	26,1%	65,2%	4,3%	0,0%
Valoración informes Sudáfrica	13,3%	86,7%	0,0%	0,0%
Valoración informes de precios al consumidor	6,7%	80,0%	13,3%	0,0%
Valoración de la tramitación declaración INTRASTAT	30,8%	69,2%	0,0%	0,0%
Valoración información requisitos de exportación (Rusia, EEUU,...)	28,6%	64,3%	7,1%	0,0%
Atención a los asociados	40,0%	53,0%	6,7%	0,0%
Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de los diferentes servicios	40,0%	53,3%	6,7%	0,0%
Calidad de la documentación facilitada	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%
Valoración de la página web / intranet	20,0%	73,3%	6,7%	0,0%
Valoración de las reuniones de seguimiento de la campaña	6,7%	66,7%	26,7%	0,0%
Valoración de la etiqueta de calidad de AILIMPO para almacenes de confección de limón	14,3%	78,6%	7,1%	0,0%



Índice de eficacia de encuestas: Encuestas devueltas (15) / encuestas enviadas (62) x 100 = 24 %

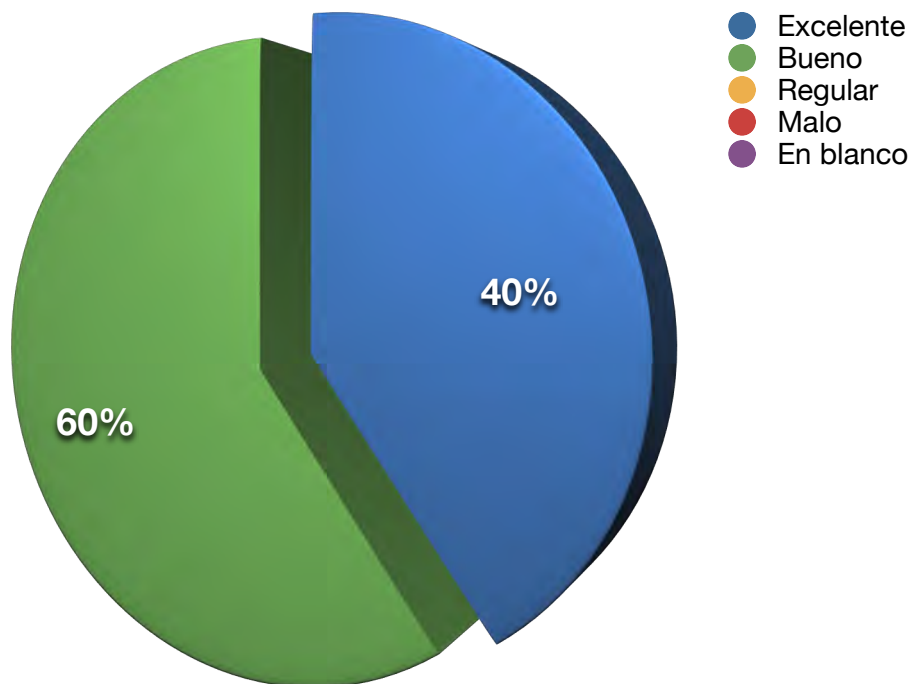
Exportadores y Cooperativas

		Excelente	Bueno	Regular	Malo	
1	Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	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	Valoración Informes estadísticos	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%
3	Valoración Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	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%
4	Valoración de la tramitación declaración INTRASTAT	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%
	Valoración información requisitos de exportación (Rusia, EEUU,...)	2011	28,6%	64,3%	7,1%	0,0%
		2010	21,1%	73,7%	0,0%	0,0%
		2009	25%	68,8%	6,3%	0,0%
		2008	26,3%	68,4%	5,3%	0,0%
5	Atención a los asociados	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%
6	Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de servicios	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%
7	Calidad de la documentación facilitada	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	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 reuniones de seguimiento de la campaña	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%



Industrias

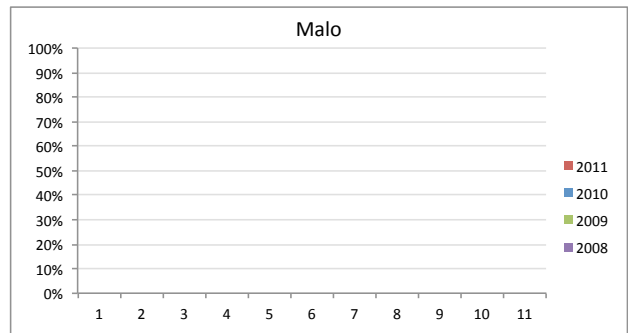
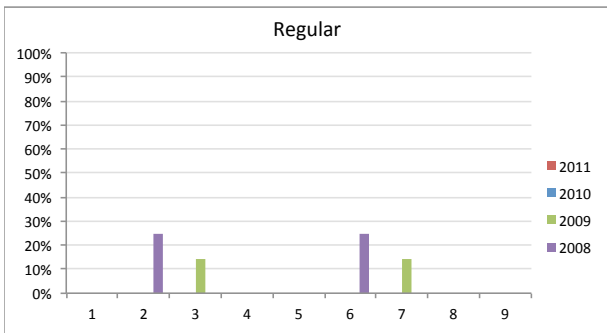
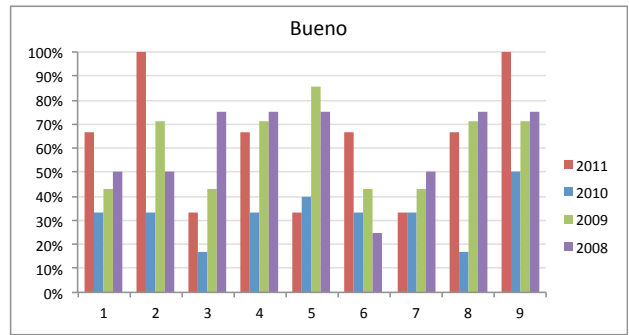
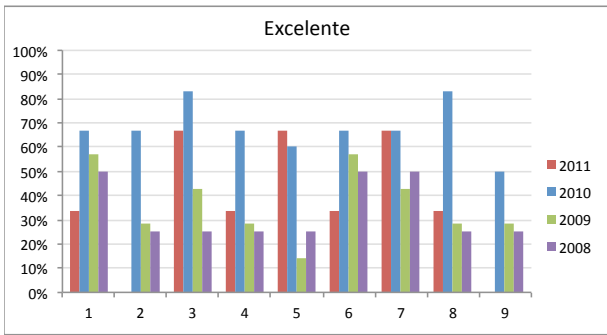
	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%
Valoración Información contratación inicial	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Valoración Informes mensuales de transformación	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Valoración Información Argentina	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%
Valoración Puesta al día de la reglamentación aplicable	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Atención a los asociados (Trato personal recibido, recepción telefónica, etc.)	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%
Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de los diferentes servicios	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Calidad de la información y documentación facilitada	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%
Valoración de la página web / intranet	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%



Índice de eficacia de encuestas: Encuestas devueltas (3)/ encuestas enviadas (14) x 100 = 21 %

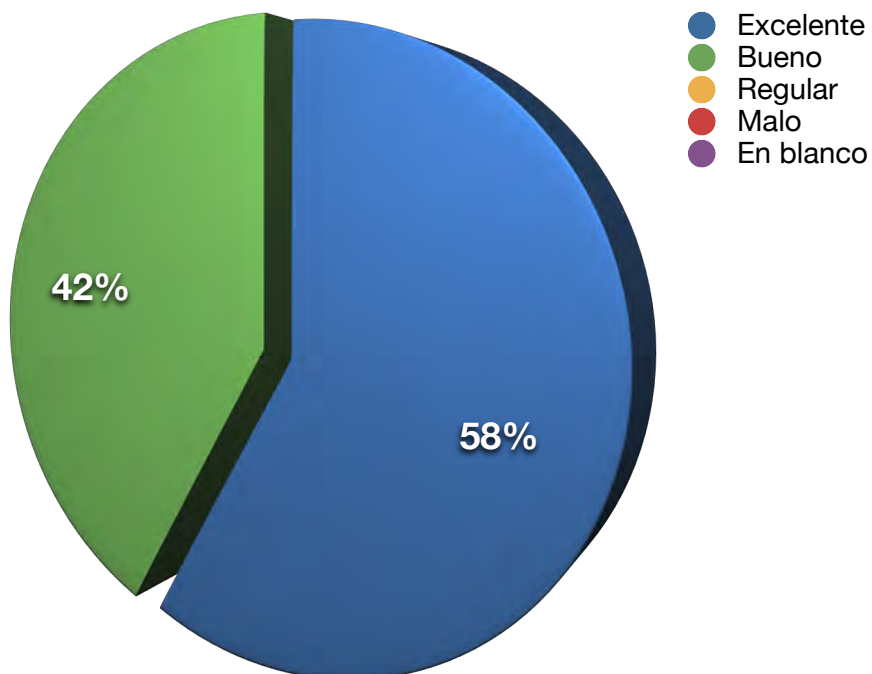
Industrias

		Excelente	Bueno	Regular	Malo	
1	Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	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	Valoración Información contratación inicial	2011	0,0%	100,0%	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%	50,0%	25,0%	0,0%
3	Valoración Informes mensuales de transformación	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%
4	Valoración Información Argentina	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 Puesta al día de la reglamentación aplicable	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%
6	Atención a los asociados	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%
7	Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de servicios	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%
8	Calidad de la información y documentación facilitada	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%
9	Valoración de la página web / intranet	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

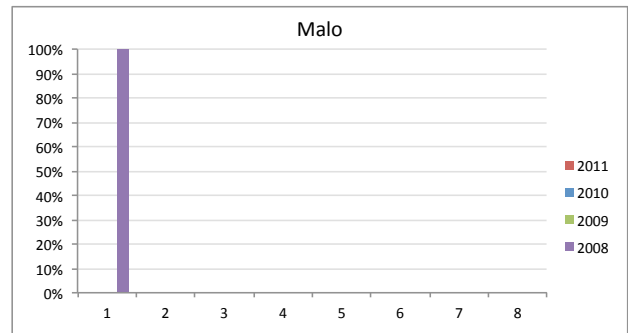
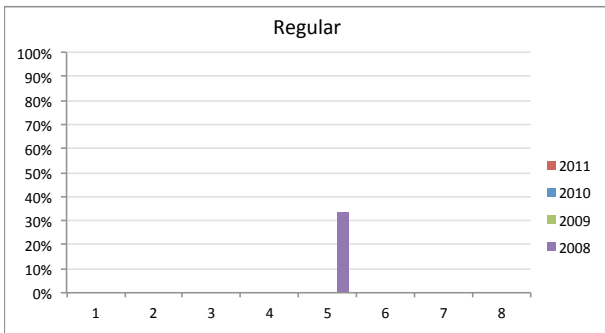
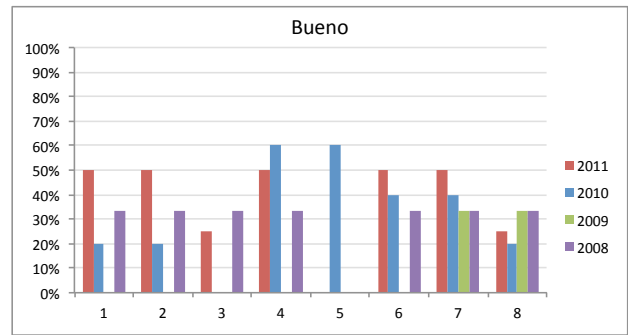
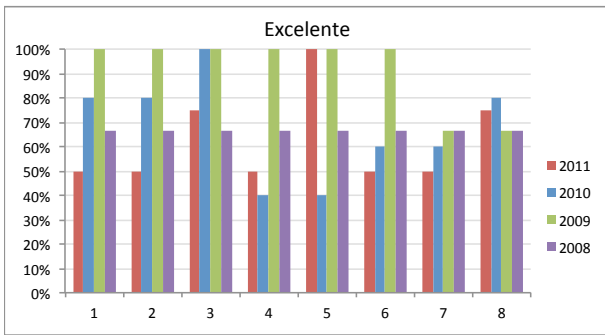
	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Valoración Informes estadísticos	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Valoración Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%
Valoración Informes Turquía	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Valoración Informes Sudáfrica	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Valoración Informes de precios al consumidor	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Valoración información requisitos de exportación (Rusia, EEUU,...)	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Atención a los asociados	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de los diferentes servicios	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Calidad de la documentación facilitada	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Valoración de la página web / intranet	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%
Valoración de la etiqueta de calidad de AILIMPO para almacenes de confección de limón	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%



Indice de eficacia de encuestas: Encuestas devueltas (4)/ encuestas enviadas (12)x 100 = 33 %

Organizaciones

		Excelente	Bueno	Regular	Malo	
1	Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	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%	0,0%
2	Valoración Informes estadísticos	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%	0,0%
3	Valoración Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	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%
4	Valoración información requisitos de exportación (Rusia, EEUU,...)	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%
5	Atención a los asociados	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%
6	Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de servicios	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%
7	Calidad de la documentación facilitada	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%
8	Valoración de la página web / intranet	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 2011

- 6.1 Evolución campaña 2010/2011 de limón*
- 6.2 Evolución campaña 2010/2011 de pomelo*
- 6.3 Limón con destino a industria. Informe fin de campaña 2010/2011*
- 6.4 Pomelo con destino a industria. Informe fin de campaña 2010/2011*
- 6.5 Evolución campaña limón de Argentina 2011*
- 6.6 Evolución campaña pomelo de Argentina 2011*
- 6.7 Exportación de cítricos de Sudáfrica 2011*
- 6.8 Evolución precio limón en campo. Tres últimas campañas*
- 6.9 Evolución de precios de limón y pomelo al consumidor. Año 2011*



6.1 Evolución campaña 2010/2011 de limón

De 1 de septiembre de 2010 a 31 de agosto de 2011

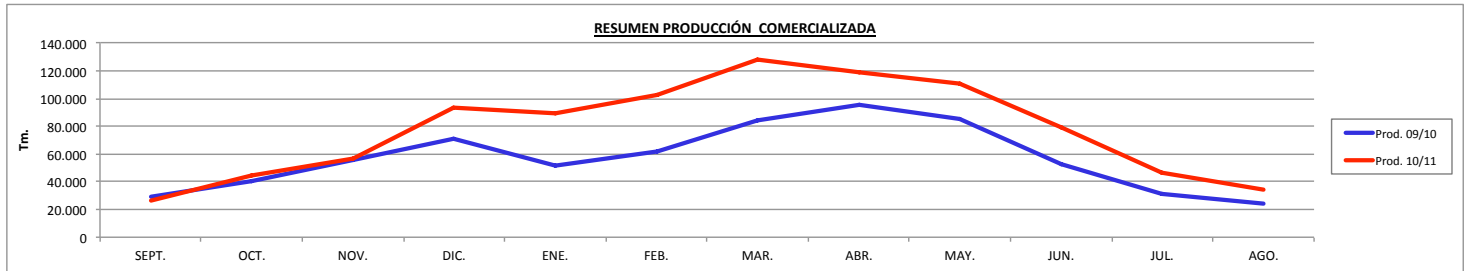


EVOLUCIÓN CAMPAÑA 2010/2011

RESUMEN PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA

	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
CAMP. 10/11	26.441	44.391	56.879	93.655	89.541	102.200	128.098	118.942	110.760	79.521	46.969	34.815	932.212
CAMP. 09/10	28.994	40.186	55.918	71.039	51.690	61.696	83.870	95.689	84.819	53.016	31.357	24.224	682.498
CAMP. 08/09	21.157	44.376	63.414	91.758	90.287	100.801	123.521	126.278	109.593	87.175	53.405	33.762	945.527
CAMP. 07/08	35.290	39.679	57.397	62.422	51.256	57.588	70.021	65.080	39.536	28.826	23.134	21.963	552.192

(Tm.)



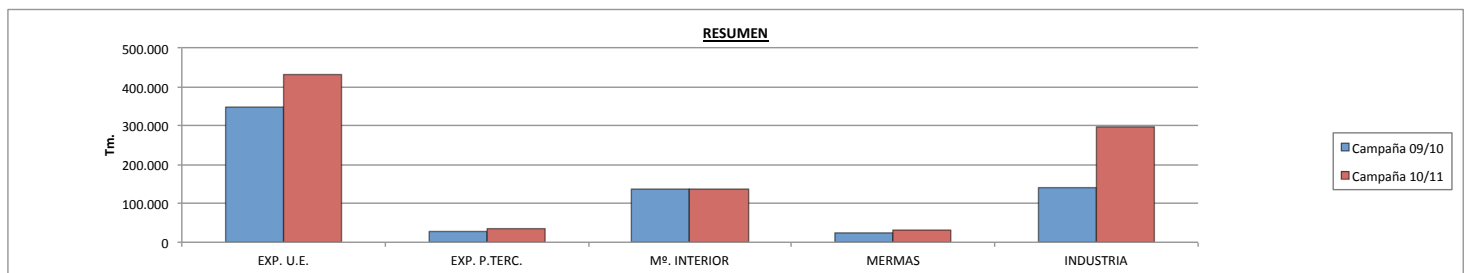
RESUMEN

	07/08	08/09	09/10	10/11
(1) EXP. U.E.	289.684	436.125	349.625	431.094
(2) EXP. P.TERC.	24.483	42.260	28.251	35.151
(3) M ^o . INTERIOR	150.000	132.000	136.800	136.800
(4) MERMAS	23.208	30.519	25.734	30.152
(5) INDUSTRIA	64.817	304.623	142.089	299.014
TOTAL	552.192	945.527	682.498	932.212

Fuentes:

- (1) AEAT
- (2) SOIVRE
- (3) MAPA
- (4) 5% (Exportación + m^o nal.)
- (5) AILIMPO

(Tm.)



EVOLUCIÓN CAMPAÑA 2010/2011

EXPORT. PAÍSES COMUNITARIOS

	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
CAMP. 10/11	12.595	26.866	35.211	55.385	40.283	39.044	45.378	49.019	48.648	39.984	21.214	17.468	431.094
CAMP. 09/10	12.224	23.413	35.640	46.172	28.376	31.370	36.656	39.389	43.123	27.079	15.076	11.107	349.625
CAMP. 08/09	8.187	26.632	37.990	52.346	45.181	39.050	46.054	52.435	48.434	40.600	23.376	15.841	436.125
CAMP. 07/08	17.077	23.045	34.335	39.991	28.130	27.823	36.628	34.151	20.045	13.002	8.267	7.189	289.684

(Tm.)

EXPORT. PAÍSES TERCEROS

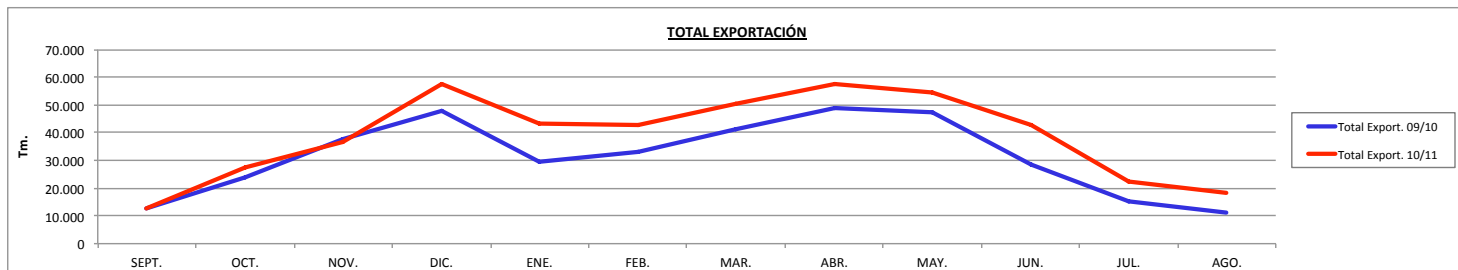
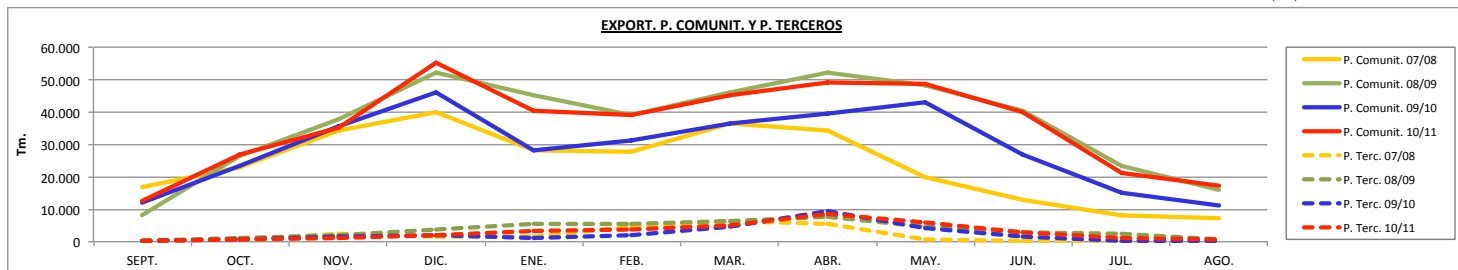
	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
CAMP. 10/11	71	613	1.203	2.188	3.171	3.934	5.263	8.574	5.840	2.700	924	671	35.151
CAMP. 09/10	308	540	1.770	1.864	1.302	1.882	4.800	9.606	4.075	1.616	410	79	28.251
CAMP. 08/09	151	953	1.993	3.975	5.483	5.504	6.540	7.550	4.437	2.682	2.469	523	42.260
CAMP. 07/08	457	880	2.404	1.574	1.360	4.723	6.544	5.466	656	164	82	172	24.483

(Tm.)

TOTAL EXPORTACIÓN

	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
CAMP. 10/11	12.666	27.479	36.414	57.573	43.454	42.978	50.641	57.593	54.488	42.683	22.138	18.139	466.245
CAMP. 09/10	12.532	23.953	37.411	48.035	29.679	33.251	41.455	48.995	47.197	28.695	15.486	11.185	377.875
CAMP. 08/09	8.338	27.585	39.983	56.321	50.664	44.554	52.594	59.985	52.870	43.282	25.845	16.364	478.385
CAMP. 07/08	17.534	23.925	36.739	41.565	29.490	32.546	43.173	39.617	20.701	13.166	8.349	7.361	314.167

(Tm.)

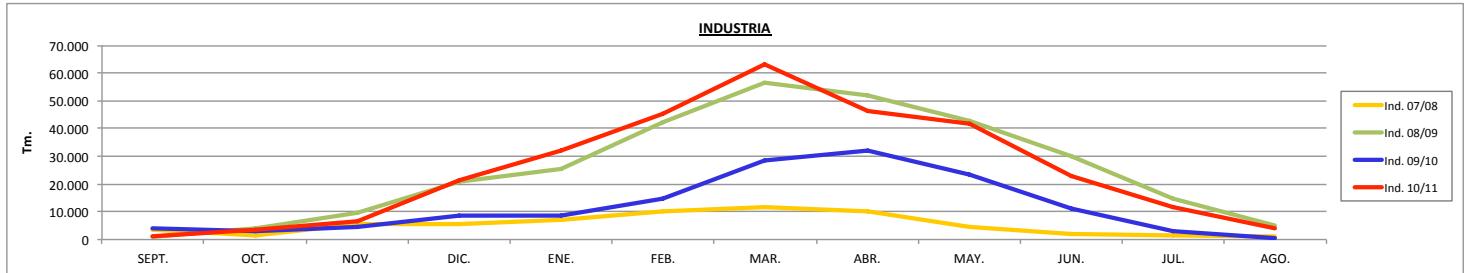


EVOLUCIÓN CAMPAÑA 2010/2011

INDUSTRIA

	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
CAMP. 10/11	1.172	3.568	6.675	21.233	31.945	45.103	62.955	46.499	41.578	22.733	11.754	3.799	299.014
CAMP. 09/10	3.865	3.065	4.667	8.632	8.557	14.812	28.373	32.274	23.292	10.916	3.127	508	142.089
CAMP. 08/09	852	3.862	9.883	21.071	25.540	42.469	56.747	51.744	42.530	30.179	14.718	5.029	304.623
CAMP. 07/08	3.755	1.433	5.696	5.654	7.166	10.290	11.565	10.357	4.675	1.877	1.242	1.108	64.817

(Tm.)



EXPORTACIÓN DE **LIMÓN** A PAÍSES COMUNITARIOS
COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA
DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO
CAMPAÑA 2010/2011

PAIS	Total LIMÓN 10/11	Total LIMÓN 09/10	Diferencia	Diferencia %
ALEMANIA	110.958.646	89.340.672	21.617.974	24%
FRANCIA	88.777.677	78.971.053	9.806.624	12%
POLONIA	52.313.812	46.610.426	5.703.386	12%
GRAN BRETAÑA	49.594.108	40.046.942	9.547.166	24%
ITALIA	43.087.293	25.255.164	17.832.129	71%
HOLANDA	17.263.376	15.626.306	1.637.070	10%
REP. CHECA	10.479.410	6.544.661	3.934.749	60%
BELGICA	10.061.975	9.380.077	681.898	7%
AUSTRIA	9.681.879	5.257.395	4.424.484	84%
SUECIA	8.944.260	7.274.980	1.669.280	23%
DINAMARCA	5.143.768	4.149.634	994.134	24%
PORTUGAL	4.888.316	6.240.203	-1.351.887	-22%
HUNGRÍA	4.104.849	2.902.374	1.202.475	41%
ESLOVENIA	2.768.297	1.364.710	1.403.587	103%
ESLOVAQUIA	2.620.213	1.759.637	860.576	49%
IRLANDA	2.236.249	1.627.386	608.863	37%
LITUANIA	1.845.224	1.732.574	112.650	7%
FINLANDIA	1.741.338	1.508.506	232.832	15%
LETONIA	1.452.181	775.227	676.954	87%
GRECIA	913.585	1.343.501	-429.916	-32%
RUMANIA	855.751	840.110	15.641	2%
ESTONIA	497.913	586.798	-88.885	-15%
MALTA	340.931	19.158	321.773	1680%
BULGARIA	300.016	208.409	91.607	44%
LUXEMBURGO	158.882	160.258	-1.376	-1%
CHIPRE	64.224	98.516	-34.292	-35%
Total general	431.094.173	349.624.677	81.469.496	23%

Fuente: A.E.A.T.

EXPORTACIÓN DE **LIMÓN** A TERCEROS PAÍSES
COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA
DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO
CAMPAÑA 2010/2011

PAIS	Total LIMÓN 10/11	Total LIMÓN 09/10	Diferencia	Diferencia %
RUSIA, FED.	15.009.524	13.416.328	1.593.196	12%
SUIZA	6.974.195	6.719.719	254.476	4%
CROACIA	3.492.571	1.827.403	1.665.168	91%
NORUEGA	1.317.461	1.210.463	106.998	9%
ESTADOS UNIDOS	909.074	603.887	305.187	51%
BRASIL	896.324	491.483	404.841	82%
CANADA	850.966	132.216	718.750	544%
KAZAJSTAN	796.480	461.954	334.526	72%
ARGELIA	790.518	345.796	444.722	129%
SERBIA	780.212	522.885	257.327	49%
BOSNIA-HERZEGOVINA	542.573	695.748	-153.175	-22%
UCRANIA	527.307	764.235	-236.928	-31%
EMIRAT. ARABES UNIDOS	376.294	97.530	278.764	286%
BIELORRUSIA	276.066	411.096	-135.030	-33%
URUGUAY	262.602	0	262.602	-----
SINGAPUR	246.214	0	246.214	-----
ARABIA SAUDITA	227.394	46	227.348	494235%
MONTENEGRO	118.704	191.788	-73.084	-38%
OMÁN	92.940	0	92.940	-----
KUWAIT	90.078	0	90.078	-----
ANDORRA	81.517	90.211	-8.694	-10%
INDONESIA	79.992	0	79.992	-----
CABO VERDE	66.293	53.868	12.425	23%
ANGOLA	56.040	0	56.040	-----
JORDANIA	49.320	0	49.320	-----
QATAR	32.880	22.080	10.800	49%
GIBRALTAR	31.246	29.181	2.065	7%
MOLDAVIA	30.331	14.161	16.170	114%
HONG KONG	27.240	0	27.240	-----
ALBANIA	21.822	0	21.822	-----
AUSTRALIA	21.425	0	21.425	-----
MACEDONIA	20.240	21.120	-880	-4%
MAURICIO	16.200	0	16.200	-----
COSTA RICA	15.742	0	15.742	-----
GUINEA ECUATORIAL	8.340	2.437	5.903	242%
LIBERIA	6.518	7.983	-1.465	-18%
LIBANO	3.996	0	3.996	-----
MARRUECOS	2.408	1.619	789	49%
MAYOTTE	2.080	0	2.080	-----
MAURITANIA	152	205	-53	-26%
SENEGAL	9	0	9	-----
ARGENTINA	0	67.320	-67.320	-100%
ARMENIA	0	24.000	-24.000	-100%
BAHRAIN	0	21.360	-21.360	-100%
COSTA DE MARFIL	0	2.216	-2.216	-100%
GUINEA	0	165	-165	-100%
GHANA	0	100	-100	-100%
GUAM	0	39	-39	-100%
Total general	35.151.288	28.250.642	6.900.646	24%

Fuente: SOIVRE (Valencia)

6.2 Evolución campaña 2010/2011 de pomelo

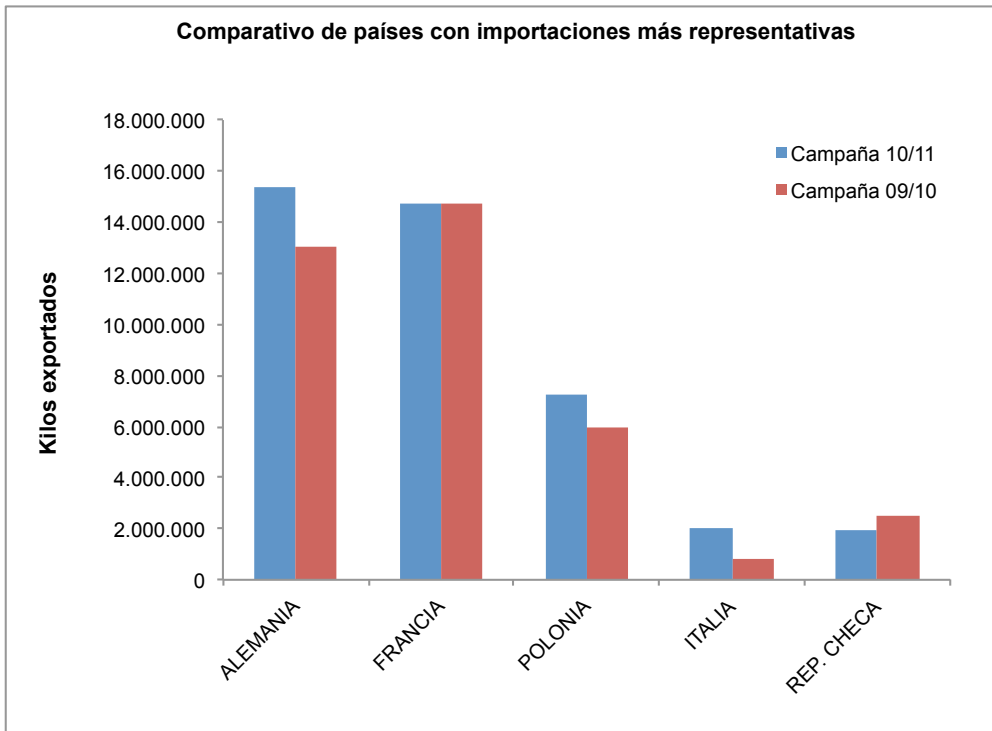
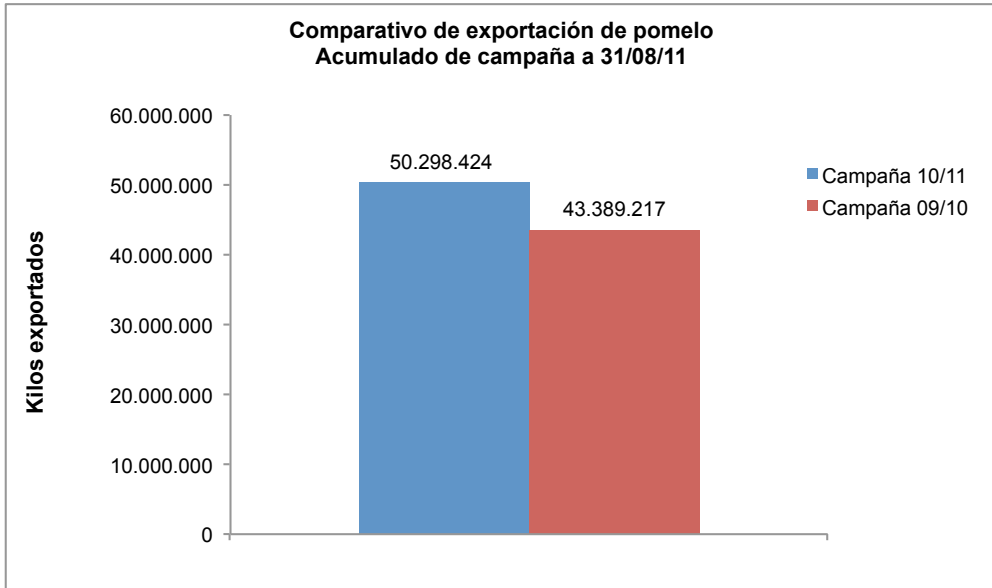
De 1 de septiembre de 2010 a 31 de agosto de 2011



EXPORTACIÓN DE **POMELO** A PAÍSES COMUNITARIOS
COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA
DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO
CAMPAÑA 2010/2011

PAIS	Total POMELO 10/11	Total POMELO 09/10	Diferencia	Diferencia %
ALEMANIA	15.404.133	13.011.689	2.392.444	18%
FRANCIA	14.738.207	14.703.044	35.163	0,2%
POLONIA	7.233.775	5.994.311	1.239.464	21%
ITALIA	2.057.786	803.174	1.254.612	156%
REP. CHECA	1.949.017	2.468.718	-519.701	-21%
GRAN BRETAÑA	1.473.609	1.294.459	179.150	14%
HOLANDA	1.397.320	1.310.196	87.124	7%
AUSTRIA	1.366.005	703.000	663.005	94%
BELGICA	1.152.660	1.151.717	943	0,1%
LETONIA	716.524	345.415	371.109	107%
HUNGRIA	452.353	398.525	53.828	14%
PORTUGAL	437.898	320.319	117.579	37%
ESLOVENIA	414.516	144.275	270.241	187%
ESLOVAQUIA	395.973	68.973	327.000	474%
RUMANIA	242.590	58.845	183.745	312%
BULGARIA	218.824	34.769	184.055	529%
GRECIA	150.422	125.223	25.199	20%
SUECIA	115.442	69.682	45.760	66%
LITUANIA	106.012	104.802	1.210	1%
IRLANDA	95.130	0	95.130	-----
DINAMARCA	91.485	85.407	6.078	7%
ESTONIA	59.594	181.664	-122.070	-67%
MALTA	29.149	11.010	18.139	165%
LUXEMBURGO	0	0	0	-----
CHIPRE	0	0	0	-----
FINLANDIA	0	0	0	-----
Total general	50.298.424	43.389.217	6.909.207	16%

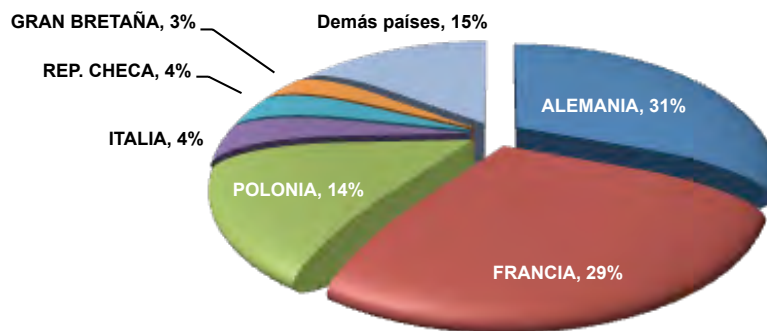
Fuente: A.E.A.T.



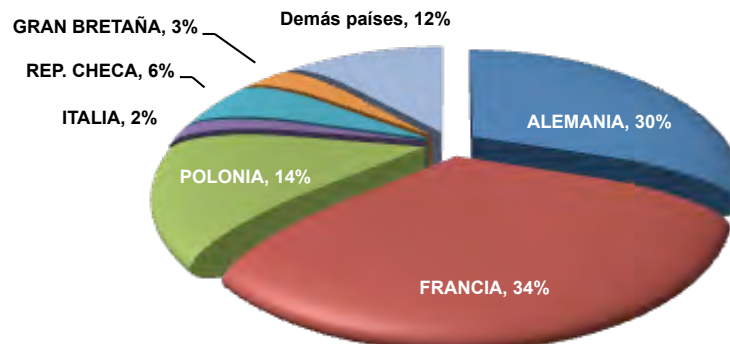
EVOLUCION PRINCIPALES 6 MERCADOS

PAIS	Total POMELO 10/11	Total POMELO 09/10	% Sobre total 10/11	% Sobre total 09/10
ALEMANIA	15.404.133	13.011.689	31%	30%
FRANCIA	14.738.207	14.703.044	29%	34%
POLONIA	7.233.775	5.994.311	14%	14%
ITALIA	2.057.786	803.174	4%	2%
REP. CHECA	1.949.017	2.468.718	4%	6%
GRAN BRETAÑA	1.473.609	1.294.459	3%	3%
Total	15.404.133	38.275.395	31%	88%
Demás países	7.441.897	5.113.822	15%	12%
Total general	50.298.424	43.389.217	100%	100%

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



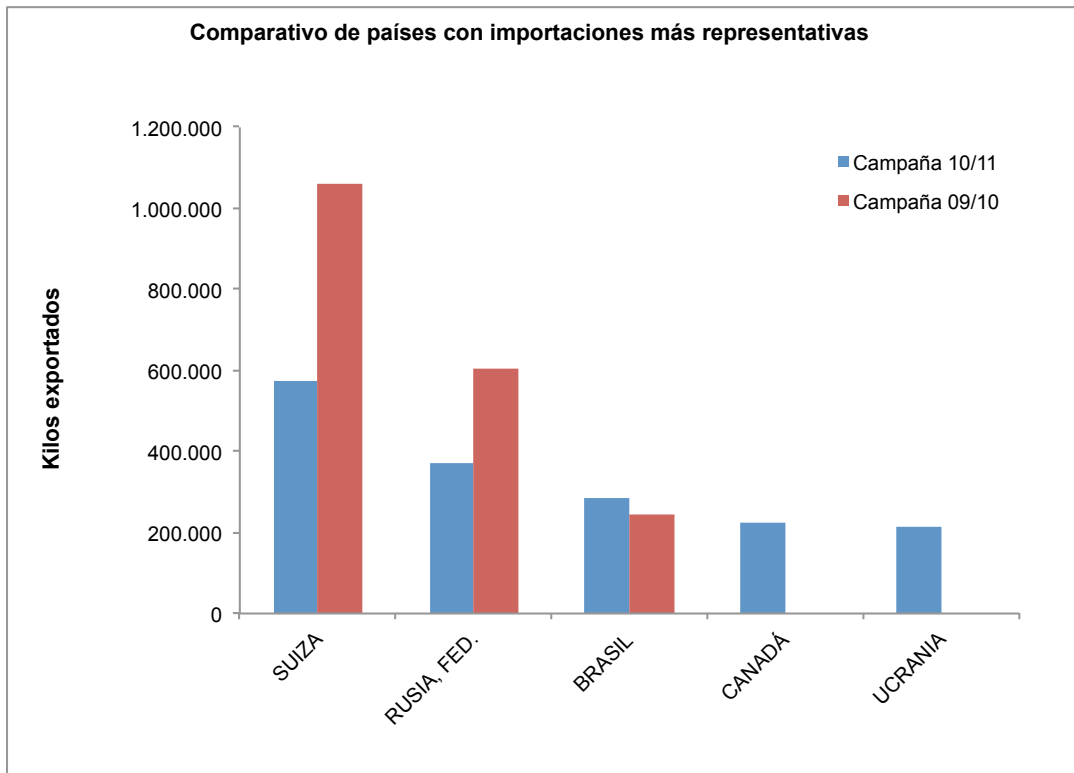
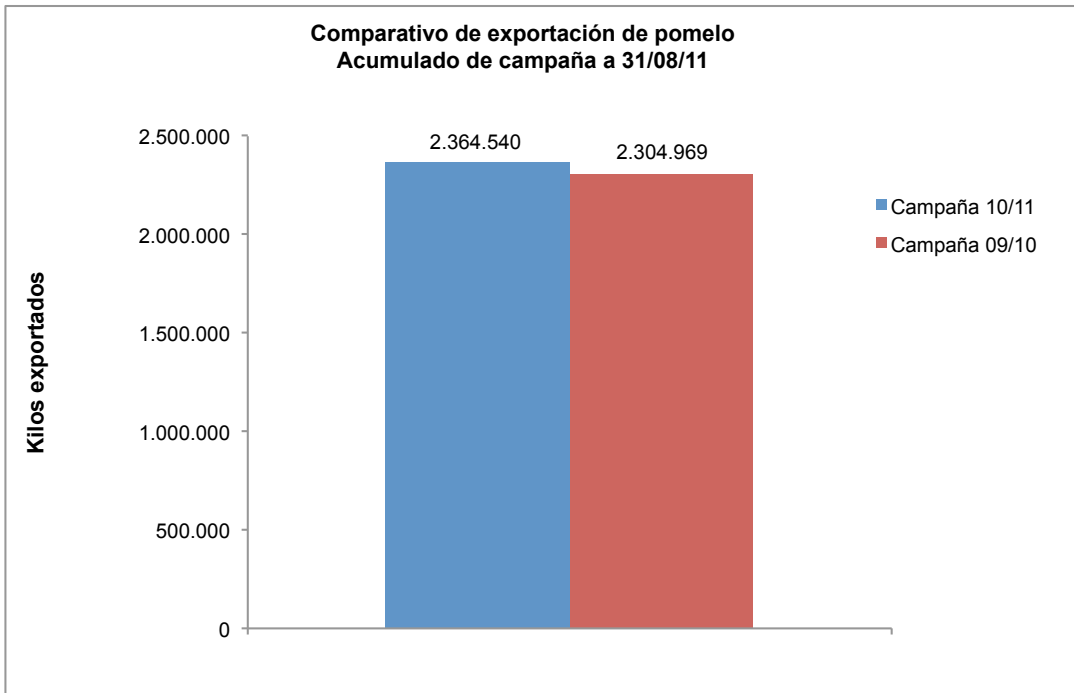
Porcentaje de exportaciones de POMELO
Países más representativos
Campaña 09/10



EXPORTACIÓN DE **POMELO** A TERCEROS PAÍSES
 COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA
 DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO
 CAMPAÑA 2010/2011

PAIS	Total POMELO 10/11	Total POMELO 09/10	Diferencia	Diferencia %
SUIZA	572.661	1.060.430	-487.769	-46%
RUSIA, FED.	371.054	603.520	-232.466	-39%
BRASIL	285.399	245.419	39.980	16%
CANADÁ	225.936	0	225.936	-----
UCRANIA	214.844	0	214.844	-----
SUDAFRICA	117.621	0	117.621	-----
KAZAJSTAN	113.065	148.108	-35.043	-24%
CROACIA	102.520	56.532	45.988	81%
EMIRAT. ARABES UNIDOS	82.131	5.807	76.324	1314%
SERBIA	59.204	11.110	48.094	433%
BIELORRUSIA	33.925	29.933	3.992	13%
MOLDAVIA	29.043	0	29.043	-----
COSTA RICA	28.212	12.506	15.706	126%
KUWAIT	22.372	0	22.372	-----
ARABIA SAUDITA	17.306	0	17.306	-----
NORUEGA	17.280	75.270	-57.990	-77%
MONTENEGRO	16.175	3.979	12.196	307%
INDONESIA	9.868	0	9.868	-----
CABO VERDE	9.344	4.479	4.865	109%
EL SALVADOR	8.033	6.134	1.899	31%
PANAMA	5.273	5.345	-72	-1%
HONDURAS	4.415	4.770	-355	-7%
BOSNIA-HERZEGOVINA	4.413	7.792	-3.379	-43%
ANGOLA	3.799	0	3.799	-----
AZERBAIJAN	3.687	0	3.687	-----
MAYOTTE	1.939	0	1.939	-----
ISLANDIA	1.650	0	1.650	-----
GIBRALTAR	1.493	2.340	-847	-36%
GUINEA ECUATORIAL	969	120	849	708%
MARRUECOS	840	346	494	143%
LIBERIA	69	479	-410	-86%
IRÁN	0	20.475	-20.475	-100%
ANDORRA	0	75	-75	-100%
ARMENIA	0	0	0	-----
GUATEMALA	0	0	0	-----
OMÁN	0	0	0	-----
Total general	2.364.540	2.304.969	59.571	3%

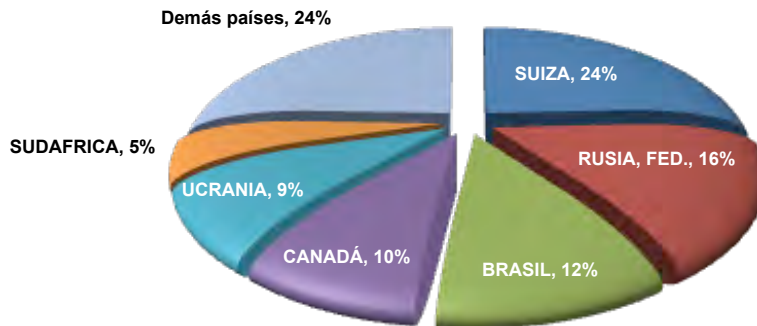
Fuente: SOIVRE (Valencia)



EVOLUCION PRINCIPALES 6 MERCADOS DE PAÍSES TERCEROS

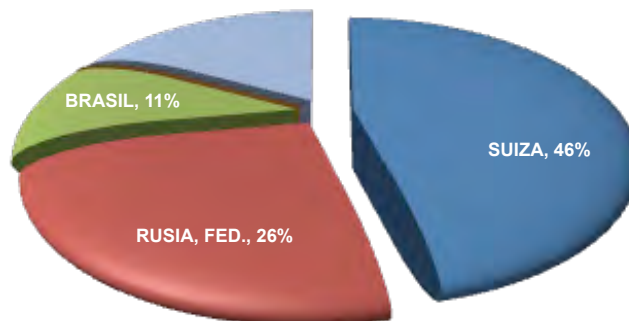
PAIS	Total POMELO 10/11	Total POMELO 09/10	% Sobre total 10/11	% Sobre total 09/10
SUIZA	572.661	1.060.430	24%	46%
RUSIA, FED.	371.054	603.520	16%	26%
BRASIL	285.399	245.419	12%	11%
CANADÁ	225.936	0	10%	0%
UCRANIA	214.844	0	9%	0%
SUDAFRICA	117.621	0	5%	0%
Total	1.787.515	1.909.369	76%	83%
Demás países	577.025	395.600	24%	17%
Total general	2.364.540	2.304.969	100%	100%

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



Porcentaje de exportaciones de POMELO
Países más representativos
Campaña 09/10

Demás países, 17%



6.3 Limón con destino a industria

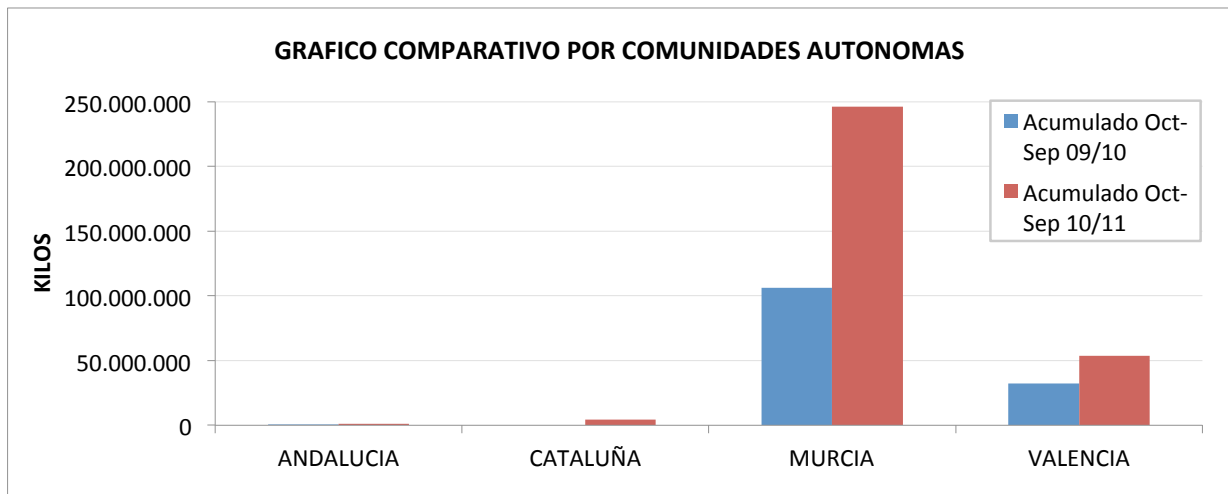
Informe fin de campaña 2010/2011



INFORME ABSORCIÓN LIMÓN CON DESTINO A LA TRANSFORMACIÓN - CAMPAÑA 10/11 -

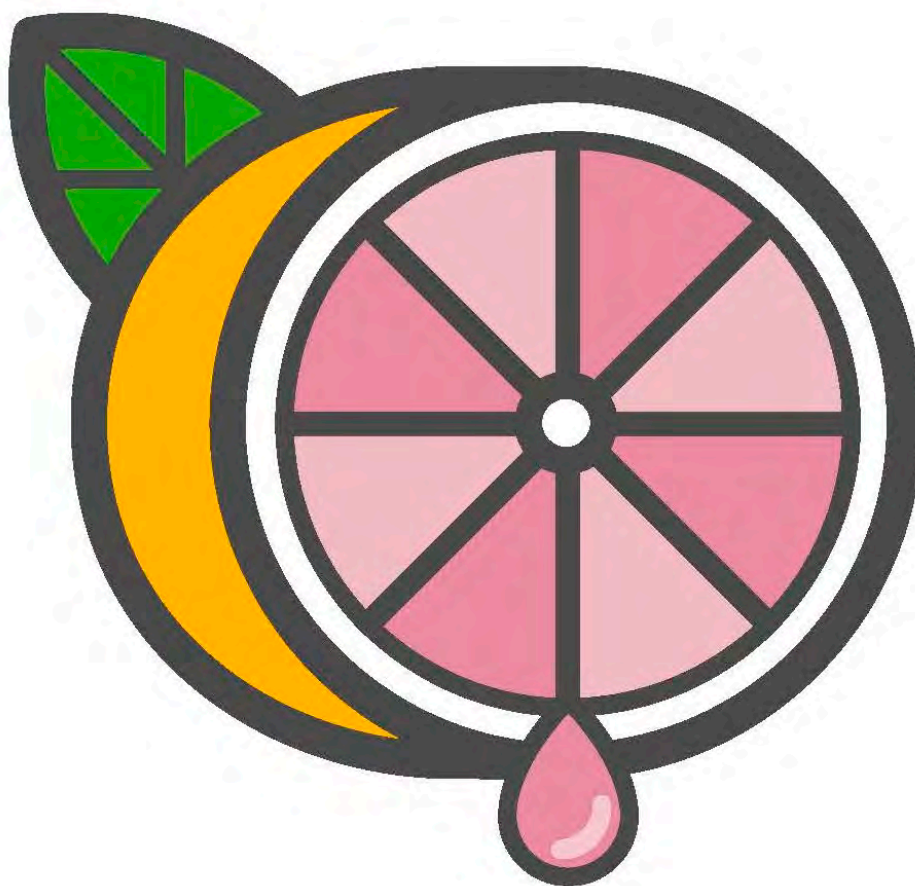
DESGLOSE KG.TRANSFORMADOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS DE LAS INDUSTRIAS

CC AA	ACUMULADO	ACUMULADO	DIFERENCIA	DIFERENCIA (%)
	OCT-SEP 2010/2011	OCT-SEP 2009/2010		
ANDALUCIA	1.329.930	619.787	710.143	115%
CATALUÑA	4.488.000	0	4.488.000	-----
MURCIA	245.981.024	106.418.922	139.562.102	131%
VALENCIA	53.747.486	32.356.892	21.390.594	66%
TOTALES	299.728.510	138.775.814	160.952.696	116%



6.4 Pomelo con destino a industria

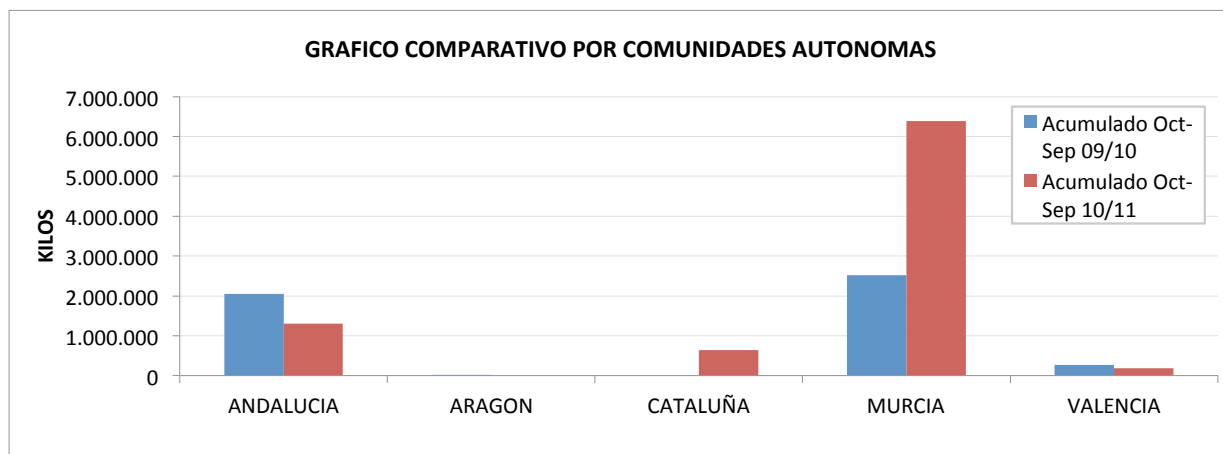
Informe fin de campaña 2010/2011



INFORME ABSORCIÓN POMELO CON DESTINO A LA TRANSFORMACIÓN - CAMPAÑA 10/11 -

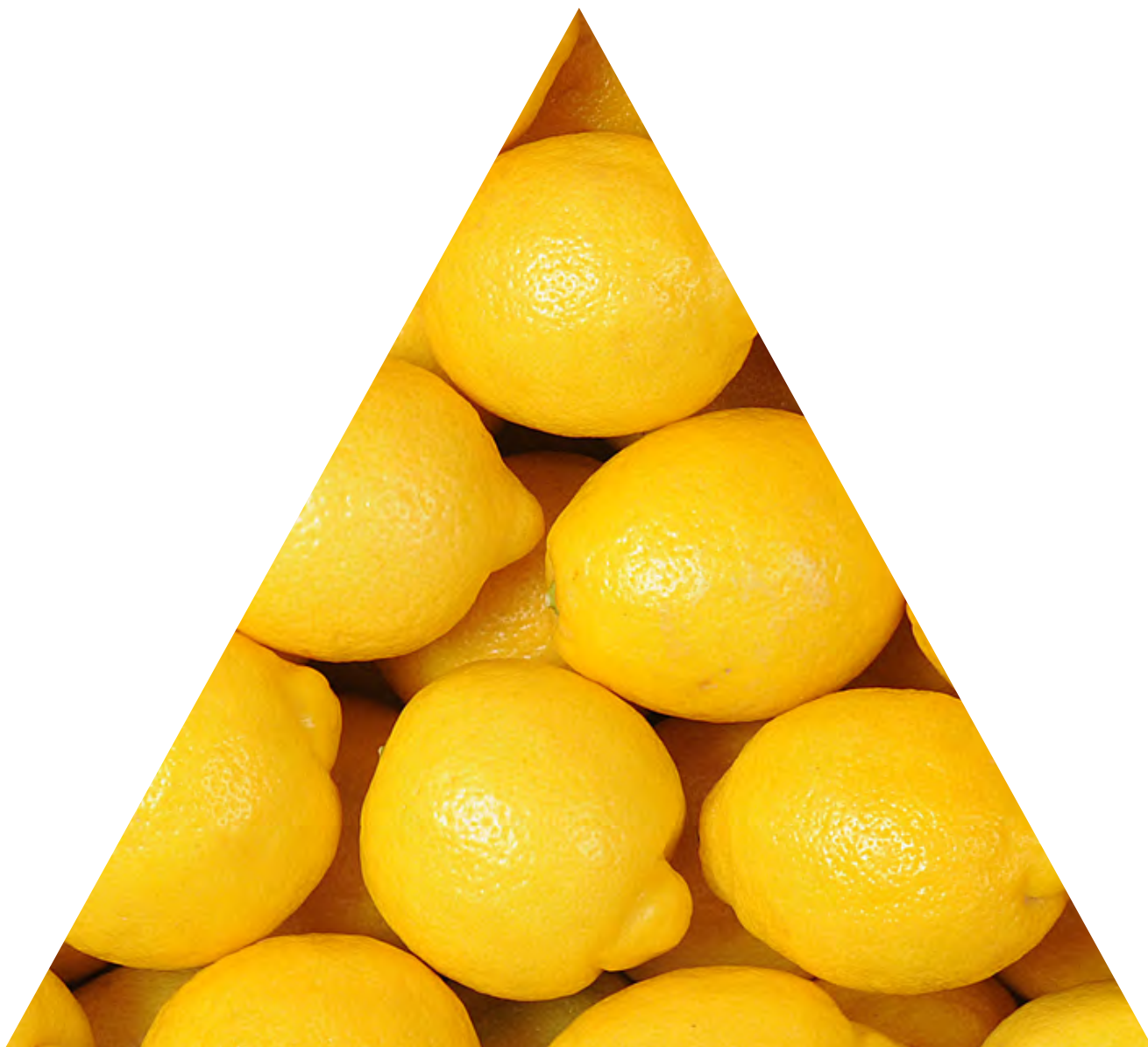
DESGLOSE KG.TRANSFORMADOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS DE LAS INDUSTRIAS

CC AA	ACUMULADO	ACUMULADO	DIFERENCIA	(%)
	OCT-SEP 2010/2011	OCT-SEP 2009/2010		DIFERENCIA
ANDALUCIA	1.302.834	2.051.673	-748.839	-36%
ARAGON	0	15.400	-15.400	-100%
CATALUÑA	635.045	0	635.045	-----
MURCIA	6.381.927	2.521.240	3.860.687	153%
VALENCIA	184.222	268.880	-84.658	-31%
TOTALES	8.504.028	4.857.193	3.646.835	75%



6.5 Evolución campaña limón de Argentina

Fin de campaña 2011

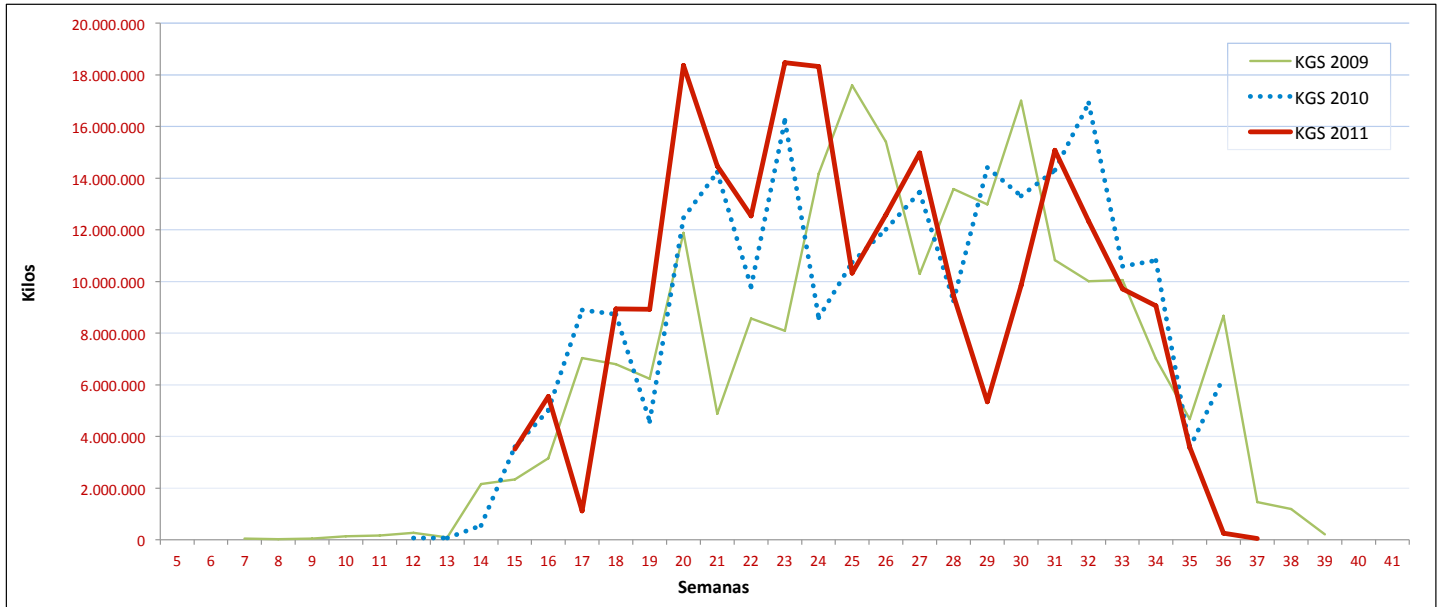


Exportaciones Limón Argentino
Pallets de 1134 kilos

Total pallets acumulados por puerto de destino
Hasta Semana 37

Puerto	Total Pallets		Dif (%)
	Hasta Semana 37 - 2011	Hasta Semana 37 - 2010	
AARHUS	319	400	-20,25%
ABU DABI	20	60	-66,67%
ALBANIA	140	220	-36,36%
ALGECIRAS	240	320	-25,00%
AMBERES	2.160	1.880	14,89%
AQABA	80	0	-----
ARGEL	340	0	-----
AZERBAIJAN	260	40	550,00%
BAHREIN	80	0	-----
BARCELONA	345	800	-56,88%
BART-MONT	200	20	900,00%
BEJAJA-ARGELIA	20	0	-----
BELARUS	0	20	-100,00%
BOSNIA	360	280	28,57%
BULGARIA	136	180	-24,44%
BURGAS-BULGARIA	400	0	-----
CARTAGENA	26.226	30.496	-14,00%
CEBU-FILIPINAS	20	0	-----
CIVITAVECCHIA-ITALIA	100	0	-----
CONSTANZA-RUM	1.679	1.159	44,87%
COPENHAGEN	100	200	-50,00%
CROACIA	0	20	-100,00%
DAMMAN	140	0	-----
DAVAO	20	0	-----
DOHA	140	40	250,00%
DUBAI	893	180	396,11%
DUBLIN	260	301	-13,62%
DURRES/ALBANIA	320	280	14,29%
ESLOVENIA	60	0	-----
FOS SUR MER	2.240	1.760	27,27%
GANDIA	0	1.054	-100,00%
GDANSK.POL	1.890	4.015	-52,93%
GENOVA	4.395	6.487	-32,25%
GIOIA TAURO	1.020	2.979	-65,76%
GOTEMBURGO	0	20	-100,00%
HAMBURGO	2.073	1.010	105,25%
HELSINGBORG	320	260	23,08%
HELSINKI	80	0	-----
HERAKLION-GR	140	20	600,00%
HONG KONG	2.336	1.460	60,00%
ILICHESKY-UC	0	15	-100,00%
JEBEL ALI	1.440	140	928,57%
JEDDAH	2.792	499	459,52%
JEDDAH-JORDANIA	260	0	-----
KAZAJISTAN	20	0	-----
KLAYPEDA-LIT	680	915	-25,68%
KOPER-ELS	140	0	-----
KOTA KINABALU	74	40	85,00%
KUALA LUMPUR	0	20	-100,00%
KUWAIT	220	0	-----
LE HAVRE	140	0	-----
LEGHORN	60	0	-----
LIMASSOL	1.076	568	89,44%
LISBOA	800	1.033	-22,56%
LIVORNO	9.944	4.303	131,09%
LUANDA	80	80	0,00%
MALMO	20	20	0,00%
MANILA	185	41	351,22%
MERSIN-TUR	160	0	-----
MONTREAL	1.279	1.660	-22,95%
NAPOLES	60	0	-----
NOVOROSSIYSK	0	20	-100,00%
ODESSA-UC	10.082	7.970	26,50%
OSLO	620	400	55,00%
PIREAUS	420	60	600,00%
PLOCE-BOSNIA	20	0	-----
PLOCE-CROACIA	263	656	-59,91%
PORT KELANG	240	92	160,87%
POTTI - AZERBAIJAN	80	0	-----
POTTI-GEORGIA	543	440	23,41%
QATAR	20	0	-----
RIGA-LET	320	320	0,00%
RJJEKA	60	40	50,00%
RJJEKA-BOSNIA	20	0	-----
RJJEKA-SERBIA	40	80	-50,00%
ROTTER-ESLOVAQUIA	0	80	-100,00%
ROTTER-HUNG	0	140	-100,00%
ROTTER-REP. CHECA	540	719	-24,90%
ROTTERDAM	45.343	60.334	-9,92%
RUMANIA	7	0	-----
SAGUNTO	0	18	-100,00%
SAN PETERSBURGO	33.232	34.981	-5,00%
SERBIA	189	645	-70,70%
SHUWAIK	160	20	700,00%
SINGAPUR	140	197	-28,93%
SUIZA	100	60	66,67%
SURABAYA	140	20	600,00%
TARRAGONA	1.458	2.453	-40,56%
THAMESPORT	520	0	-----
THES-ALBANIA	100	80	25,00%
THES-RUMANIA	160	0	-----
THES-UCRANIA	10	0	-----
THESALENIKE	13.471	11.426	17,90%
TILBURY	3.360	5.400	-37,78%
TORONTO	3.198	1.990	60,70%
VADO	12.046	16.332	-26,24%
VALENCIA	40	20	100,00%
VIGO	0	100	-100,00%
VLADIVOSTOK	100	60	66,67%
VOLOS	0	889	-100,00%
VOLOS-GRECIA	40	0	-----
YAKARTA	340	140	142,86%
TOTAL Campaña	196.404	201.477	-2,52%

EVOLUCIÓN SALIDAS LIMÓN DE ARGENTINA



6.6 Evolución campaña pomelo de Argentina

Fin de campaña 2011

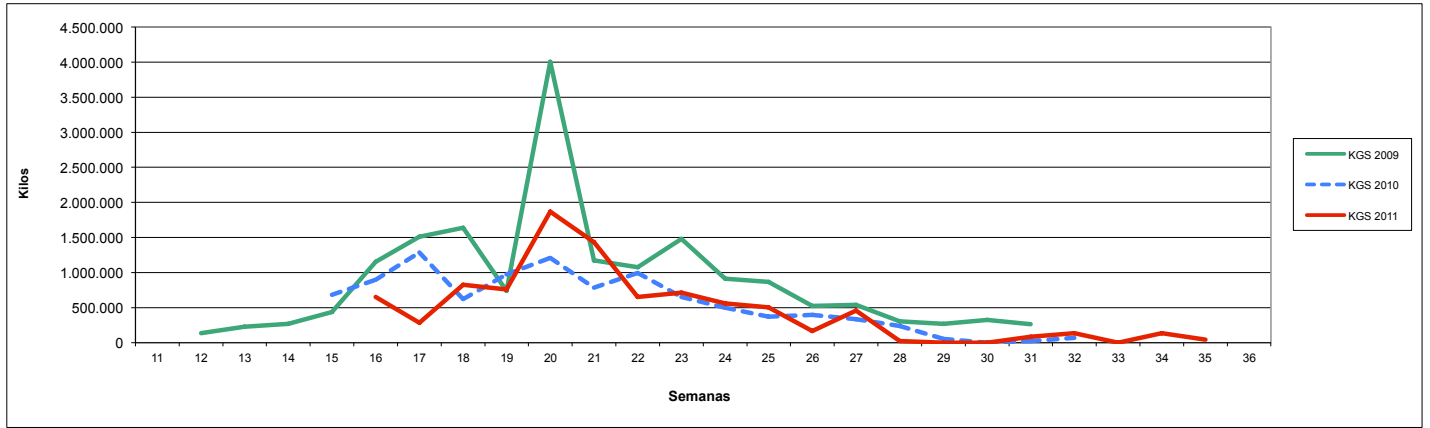


Exportaciones Pomelo Argentino Pallets de 1134 kilos

Total pallets acumulados por puerto de destino Hasta Semana 34

Puerto	Total Pallets Hasta Semana 35 - 2011	Total Pallets Hasta Semana 35 - 2010	Dif (%)
AARHUS	0	142	-100,00%
AMBERES	21	164	-87,20%
BARCELONA	21	0	-----
BAR-MONT	40	0	-----
BELARUS	0	40	-100,00%
CARTAGENA	521	135	285,93%
CONSTANZA-RUM	0	26	-100,00%
COPENHAGEN	40	0	-----
DUBLÍN	0	104	-100,00%
FOS SUR MER	210	653	-67,84%
GENOVA	21	0	-----
GDANSK.POL	0	63	-100,00%
HAMBURGO	20	167	-88,02%
HELSINGBORG	41	20	105,00%
HONG KONG	40	100	-60,00%
JEBEL ALI	0	20	-100,00%
JEDDAH	20	40	-50,00%
KLAYPEDA-LIT	80	100	-20,00%
LIVORNO	40	0	-----
ODESSA-UC	575	117	391,45%
PLOCE-CROACIA	20	0	-----
PORT-KELANG	0	20	-100,00%
RIGA-LET	0	20	-100,00%
ROTTER-BOSNIA	0	40	-100,00%
ROTTERDAM-RUSIA	0	140	-100,00%
ROTTERDAM	4.140	3.557	16,39%
SAN PETERSBURGO	864	2.275	-62,02%
SERBIA	40	15	166,67%
SPLIT	40	20	100,00%
TARRAGONA	372	141	163,83%
THES-BULGARIA	84	0	-----
THESALENIKE	186	0	-----
TILBURY	123	349	-64,76%
TORONTO	83	100	-17,00%
VADO	538	313	71,88%
VALENCIA	20	0	-----
TOTAL Campaña	8.200	8.881	-7,67%

EVOLUCIÓN SALIDAS POMELO DE ARGENTINA



6.7 Exportación de cítricos de Sudáfrica

Año 2011



SEMANA 27-2011 Campaña SUDAFRICA Cítricos 10/2011

EXPORTACIÓN SUDÁFRICA CÍTRICOS HASTA SEMANA 27 (TONS)

	Exportado Acumulado 2010	Exportado Acumulado 2011	Dif. %	Previsión Inicial Exportación 2011 Total	Previsión Actualizada Exportación 2011 Total	Pendiente Exportar 2011
Pomelos	156.000	198.000	26,9%	220.500	229.500	14%
Peq. Cítricos	79.500	78.000	-1,9%	118.500	109.500	29%
Limones	88.500	85.500	-3,4%	147.000	139.500	39%
Naranjas	265.500	262.500	0,0%	934.500	922.500	72%
TOTAL	589.500	624.000	5,9%	1.420.500	1.401.000	55%

EXPORTACIÓN SUDÁFRICA CÍTRICOS DURANTE LA SEMANA 27 (TONS)

	Semana 27 Exportado 2010	Semana 27 Exportado 2011	Semana 27 vs 26 Dif. %
Pomelos	6.000	18.000	200%
Peq. Cítricos	3.000	3.000	0%
Limones	7.500	6.000	-20%
Naranjas	52.500	43.500	-17%
TOTAL	69.000	70.500	2%

6.8 Evolución precio limón en campo

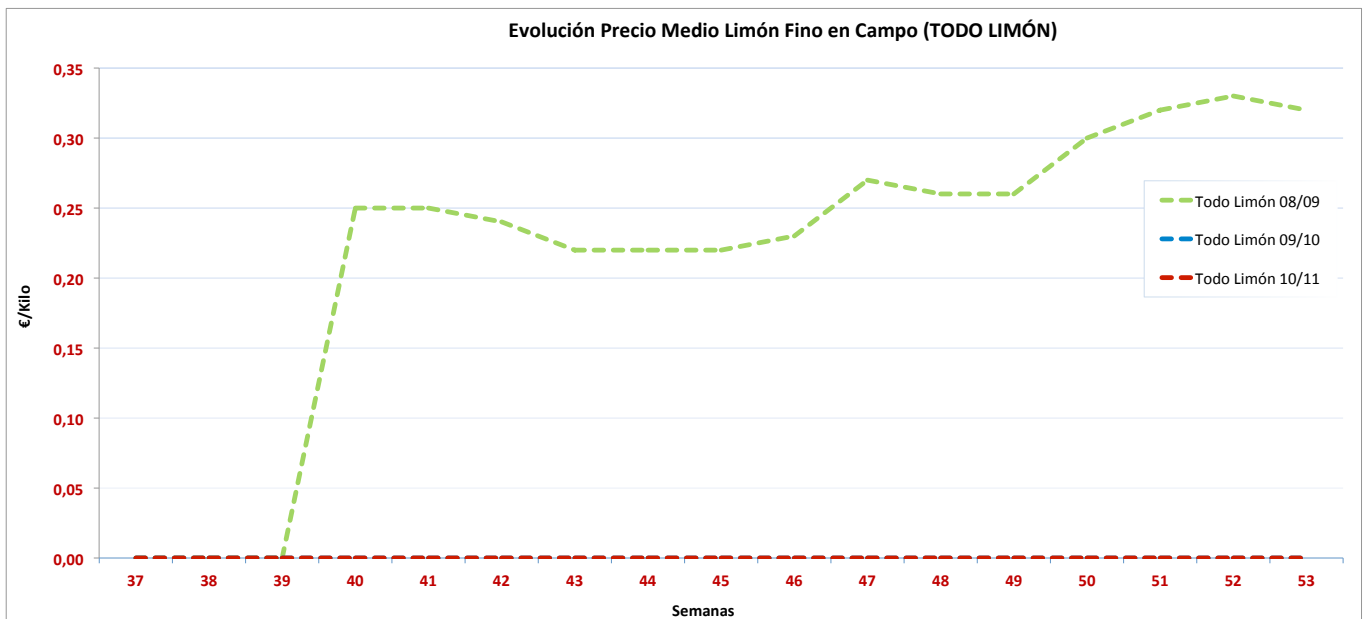
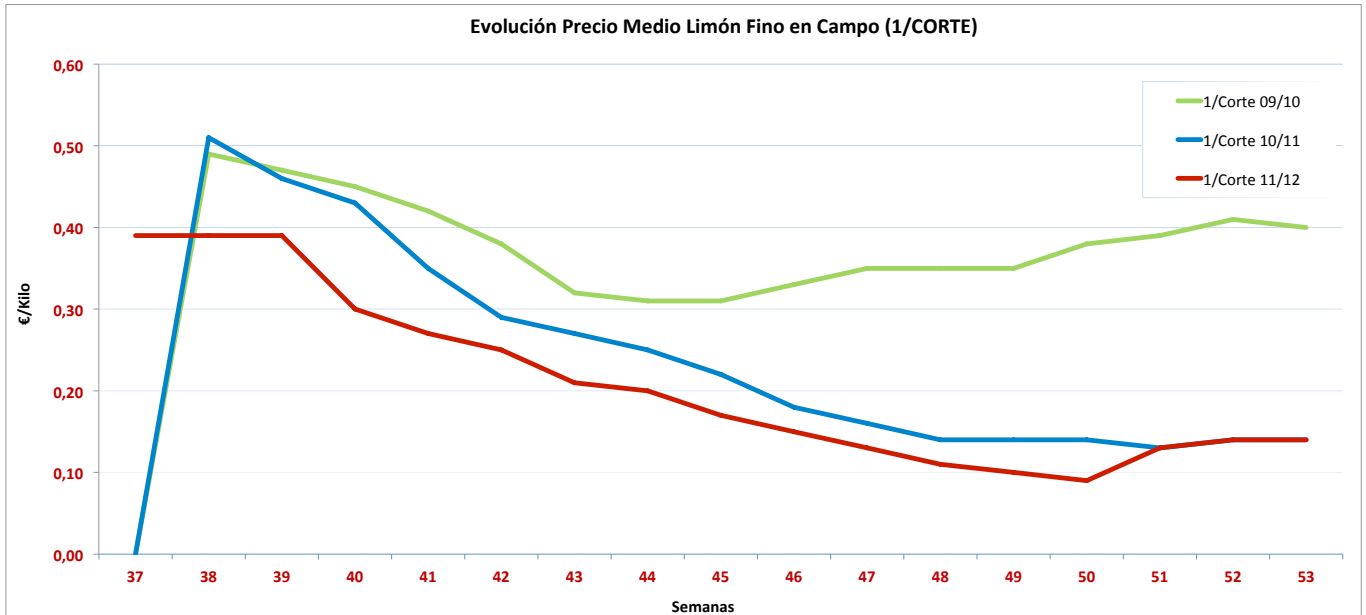
Tres últimas campañas



**EVOLUCIÓN PRECIO LIMÓN FINO EN CAMPO 3 ÚLTIMAS CAMPAÑAS
(Semanas 38 a 53)**

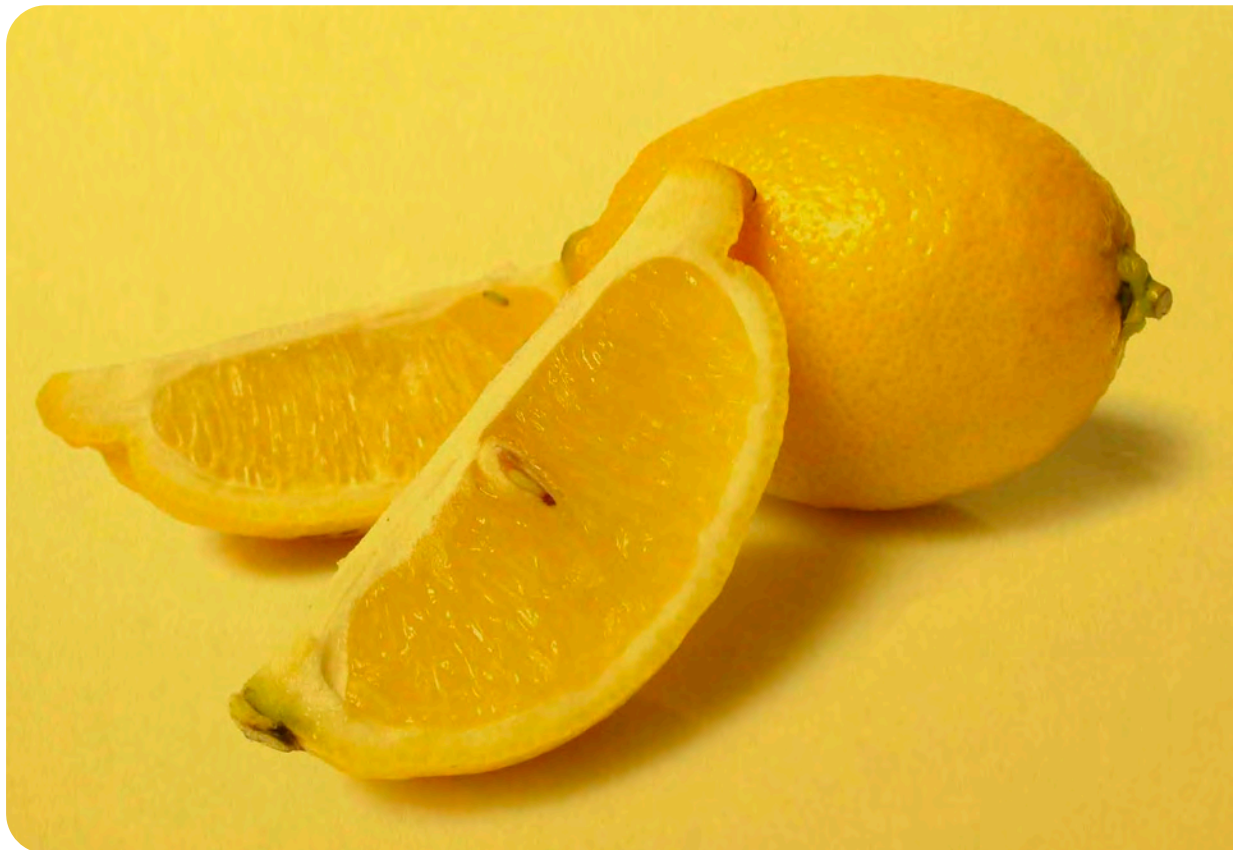
SEMANA	CAMPANA 09/10						CAMPANA 10/11						CAMPANA 11/12					
	TODO LIMÓN			1/CORTE			TODO LIMÓN			1/CORTE			TODO LIMÓN			1/CORTE		
	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA
	37	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
38	0,00	0,00	0,00	0,42	0,55	0,49	0,00	0,00	0,00	0,45	0,57	0,51	0,00	0,00	0,00	0,36	0,42	0,39
39	0,00	0,00	0,00	0,42	0,52	0,47	0,00	0,00	0,00	0,42	0,50	0,46	0,00	0,00	0,00	0,36	0,42	0,39
40	0,23	0,27	0,25	0,40	0,50	0,45	0,00	0,00	0,00	0,40	0,46	0,43	0,00	0,00	0,00	0,26	0,33	0,30
41	0,23	0,27	0,25	0,38	0,40	0,42	0,00	0,00	0,00	0,30	0,40	0,35	0,00	0,00	0,00	0,24	0,30	0,27
42	0,22	0,25	0,24	0,35	0,40	0,38	0,00	0,00	0,00	0,25	0,33	0,29	0,00	0,00	0,00	0,22	0,27	0,25
43	0,20	0,23	0,22	0,30	0,33	0,32	0,00	0,00	0,00	0,24	0,30	0,27	0,00	0,00	0,00	0,18	0,24	0,21
44	0,20	0,23	0,22	0,29	0,33	0,31	0,00	0,00	0,00	0,22	0,27	0,25	0,00	0,00	0,00	0,18	0,22	0,20
45	0,20	0,23	0,22	0,29	0,33	0,31	0,00	0,00	0,00	0,19	0,24	0,22	0,00	0,00	0,00	0,15	0,19	0,17
46	0,21	0,25	0,23	0,30	0,35	0,33	0,00	0,00	0,00	0,16	0,20	0,18	0,00	0,00	0,00	0,12	0,18	0,15
47	0,24	0,30	0,27	0,33	0,36	0,35	0,00	0,00	0,00	0,13	0,18	0,16	0,00	0,00	0,00	0,10	0,16	0,13
48	0,24	0,28	0,26	0,33	0,36	0,35	0,00	0,00	0,00	0,12	0,16	0,14	0,00	0,00	0,00	0,09	0,13	0,11
49	0,24	0,28	0,26	0,33	0,36	0,35	0,00	0,00	0,00	0,12	0,15	0,14	0,00	0,00	0,00	0,08	0,12	0,10
50	0,27	0,33	0,30	0,36	0,39	0,38	0,00	0,00	0,00	0,12	0,15	0,14	0,00	0,00	0,00	0,07	0,11	0,09
51	0,28	0,35	0,32	0,36	0,42	0,39	0,00	0,00	0,00	0,12	0,14	0,13	0,00	0,00	0,00	0,12	0,14	0,13
52	0,30	0,36	0,33	0,39	0,42	0,41	0,00	0,00	0,00	0,12	0,15	0,14	0,00	0,00	0,00	0,12	0,15	0,14
53	0,28	0,35	0,32	0,37	0,42	0,40	0,00	0,00	0,00	0,12	0,15	0,14	0,00	0,00	0,00	0,12	0,15	0,14

**EVOLUCIÓN PRECIO LIMÓN FINO EN CAMPO 3 ÚLTIMAS CAMPAÑAS
(Semanas 38 a 53)**




6.9 Evolución de precios de limón y pomelo al consumidor

Año 2011



PRECIOS LIMÓN Y POMELO CONSUMIDOR EN MERCADO NACIONAL. SEMANA 52 - 2011



		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	
LIMÓN	Tipo Confección	€	€	%	
	Malla 1 Kg	1,19	1,19	0%	→
	A granel €/Kg	1,30	1,29	-1%	↓
	Limón Calidad 500 gr	0,49	0,49	0%	→
	L. Eroski Natur M/750 gr	1,19	1,00	-16%	↓
	Malla 1 Kg	1,30	1,30	0%	→
	Limón Eco. Bandeja 750 gr	1,69	1,69	0%	→
	Malla 500 gr	0,89	0,89	0%	→
	Malla 1 Kg	1,19	1,19	0%	→
	A granel €/Kg	1,29	1,29	0%	→
	Malla 750 gr	0,79	0,79	0%	→
	Barqueta Eco. 800gr	2,29	1,99	-13%	↓
	Malla 1 Kg Auchan	1,19	0,79	-34%	↓
	Malla 1 Kg	0,99	0,99	0%	→
	A granel €/Kg	0,99	0,99	0%	→
	Limón Malla 1 Kg	1,19	1,19	0%	→
	A granel €/Kg	1,29	1,29	0%	→
	Malla 1 Kg	1,30	1,30	0%	→
	L. Primofiori M/500 gr Cat I	0,69	0,55	-20%	↓



		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	
POMELO	Tipo Confección	€	€	%	
	A granel €/Kg	1,15	1,15	0%	→
	Rojo 1ª a granel €/Kg	1,50	1,50	0%	→
	Rojo Bandeja 1 Kg	1,65	1,65	0%	→
	Malla 3 ud. Pomelo Rojo	0,65	0,65	0%	→
	Rojo Bandeja 500 gr	1,00	1,00	0%	→
	Pomelo Mesa unidad	1,99	1,99	0%	→
	Rojo €/Kg	1,29	1,29	0%	→
	Rojo Bandeja 1 Kg	1,65	1,65	0%	→
	Pomelo Star Ruby €/Kg	1,19	1,19	0%	→

COLABORA:







PRECIOS LIMÓN CONSUMIDOR EN MERCADOS EUROPEOS. SEMANA 52 - 2011

		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51
--	--	-----------	-----------	--------------------


ALEMANIA			€	€	%
	BIO Malla 0,5 Kg - ES	1,49	1,29	-13%	↓
	Unidad - ES	0,79	0,79	0%	→
	Malla 1 Kg - ES	1,19	0,89	-25%	↓

TENGMANN			€	€	%
	Unidad - ES	0,69	0,69	0%	→
	Malla 0,5 Kg - ES	1,29	1,29	0%	→

REINO UNIDO			€	€	%
-------------	--	--	---	---	---

TESCO			€	€	%
	Unidad (Turquía)	0,27	0,27	0%	→
	Malla 4 uds.	0,81	0,81	0%	→
	Malla 6 uds. Unwaxed	1,90	2,03	7%	↑
	M/4 uds. Org. Unwaxed	1,62	1,62	0%	→
	Prom. 2 M/4 uds. Org. Unwaxed	2,90	2,90	0%	→

ASDA			€	€	%
	Unidad	0,35	0,35	0%	→
	Malla 4 uds. Org. Unw.	1,86	1,86	0%	→
	M/5 uds. Unwaxed	1,59	1,59	0%	→


SAINSBURY'S			€	€	%
	Unidad	0,35	0,35	0%	→
	Malla 4 uds.	0,81	0,81	0%	→
	Malla 5 uds. Unwaxed	1,74	1,74	0%	→
	Prom. 2 Mallas 5 uds. Unwaxed	2,90	2,90	0%	→
	M/3 uds. Sainsbury Org. Unw.	1,74	1,74	0%	→


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
--	--	-----------	-----------	--------------------

FRANCIA			€	€	%
	Malla 600 gr Cal 4 - ES	1,65	1,65	0%	→
	Malla 600 gr Cal 5 - ES	1,75	1,75	0%	→
	Malla BIO 500 gr Cat 2 - IT	1,95	1,95	0%	→


AUCHAN			€	€	%
	Unidad - ES Verna	0,39	0,39	0%	→
	Granel €/Kg - ES Verna	1,69	1,69	0%	→
	Limón BIO 4 uds. - ES Prim.	2,50	2,50	0%	→


E.LECLERC			€	€	%
	BIO Caja 4uds. 0,5 Kg - ES	1,49	1,69	13%	↑
	Granel €/Kg - ES Prim.	1,20	0,80	-33%	↓
	Bolsa 4 uds. 0,5 Kg - ES Sin tratar	0,99	0,99	0%	→

CASINO			€	€	%
	Granel €/Kg - ES	2,65	2,65	0%	→
	Malla 500 gr - ES	1,00	1,00	0%	→
	BIO 500 gr - ES	3,70			

MONOPRIX			€	€	%
	Malla 500 gr - ES	1,50			

SUIZA			€	€	%
-------	--	--	---	---	---

MIGROS			€	€	%
	Unidad Primof. - ES	0,47	0,47	0%	→
	Malla 1Kg - ES		1,29		
	BIO M/4 uds - TURQUÍA	2,73	3,08	13%	↑

COOP			€	€	%
	Unidad - ES	0,47	0,47	0%	→
	BIO 120 gr - IT/ES	0,63	0,63	0%	→
	Malla 0,5 Kg - ES/SUDAF	1,90	1,90	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 Medio Ambiente y Medio Rural y Marino"



PRECIOS POMELO CONSUMIDOR EN MERCADOS EUROPEOS. SEMANA 52 - 2011

		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	
	ALEMANIA	Tipo Confección	€	€	%
	REWE	Rojo Ud. Argentina	0,99	0,99	0% →
					
	TENGMANN	Rojo Ud. Sudáfrica	0,99	0,99	0% →
					
	REINO UNIDO	Tipo Confección	€	€	%
	TESCO	Amarillo Ud.	0,41	0,41	0% →
		Rosa Ud.	0,58	0,58	0% →
		Rojo Ud.	0,41	0,41	0% →
		Pack 3 Uds.	1,74	1,74	0% →
	ASDA	Rojo Ud.	0,46	0,46	0% →
		Blanco Ud.	0,41	0,41	0% →
		Rojo Pack 3 Uds.	1,40	1,40	0% →
		Rojo 2 Pack 3 Uds.	2,32		
	SAINSBURY'S	Rosa Ud.	0,58	0,58	0% →
		Rojo Ud.	0,46	0,46	0% →
		Prom. 3 Uds. Rojo	1,16	1,16	0% →
		Blanco Ud.	0,41	0,41	0% →
		Ud. Pom. Sainsbury's	1,74		

		Semana 51	Semana 52	Variación 52 vs 51	
	FRANCIA	Tipo Confección	€	€	%
	CARREFOUR	Rojo Ud. Israel	1,20	1,42	18% ↑
		Blanco Ud. Florida	1,08	1,08	0% →
	AUCHAN	Rosa Ud. México	0,69	0,69	0% →
		Pomelo Ud. Bio España	1,00	1,00	0% →
	E.LECLERC	3 Uds. Pomelo Star Ruby Es.	0,99	0,99	0% →
		Rojo Ud. Arg.	0,50	0,50	0% →
		Pomelo Chino Ud.	2,90	2,90	0% →
	CASINO	Pomelo Rosa Ud. USA	1,00	0,85	-15% ↓
					
	SUIZA	Tipo Confección	€	€	%
	MIGROS	Rojo 2 Uds. Israel	1,90	1,90	0% →
		Blanco 2 Uds. Israel	1,90	1,90	0% →
		Rojo Bio Ud. España	1,42	1,42	0% →
		Sweetie Verte Ud. Israel	1,03	1,03	0% →
		Blanco Bio 2 Uds. Israel	1,42		
	COOP	Rojo Ud. Israel/USA	0,83	0,83	0% →
					

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

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 Medio Ambiente y Medio Rural y Marino"