

PERFIL DE MERCADO

LIMÓN



Abril 2010

Índice

Sumario

1. Introducción	1
1.1. Descripción del producto	1
1.2. Partidas arancelarias	1
1.3. Metodología	2
2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas	3
3. Principales mercados importadores en el mundo.....	5
4. Principales Competidores.....	7
5. Tendencias en el mercado.....	9
5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento.....	9
5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento.....	9
5.3. Tendencia en la distribución y la estructura de comercio.....	10
5.4. Tendencias en los segmentos.....	11
5.5. Desarrollo de los precios.....	12
6. Tendencias en el producto	13
6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación	13
6.2. Tendencias en las especificaciones de producto	14
7. Puntos críticos de acceso a mercados.....	17
7.1. Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control – HACCP.....	17
7.2. Trazabilidad	19
7.3. Requisitos Generales de Exportación	19
7.4. Requisitos específicos.....	20
7.5. Aranceles	20
8. Oportunidades.....	21
9. Ferias y sitios de comercio virtual	23
9.1. Ferias.....	23
9.2. Sitios de comercio virtual.....	23
10. Cómo podemos ayudarlo.....	24
Fuentes de información	25
Fuentes fotográficas.....	25

Sumario

Conozca qué usos tiene el limón

Los usos que se le puede dar al limón son varios. Es frecuentemente utilizado en la cocina, ya que su sabor y cualidades son ideales en infinidad de recetas. En pastelería se aprecia el delicioso contraste que genera mezclado con azúcar, por lo que no es extraño encontrarlo en gelatinas, mousses o pasteles. Las medias rodajas de limón dan belleza, perfume y sabor a las carnes o pescados horneados. Mayonesas, aderezos, refrescos y la rica sangría logran su punto perfecto gracias a su jugo.

Sabia usted que Países Bajos es nuestro principal cliente...

Países Bajos (Holanda) representa el principal mercado boliviano con ventas de USD81.894 representando el 47% de las exportaciones bolivianas, seguido por Italia, Francia y Lituania, con una concentración de las exportaciones de 27%, 17% y 9% respectivamente.

Descubra los principales países compradores de limón en el mundo

Alemania, Estados Unidos de América y Países Bajos, son los tres países principales, compradores de limón en el mundo concentrando aproximadamente el 30%.

Entérese de los principales países productores de limón

Las exportaciones mundiales para el año 2008 crecieron un 17%, donde los principales países competidores en el mundo son: España, Argentina y México con ventas que superan los USD1.000 millones.

Conozca las oportunidades de exportación que tiene el limón a otros países

Alemania, Francia y Estados Unidos de América, son países que en la actualidad no se exporta, pero sus crecimientos en las importaciones mundiales anuales son del 20%, 15% y 10% respectivamente. Datos que muestran la gran potencialidad de este producto en esos países.

Cómo podemos ayudarlo

En el IBCE elaboramos distintos informes de mercado como ser perfiles de mercado e informes del mercado potencial para un producto en un determinado país. Si usted desea solicitar información sobre los costos de estos estudios personalizados, favor tomar contacto con:

Persona de contacto: Sr. Miguel Ángel Hernández Q.

Cargo: Gerente de Promoción

E-mail: gpromocion@ibce.org.bo

Teléfono: (591-3) 3362230

Fax: (591-3) 3324241

Dirección: Av. Las Américas Nº 7 (Torre Empresarial CAINCO, Piso 13)

1. Introducción

De acuerdo con algunas investigaciones, el limón procede de Asia, posiblemente de la región Oeste de la India. Asimismo, se cuenta con documentos que describen su uso desde los inicios de la medicina occidental, ya que en Grecia era considerado limpiador de la sangre, remedio contra enfermedades respiratorias y antitóxico. La producción del limón se encuentra en los Valles y el Oriente de Bolivia; generalmente en escala reducida y producida por pequeños productores campesinos. Las zonas importantes de producción son: la Cuenca del Río Caine (Cochabamba-Potosí), la Cuenca del Río Pilcomayo (Chuquisaca-Potosí), Río Chico (Chuquisaca), Bermejo (Tarija), Provincia Ichilo, el Carmen y La Guardia-El Torno (Santa Cruz). También se puede observar la producción de limón en las zonas tropicales de los Yungas de La Paz y del Chapare cochabambino.

El limón al igual que muchos productos en el sector agrario, han sido el sustento económico de muchas familias campesinas, es por eso que este sector presenta un componente social de relevante importancia por su capacidad de reducción de la pobreza. El sector agrario es una actividad estratégica dentro de un país puesto que forma base fundamental para el desarrollo autosuficiente y riqueza de la nación. Durante la conferencia regional de la FAO realizado en la ciudad de Panamá a fines de abril del año 2010, el Director General de la FAO, Jacques Diouf, indicó la importancia estratégica de la agricultura para el bienestar económico y social de los países de la Región. "La agricultura sigue siendo la principal actividad económica de las zonas rurales y tiene un impacto directo sobre las posibilidades de hacer frente a los desafíos socio económicos que prevalecen en el campo. El desarrollo agrícola es un motor de crecimiento para otras esferas económicas".

1.1. Descripción del producto

El **limonero**, *Citrus limón*, es un pequeño árbol frutal perenne que puede alcanzar los 6 metros de altura. Su fruto es el limón, una fruta comestible de sabor ácido y extremadamente fragancioso que se usa en la alimentación. El limonero posee una corteza lisa y madera dura y amarillenta muy apreciada para trabajos de ebanistería. Botánicamente, el limonero es una especie híbrida del género *Citrus*, familia de las Rutáceas.

Forma una copa abierta con gran profusión de ramas, sus hojas son elípticas, coriáceas de color verde mate lustroso (5 a 10 cm), terminadas en punta y con bordes ondulados o finamente dentados.

Sus azahares presentan gruesos pétalos blancos teñidos de rosa o violáceo en la parte externa, con numerosos estambres (20-40). Surgen aislados o formando pares a partir de yemas rojizas.

1.2. Partidas arancelarias

Las partidas arancelarias utilizadas en el presente estudio se detallan a continuación:

- **0805.50.10.00:** Limones (*Citrus Limón*, *Citrus limonum*)
- **3301.13.00.00:** Aceites esenciales de agrios (cítricos) de Limón

Sin embargo, para análisis de países importadores como también principales competidores se utilizará el Sistema Armonizado HS6:

- **0805.50:** "Limonos Citrus limón, Citrus limonum y limas Citrus aurantifolia, Citrus latifolia, fresco"
- **3301.13:** "Aceites esenciales de limón"

1.3. Metodología

La metodología utilizada en el presente estudio está basada en un trabajo de investigación de fuentes secundarias como ser, estadísticas, publicaciones, artículos de sitios Web relacionados con el comercio internacional y de manera más específica con el biocomercio o productos orgánicos. El estudio consta de dos partes importantes, una parte que corresponde al análisis cuantitativo y la otra al cualitativo.

En el análisis cuantitativo se muestran estadísticas de las exportaciones bolivianas en volumen y valor para el producto en cuestión según el país destino, luego se muestran los principales destinos de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial en volumen, valor y con el crecimiento relativo para un periodo de cinco años, del 2004 al 2008, en el caso de que existieran datos; con esto se hace referencia a los principales países importadores y a los países competidores directos de Bolivia.

En el análisis cualitativo, se describen las principales tendencias en el mercado, como ser comportamiento del consumidor, de la industria, la distribución, los segmentos, desarrollo de los precios, así como también tendencias en el producto, desarrollo de nuevos productos, especificaciones, procesamiento y una sección destinada a los requerimientos de acceso a mercados.

2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas

Las exportaciones registradas de limón y aceites de limón muestran los siguientes destinos:

Cuadro N° 2.1

Principales mercados de Bolivia para el producto limones (citrus limón y citrus limonum) a febrero del año 2010, expresados en dólares y en kilogramos brutos

Países importadores	Valor (USD)	Volumen (kg)	Concentración del País (%)	Crecimiento anual a febrero(2008-2010)
Total	174.734	268.510	100	188
Países Bajos	81.894	122.594	47	35
Italia	46.420	72.958	27	Na
Francia	30.182	48.640	17	Na
Lituania	16.238	24.318	9	Na

Na: No aplica

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (mayo - 2010)

Las exportaciones bolivianas de la partida denominada "Limones" (código 0805.50.10.00 del sistema armonizado), se ha caracterizado por ser discontinuo a través del tiempo y no muy diversificado en mercados. Por un lado discontinuo, porque las exportaciones de este producto se concentran entre los meses de febrero y junio, lo que da a conocer que es un producto estacional, exportando los excedentes solo ciertas épocas del año. Por otro lado no presenta mercados muy diversificados dado que años anteriores al 2009-2010, solo se ha exportado a Países Bajos y Paraguay pero no de manera continúa cada año. Solo a febrero del año 2010, se ha registrado por primera vez (desde el año 2003¹) exportaciones a cuatro países distintos al mismo tiempo, donde Países Bajos representa el principal mercado con unas ventas de USD81.894 representando el 47% de las exportaciones bolivianas, seguido por Italia, Francia y Lituania, con una concentración de las exportaciones de 27%, 17% y 9% respectivamente. Dado que Países Bajos es al único país que se ha exportado relativamente continuo, el mismo presenta un crecimiento del 35% respecto a febrero del 2008.

¹ Año de inicio de exportaciones del producto "Limones" que muestra el Instituto Nacional de Estadística.

Perfil de Mercado Limón

Cuadro N° 2.2

Principales mercados de Bolivia para aceites esenciales de agrrios (cítricos): de limón del año 2009, expresados en dólares y en kilogramos brutos

Países importadores	Valor (USD)	Volumen (kg)	Concentración del País (%)	Crecimiento anual a febrero(2007-2009)
Total	2.173.527	95.100	100	89
Canadá	1.091.553	47.550	50	18
Reino Unido	712.439	31.700	33	213
Estados Unidos de América	369.535	15.850	17	Na

Na: No aplica

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (mayo - 2010)

El producto "aceites esenciales de limón" para el año 2009, ha generado ventas de USD2.173.527 donde la mitad de las exportaciones bolivianas (50%) han estado destinadas a Canadá, seguido por el Reino Unido (33%) y Estados Unidos de América (17%). Sin embargo, a pesar de que Canadá es nuestro principal cliente, el crecimiento registrado entre los años 2007-2009 del Reino Unido fue mucho mayor que el de Canadá, llegando a niveles por encima del 200%, lo que da a conocer el enorme potencial que presenta este conjunto de países (Escocia, Gales, Inglaterra e Irlanda del Norte) para las exportaciones de aceite de limón.

Este producto al igual que el anterior (limones) se caracteriza por ser exportado solo cierta época del año, en este caso, entre los meses de mayo y noviembre. Fue el año 2004 que se registró su primera exportación solo en el mes de julio, pero para los años 2008 y 2009, los excedentes del mismo fueron mucho mayores, dado que se incrementaron la cantidad de ocasiones de exportaciones, entre cinco a seis meses por año.



3. Principales mercados importadores en el mundo

En los cuadros que se muestran a continuación, se detallan los principales países importadores a nivel mundial de la partida: "Limonos Citrus limón, Citrus limonum y limas Citrus aurantifolia, Citrus latifolia, fresco". Como también el producto "aceites esenciales de limón".

Cuadro N° 3.1

Principales países importadores de limones Citrus limón, Citrus limonum y limas Citrus aurantifolia, Citrus latifolia, frescas del año 2008, expresados en miles de dólares y toneladas

Países Importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento anual del valor % (2004-2008)	Participación en el Mundo (%)
Total Mundo	2.400.147	1.979.149	17	100
Alemania	234.432	137.459	20	10
Estados Unidos de América	212.563	230.871	10	9
Países Bajos	203.377	153.413	30	9
Francia	198.173	116.381	15	8
Polonia	143.015	95.103	18	6
Reino Unido	142.529	97.072	16	6
Italia	131.724	97.627	14	6
Federación Rusa	128.760	185.166	18	5

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (mayo - 2010)

Las importaciones mundiales de este producto, superan los USD2.400 millones con un crecimiento anual en los años 2004-2008 de 17%. El cuadro anterior también muestra una característica muy especial, si bien los principales tres países compradores de este producto son Alemania, Estados Unidos de América y Países Bajos, la diferencia entre concentraciones de sus importaciones a nivel mundial no pasa de un punto porcentual, lo que significa que existe una diversa y amplia cantidad de consumidores, no concentrándose así solo en uno o dos países. Alemania por un lado concentra 10%, seguido por Estados Unidos de América y Países Bajos (ambos con 9%), mientras que los otros países (Francia, Polonia y otros) siguen de cerca este comportamiento. A pesar de esta característica, el país que presenta mayores tasas de crecimiento es; Países Bajos, con una variación durante los años 2004-2008 del 30%, seguido por Alemania (20%), Polonia y la Federación Rusa (ambos con 18%).

Datos preliminares al 2009

Estos datos dan a conocer que los principales tres países compradores de este producto son: Estados Unidos de América, Francia y Reino Unido, con valores de importaciones de USD191 millones, USD127 millones y USD96 millones respectivamente. Sin embargo, es importante mencionar que Alemania y Países Bajos aún no presentan datos disponibles para el año 2009 en el sitio Web de Trade Map, lo que implica que estos países todavía pueden ser considerados como principales mercados importadores.

Perfil de Mercado Limón

Cuadro N° 3.1

Principales importaciones de aceites esenciales de limón para el año 2008, expresados en miles de dólares y Toneladas

Países Importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento anual del valor % (2004-2008)	Participación en el Mundo (%)
Total Mundo	322.134	15.294	22	100
Estados Unidos de América	99.293	3.954	30	31
Reino Unido	39.562	1.637	3	12
China	30.965	3.120	30	10
Japón	30.498	597	26	10
Suiza	16.143	435	23	5
Francia	14.784	447	24	5
Canadá	10.335	590	42	3
Brasil	10.311	368	22	3

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (mayo - 2010)

Todos los países en su conjunto, tuvieron una importación de USD322 millones, con un crecimiento del 22%. Donde los principales ocho países importadores concentran el 79% del total de las importaciones mundiales. Los principales cuatro países importadores de aceites esenciales de limón son: Estados Unidos de América, Reino Unido, China y Japón, concentrando el 63% del total de las importaciones mundiales. Sin embargo, el país que presenta mayores tasas de consumo o crecimiento en las importaciones es Canadá, con un 42% de crecimiento entre los años 2004-2008, seguido por Estados Unidos de América y China con un 30%, mientras que Japón y Francia con 26% y 24% respectivamente.

Datos preliminares al 2009

Para el año 2009, los principales países importadores de aceites esenciales de limón, se caracterizan por ser los mismo desarrollados en años anteriores, es decir: Estados Unidos de América, Reino Unido, China y Japón, con valores de importaciones de USD96 millones, USD55 millones, USD37 millones y USD32 millones respectivamente.



4. Principales Competidores

En los cuadros que se muestran a continuación, se detallan los principales exportadores a nivel mundial del limón y aceites esenciales de limón:

Cuadro N° 4.1

Exportaciones de Limones Citrus limón, Citrus limonum y limas Citrus aurantifolia, Citrus latifolia, frescas en el año 2008, expresado en miles de dólares y toneladas

Países Exportadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento promedio anual % (2004-2008)	Participación en las exportaciones mundiales
Total Mundo	2.096.026	2.519.031	17	100
España	432.451	330.171	7	21
Argentina	388.017	402.212	26	19
México	242.315	487.085	11	12
Turquía	202.874	221.798	17	10
Países Bajos	175.360	98.558	23	8
Estados Unidos de América	157.793	270.502	23	8
Italia	101.513	63.219	38	5
Sudáfrica	77.064	241.185	6	4

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (mayo - 2010)

Tal como se muestra en el anterior cuadro según datos del Trade Map, los países que concentran casi dos terceras partes de las exportaciones mundiales de "Limones Citrus limón, Citrus limonum y limas Citrus aurantifolia, Citrus latifolia, frescas" en el año 2008 son: España con un valor en las exportaciones de USD432,5 millones, seguido por Argentina con USD388,02 millones, México con USD242,3 millones y Turquía con USD202,9 millones. Un dato importante que da perspectivas de crecimiento son las exportaciones que el mundo en su totalidad realizó, creciendo un 17%, principalmente liderizado por Italia con un crecimiento anual durante 2004-2008 del 38%, seguido por Argentina (26%) y Países Bajos con Estados Unidos de América (23%).

Datos preliminares al 2009

Para el año 2009, los principales países importadores del producto analizado son: Turquía, México, Estados Unidos de América y Sudáfrica, con valores de exportación de USD278 millones, USD220 millones, USD125 millones y USD73 millones respectivamente. Sin embargo, es importante mencionar que Argentina y España aún no presentan datos al año 2009, ambos países competidores a nivel mundial en el año 2008, y que pueden serlo también para el año 2009.

Perfil de Mercado Limón

Cuadro N° 4.1
Exportaciones de aceites esenciales de limón en el año 2008,
expresado en miles de dólares y toneladas

Países Exportadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento promedio anual % (2004-2008)	Participación en las exportaciones mundiales
Total Mundo	298.814	12.046	22	100
Argentina	101.815	3.518	17	34
Estados Unidos de América	40.156	2.058	33	13
Italia	36.288	1.476	27	12
México	20.563	839	15	7
Reino Unido	19.537	817	33	7
Canadá	13.312	654	51	5
Francia	12.758	291	50	4
Suiza	10.647	130	10	4

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (mayo - 2010)

Las exportaciones mundiales del aceite de limón registran USD298 millones con un crecimiento anual del 22%. Estas exportaciones tiene como su principal ofertante a nivel mundial el país de Argentina, con una participación del 34% y con ventas que llegan a USD101,8 millones, seguido y con bastante diferencia de Estados Unidos de América e Italia, con participaciones de 13% (USD40 millones) y 12% (USD36 millones). Sin embargo, es Canadá el país que presenta mayores niveles de crecimiento durante los años 2004-2008 con un 51%, seguido de cerca por Francia (50%), Estados Unidos de América y Reino Unido (33%), entre otros.

Datos preliminares al 2009

Para el año 2009, los principales países exportadores de aceites esenciales de limón son: Estados Unidos de América, México y Reino Unido con valores de exportación de USD36 millones, USD15,8 millones y USD15,7 millones. Sin embargo, es importante mencionar que Argentina e Italia aún no presentan datos al año 2009, ambos países competidores a nivel mundial en el año 2008, y que pueden serlo también para el año 2009.

5. Tendencias en el mercado

El mundo de los productos alimenticios a nivel global cambia, innova, evoluciona, por lo que resulta imprescindible conocer la orientación del mercado para adecuar la oferta de productos a los nuevos requerimientos del consumidor.

5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento

Casi tres de cada cuatro familias estadounidense compran productos "bio"

Según la investigación " U.S. Families' Organic Attitudes and Beliefs Study" un 73% de los hogares encuestados manifiestan que compran, al menos ocasionalmente, productos ecológicos, motivados en su gran mayoría por problemas de salud. Los números también revelan que un 31% de las familias compra más productos ecológicos que el año pasado (2009) y un 17% de ellas señala que los gastos que más crecieron fueron los dedicados a productos ecológicos. De esta manera que el consumo de limón sin trata de químicos en su proceso de producción, es un producto bastante valorado en el mercado internacional.

¿Quién guía el consumo en Latinoamérica?

Un estudio llevado a cabo por Euromonitor Internacional develó que las mujeres y los niños de entre 8 y 12 años son los principales responsables de las decisiones de compra en las familias latinoamericanas. El estudio también señala como nuevas tendencias de consumo, el incremento de las marcas y las ventas de productos orgánicos. Bajo la premisa que los niños y las mujeres siempre preocupadas por el bienestar y la salud de su familia tiendan a consumir y valorar los productos orgánicos, el limón también puede llegar bastante valorado.

Incrementa la confianza del consumidor en la UE

El índice del Instituto de Crédito Oficial (ICO) que analiza la confianza del consumidor en la UE aumentó 5,5 puntos en abril del año 2010 respecto al mes anterior, hasta situarse en 78,2 puntos. Este comportamiento se fundamenta en las mejores expectativas económicas de los consumidores y su opinión sobre la evolución reciente de la economía. El incremento de la confianza del consumidor puede elevar la demanda de productos orgánicos, y de esta manera mejorar las exportaciones de países en desarrollo.

5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento

La industria agroalimentaria crece y se expande en todas sus facetas: productos, envases, sabores, marketing, técnicas de elaboración. De ahí la importancia que tiene observar las nuevas tendencias, permanecer abierto a las novedades locales y las de otras latitudes, y mirar más allá de lo coyuntural.

La industria con bajos costos de producción

En cuanto a los costes de producción, ni la poda ni la recolección son muy representativos, sino que los costes están asociados a la fertirrigación (presenta numerosas deficiencias en macro y micronutrientes) y a los tratamientos fitosanitarios.

Los precios de los cítricos obtenidos son similares entre las especies, al igual que los rendimientos, aunque resultan algo superiores en mandarina y limón, pero las características de comercialización y consumo del limón divergen del resto de cítricos, al ser éste un condimento y no un postre.

El limón como uso industrial

El principal uso es el consumo en fresco, tanto para la elaboración casera de zumos y refrescos, como aliño o condimento para multitud de platos. En los últimos años se ha incrementado el uso industrial para la obtención de zumos naturales y concentrados, aceite esencial, pulpas, pectinas, flavonoides, piensos, etc. y últimamente la producción de ácido cítrico natural con destino a la confección de conservas naturales.

La industria del limón nacional se encuentra en crecimiento

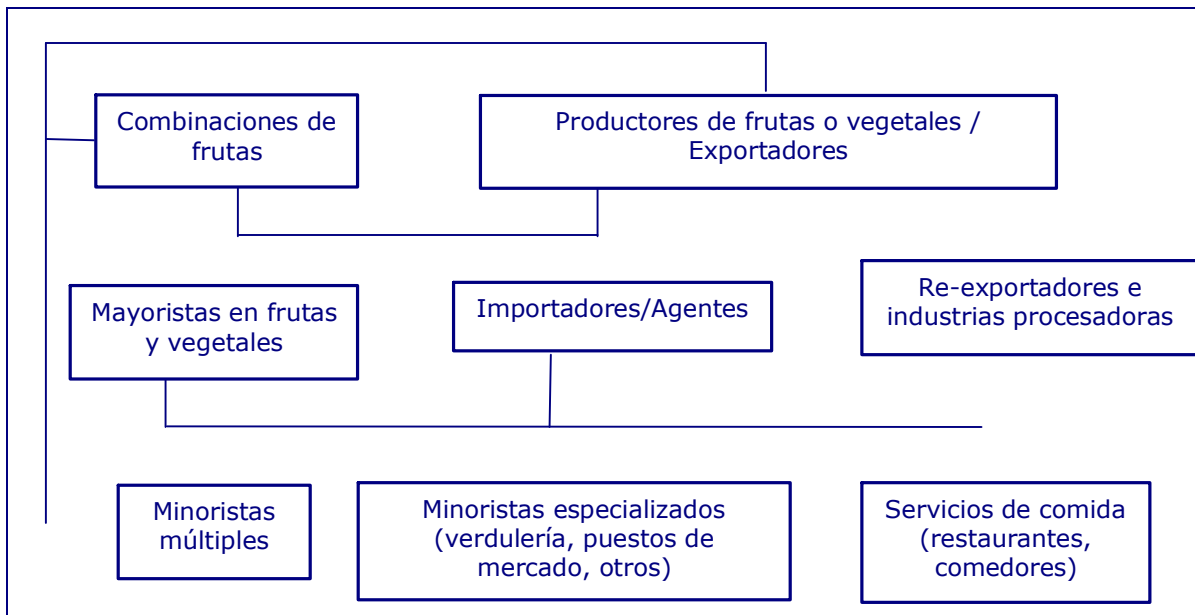
Tomando en cuenta que el incremento de las exportaciones en Bolivia son el resultado de los excedentes de un producto, mediante datos estadísticos que muestra el Instituto Nacional de Estadística (INE), se observa que a diferencia de años pasados, los últimos dos años y hasta la fecha (2008-febrero 2010), la industria del limón se ha expandido, debido a que tanto el valor y la cantidad de las exportaciones han sido mayores, a febrero del 2010 se tuvo un crecimiento anual del valor de 310%, mientras que la cantidad se incrementó 167%, crecimiento bastante elevado por el incremento de la demanda a nivel mundial y la recuperación de los precios.

5.3. Tendencia en la distribución y la estructura del comercio

De acuerdo al estudio realizado por el Centro de Promociones de Importación de Países en Desarrollo (CBI) de "El Mercado de la UE para frutas frescas y vegetales", existe una fuerte tendencia hacia la concentración de la oferta de frutas y vegetales en la UE. Importadores especializados o grupos de compradores son los socios de negocio directo de los productores o exportadores. Algunos de estos importadores se han convertido en proveedores de servicios logísticos, controladores de calidad y los coordinadores de la cadena de suministro de productos frescos.

En general, las frutas y vegetales frescos exportadas a la UE, pasan por tres niveles de venta: el nivel de producción, importación y ventas al por mayor y ventas donde el consumidor final hace sus compras.

Esquema Nº 5.1
Canales de distribución del comercio de las frutas y vegetales frescos con la UE



Fuente: Estudio de las frutas y vegetales frescos para la UE (CBI)

5.4. Tendencias en los segmentos

Se puede distinguir varios segmentos dentro de la comercialización del limón en el mercado boliviano.

El consumidor final

Primero, existe el consumidor final que consume el limón en su casa. El consumo del limón en la casa es muy común en las personas. Se utiliza el limón mayormente en la preparación de bebidas y comidas en la casa. Cada variedad de limón tiene sus usos –aunque no exclusivos– relacionados con las características de la variedad. Dado la acidez del limón Sutil, se lo utiliza mucho para condimentar la comida.

También es la variedad preferida para la preparación de tragos. Las variedades más grandes y menos ácidos, como el limón Tahití y Real, se utilizan más para la preparación de refrescos y licuados. Al margen de su uso en la cocina, el limón también sirve como en la limpieza (como detergente), la curación de enfermedades, el cuidado estético (cuidado de la piel), entre otros.

Intermediarios mayoristas grandes y pequeños

El mercado mayorista es el espacio en el cual se vende al por mayor y con volúmenes relativamente grandes mediante intermediarios-mayoristas. En el caso de limón se puede distinguir mayoristas grandes y mayoristas pequeños que dirigen la distribución del limón. Los mayoristas grandes se caracterizan por su manejo de volúmenes relativamente grandes y por tener contactos directos con productores e intermediarios externos al mercado de nacional. Los mayoristas pequeños también venden al por mayor, pero se abastecen generalmente en el mercado interno mediante agentes de la oferta.

Intermediarios minoristas

El mercado minorista se caracteriza por la venta al por menor o a detalle, mayormente a consumidores finales. Se puede distinguir diferentes agentes que venden el limón a detalle. Primero, están las vendedoras con un puesto permanente en los mercados de abasto permanentes. Venden el limón generalmente como parte de una gama más amplia de productos. El limón parece ser un producto que se ofrece bien en combinación con cualquier otro tipo de producto, porque aparece en puestos de venta de fruta, de hortalizas, o de abarrotes en general. Segundo, existen detallistas que tienen un puesto no permanente. Venden en las ferias barriales o en los mercados de abasto en ciertos días de la semana. Venden exclusivamente limón, o combinan la venta de limón con la comercialización de otra fruta (muchas veces tumbo y maracuya). También los productores y parte de los acopiadores venden de tal manera a detalle. Finalmente, se observa las vendedoras ambulantes que ofrecen el limón en cantidades reducidas a transeúntes en las calles.

Los supermercados

Otro espacio donde se puede comprar el limón son los supermercados. Las variedades de limón ofrecidas varían de un supermercado a otro. Generalmente, ofrecen por lo menos el limón Sutil, ya que es la variedad con mayor preferencia del cliente. Otra variedad que se encuentra en los supermercados es el limón Real/San Rafael, ya que

Perfil de Mercado Limón

tiene un precio más bajo que el limón Sutil. En otros supermercados venden un limón Sutil, de origen peruano, aunque no tienen una preferencia particular por un origen y están dispuestos a comprar limón local. Es más bien la oferta en el mercado mayorista que determina sus compras. Los supermercados grandes ofrecen a veces otras variedades de limón, por ejemplo el limón Tahití y el limón Rugoso, aunque la oferta depende de la época. Se ofrece estas variedades por motivo de diferenciación de precio en su gama por ejemplo el limón Rugoso es muy barato, o como alternativa cuando otra variedad no aparece en el mercado.

Los supermercados se abastecen en los mercados mayoristas buscando proveedores que cumplan con las siguientes condiciones: un precio competitivo, una buena calidad, y un suministro estable y regular.

En los supermercados se comercializa el limón por kilo ya embalado en pequeñas bolsas plásticas, aunque también se puede comprar por unidad.

Transformadores industriales

Los transformadores industriales, son por ejemplo, procesadores de jugos, de concentrados, etc. Por el momento, la demanda por parte de estos agentes en el mercado nacional parece ser limitada. Primero, porque no se pudo observar muchos transformadores que utilizan el limón como insumo principal y segundo, porque tienen a menudo su propia producción de limón o lo importan.

5.5. Desarrollo de los precios

El precio es uno de los indicadores más importantes en el mercado. Desempeña una función de señal o información, indicando el balance entre la oferta y la demanda. Además, el precio determina el ingreso o el costo de los vendedores y compradores en el mercado.

A nivel nacional

A continuación se presenta información actualizada de los precios del "limón para licuar" y del "limón amarillo" (limones del mercado cruceño en el mercado Abasto), y su evolución de precios durante los meses de marzo del año 2009 y 2010, información proveniente de la Cámara Agropecuaria del Oriente (CAO).

Cuadro N° 5.2
Precios del limón en el mercado Abasto de Santa Cruz – Bolivia,
durante marzo 2009 y marzo 2010

		2009										2010		
		Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
LIMÓN (Licuar)	100 Unidades	11,50	10,00	10,00	17,00	18,67	28,57	38,00	39,44	30,63	15,83	10,00	13,00	20,00
LIMÓN AMARILLO	100 Unidades	14,63	13,78	14,25	18,00	24,33	38,57	37,00	36,11	36,88	24,17	20,00	19,67	14,00

Fuente: Cámara Agropecuaria del Oriente

Mediante este cuadro se demuestra la estacionalidad de los precios, al notar que para los meses de enero-abril (a veces mayo), los precios en el mercado del limón son bajos a causa de la mayor oferta de la misma, mientras que para los meses de junio – noviembre, el precio aumenta debido a la escasez.

6. Tendencias en el producto

6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación

El limón industrializado



Se puede apreciar recientemente la entrada de limón industrializado, como el concentrado de limón, en el mercado nacional. Un ejemplo es el lanzamiento del concentrado de limón "Harry el limonero" en abril de 2006. Se vende este concentrado en supermercados y tiendas de bebidas. Actualmente, el concentrado no es procesado en Bolivia, sino es importado de Argentina y Chile, y luego embotellado en Cochabamba.

Aceite esencial de limón

El "aceite esencial de limón", también llamado "esencia natural de limón" es el principal subproducto de la elaboración de jugo concentrado. Se trata de un producto volátil obtenido del epicarpio fresco del fruto (*Citrus limón Burmann*), por expresión o raspado. La industria emplea aproximadamente 190 kg de limón para obtener 1 kg de aceite esencial.



Jugo concentrado de limón

Se denomina "jugo de limón" al producto obtenido por concentración del jugo de distintas variedades de limón. La industria emplea aproximadamente 17 kg de limón para obtener 1 kg de jugo concentrado. Esa relación varía en función de las condiciones climáticas imperantes durante el ciclo de producción.

El limón como uso medicinal

La cualidad del limón indica el gran valor nutricional que presentan debido a que es muy rico en vitamina C y en menor cantidad: A, E, y grupo B. También es rico en minerales como ser el potasio, magnesio, calcio y fósforo y también de cobre, zinc, hierro y manganeso. A este cítrico se le han venido atribuyendo notables propiedades curativas: beneficioso para la circulación (reducción presión arterial) ayuda a la digestión, blanqueador, astringente, y por su alto contenido en vitamina C ayuda a prevenir resfriados y a fortalecer nuestro sistema inmunológico. Además, estudios recientes han demostrado que es buen protector en la prevención de algunos tipos de cáncer. Reduce niveles de colesterol, astringente, antiviral y antibacteriano. Eficaz en dietas de adelgazamiento. Es estimulante para las funciones del páncreas y del hígado.

Tendencias en la producción de limón en Bolivia

Una tendencia en la oferta del limón es la diversidad más grande de variedades en el mercado de Cochabamba y nacional en general. La entrada en cantidades sustanciales

de limón San Rafael, Mandarina y Tahití de procedencia oriental (Santa Cruz) ha estado en constante evolución los últimos años. De esta manera éstas variedades desplazaron la oferta de limón de origen argentino, aunque no son sustitutos perfectos del limón Sutil, puesto que el Sutil tiene otras características, atraen una parte de la demanda que antes compraba las variedades de origen regional como el Sutil y Rugoso.

6.2. Tendencias en las especificaciones de producto

El mercado internacional demanda "Citrus limón, Citrus limonum y limas Citrus aurantifolia, Citrus latifolia frescas", sin embargo, dentro del mercado nacional, existe una gran variedad de limones que pueden ser potenciales para la exportación, entre ellos se encuentran:

Cuadro N° 6.1
Tipos de limón en el mercado boliviano según origen calidad y época

Variedad	Descripción	Origen	Calidades	Épocas
Sutil	<ul style="list-style-type: none"> Globo De tamaño pequeño (4 cm) No tiene pepas Sabor muy ácido Color cambio de verde a amarillo durante el proceso de maduración 	Nacional: <ul style="list-style-type: none"> Río Caine Sucre Santa Cruz Extranjero: Perú	Nacional 1ª, 2ª, 3ª y 4ª (a veces 5ª) Peruano: Extra, 1ª, 2ª, 3ª	Nacional: Mucha oferta enero-abril, Poca Oferta julio-octubre Oferta de Santa Cruz puede desaparecer del mercado en ciertas épocas. Peruano: Mucha oferta: junio-octubre, Poca oferta: diciembre-marzo
Tahití/ sin pepa	<ul style="list-style-type: none"> Globo De tamaño medio (6 cm) No tiene pepas Venta en color verde Menos ácido que el limón sutil 	<ul style="list-style-type: none"> Región Yapacaní (Santa Cruz) Chapare (Cochabamba) 	No se distingue calidades, viene generalmente en tamaño mezclado	Igual que el sutil nacional. Puede desaparecer del mercado de Cbba entre agosto y octubre
Real	<ul style="list-style-type: none"> Ovoide con pezón saliente en la base De gran tamaño (6,5 cm de ancho – 8 cm de alto) Venta en color amarillo/verde Menos ácido que el limón sutil 	<ul style="list-style-type: none"> Santa Cruz Cochabamba 	No se distingue calidades, viene generalmente en tamaño mezclado	Igual que el sutil nacional
San Rafael	<ul style="list-style-type: none"> Variedad mejorada del limón real Parecido al limón real, pero con cáscara menos gruesa y más jugosa Venta en color amarillo/verde 	Cuatro Cañadas (Santa Cruz)	División en tamaño 1 (pequeño), hasta 7 (grande)	Igual que el sutil nacional
Rugoso	<ul style="list-style-type: none"> Variedad criollo, casero De forma diversa Tamaño grande Cáscara gruesa, rugosa Color amarillo/verde 	Tiquipaya, Vinto, Quillacollo, Sipe Sipe, Cochabamba (Cochabamba)	No se distingue calidades, viene generalmente en tamaño mezclado	Igual que el sutil nacional Oferta año redondo en el mercado de Cochabamba
Mandarina	<ul style="list-style-type: none"> Globo, parecido a una mandarina pequeña De tamaño medio (5 cm diámetro) Color naranja 	<ul style="list-style-type: none"> Santa Cruz Poco de Cochabamba 	No se distingue calidades, viene generalmente en tamaño mezclado	Igual que el sutil nacional

Fuente: Centro de Investigación y Promoción del Campesinado - CIPCA

6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos

Diseño de la plantación

Los objetivos del diseño de la plantación son fundamentalmente dos: capturar la mayor cantidad de luz por parte de los árboles y facilitar el manejo de la maquinaria

en su interior. Los marcos de plantación en el limonero son más amplios (6,5 x 5; 6,5 x 6; 7 x 5) que en mandarinas y naranjas, aunque son variables dependiendo de la variedad, plantación y condiciones de cultivo.



Abonado

Demandan mucho abono (macro y micro nutrientes), lo que supone gran parte de los costes del cultivo. El limonero sufre frecuentemente deficiencias, destacando la carencia de magnesio, que está muy relacionada con el exceso de potasio y calcio y que se soluciona con aplicaciones foliares. Otra carencia frecuente es la de zinc, que se soluciona aplicando sulfato de zinc al 1%. En el limonero se recomienda para el cuajado realizar 2-3 pases con oxiclورو de cobre después de la floración.

El déficit en hierro está ligado a los suelos calizos, dando lugar a la clorosis férrica, muy característica en las plantaciones de limoneros. En este cultivo se acorta su ciclo vital, de manera que, la fase productiva es inferior a lo normal tanto en el número de frutos como en la calidad de los mismos. Por ello es muy importante controlar y corregir la clorosis férrica en el cultivo del limonero. La corrección de la clorosis férrica se puede llevar a cabo con la mejora genética y mediante la adición de fertilizantes.

Entre los distintos fertilizantes que se pueden aplicar, los quelatos sintéticos de hierro son los que mejores resultados dan, aunque presentan un elevado precio. Para reducir su coste se puede disminuir la dosis de quelatos aplicados al suelo y aumentar la dosis de ácidos húmicos y aminoácidos.

Riego

Los cítricos demandan grandes aportes de agua (9.000-12.000 m³/ha). En parcelas pequeñas se aplicaba el riego por inundación, aunque la tendencia actual es a emplear el riego localizado y riego por aspersión en grandes extensiones de zonas frías, ya que supone una protección contra las heladas.

El limonero produce con menos dotaciones que el naranjo y el mandarino. Manejando el riego se pueden provocar floraciones en fechas adecuadas. El proceso de inducción y desarrollo floral en el limonero está controlado por el estrés de temperatura e hídrico; aprovechándolo se realiza la siguiente práctica: se retira el riego durante 45 días y luego se riega en abundancia; así se produce una abundante floración que trae buena cosecha y buenos precios al año siguiente.

Poda

Los árboles se forman con tres ramas principales que salen del tronco a unos 50-60 cm del suelo y que formarán ángulos aproximados a los 120 grados. Estas ramas constituirán las tres guías iniciales, sobre las cuales iremos formando el árbol que estará compuesto por un número indeterminado de guías y de faldas, número que dependerá del vigor.



La poda de árboles adultos se realiza en primavera, tras la recolección, siempre que no haya peligro por bajas temperaturas. Los chupones se conducen a rama lateral, para que abran un poco y pierdan esa altura (se les quita vigor). Se deben eliminar las ramas muertas, débiles o enfermas y vigorizar el resto de la vegetación. Los árboles que no se podan florecen abundantemente, pero posteriormente se hacen ingobernables. La poda es manual y conviene realizarla anualmente, eliminando las ramas que se cruzan, interiores y secas, dejando abiertos los centros para facilitar la iluminación en el interior del árbol, siendo más o menos intensas dependiendo de la variedad de que se trate.

La poda de los cítricos supone un gran volumen de restos vegetales que hay que eliminar, siendo los métodos más utilizados, la extracción y quema, o el triturado e incorporación al terreno. En cuanto a la quema, se trata de una labor peligrosa así como agresiva desde el punto de vista medioambiental. El triturado e incorporación de los restos al suelo, se traduce en un ahorro en el abonado, una mejora en la estructura del suelo y una eliminación de los riesgos inherentes a la quema de los restos de poda. Para triturar los restos de poda se vienen empleando mayoritariamente trituradoras rotativas de eje horizontal.

Control de malas hierbas

El laboreo del suelo está dirigido a la eliminación de las malas hierbas, a airear las capas superficiales del suelo, a incorporar fertilizantes o materia orgánica, a aumentar la capacidad de retención de agua y a preparar el riego cuando se realiza por inundación. El laboreo del suelo se efectúa varias veces al año (3-4), comprendidas entre los meses de marzo y septiembre con motocultores de pequeña potencia, o con tractores de tipo medio; manteniendo el suelo con cubierta vegetal el resto del año.

Otra práctica es efectuar el laboreo del suelo en primavera con el fin de incorporar fertilizantes, seguido de un tratamiento con herbicida residual y tratamientos de contacto o traslocación cuando y donde sea preciso.

Post-cosecha



- **Calidad:** intensidad y uniformidad del color amarillo, tamaño, forma, suavidad de la cáscara, firmeza, ausencia de pudriciones y ausencia de defectos incluyendo daño por congelamiento, deshidratación, daño mecánico, manchas en la cáscara, "pintas rojas", marchites y decoloración.
- **Temperatura óptima:** 12-14 °C dependiendo del cultivo, grado de madurez a la cosecha, zona productiva y duración del almacenaje y transporte (puede ser hasta 6 meses).

Los objetivos de la aplicación de frío a los cítricos son:

- Alargar el periodo de comercialización de variedades tardías.
- Tratamientos de cuarentena para el control de insectos en frutos.
- Mantener la calidad durante el transporte.

7. Puntos críticos de acceso a mercados

El exportador boliviano que se está preparando para acceder a mercados extranjeros, debe conocer los requerimientos de acceso a mercado de sus socios comerciales y de los gobiernos extranjeros.

Los requerimientos son exigidos a través de la legislación y a través de etiquetas, códigos y sistemas de administración. Estos requerimientos están basados en el medioambiente, la salud, la seguridad del consumidor y las preocupaciones sociales, las cuales difieren de acuerdo al producto y al país al cual se pretende acceder.

Para el sector de alimentos, los requerimientos más importantes en la UE son la Trazabilidad y el Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control, conocido por sus siglas en inglés como HACCP.

7.1. Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control – HACCP

El sistema de HACCP (por sus siglas en inglés), es un sistema preventivo de control de peligros que un preparador de alimentos puede usar para asegurar que el alimento que produce sea inocuo para los consumidores.

El propósito central de la inocuidad significa que el alimento no ocasionará daño o perjuicio a la salud. Por lo tanto, el sistema HACCP complementa los otros esfuerzos en materia de alimentación, como los aportes benéficos a la propia salud y al bienestar de las personas. Forma parte entonces, de las herramientas para una calidad de vida satisfactoria.

Este sistema se usa tanto en procesos de preparación de alimentos (donde los productos frescos no son sometidos a alteraciones térmicas o químicas, como por ejemplo una ensalada de frutas) o procesados. Ello implica conocimiento respecto a:

- Las materias primas, su situación inicial y el manipuleo de recepción.
- Los procesos propiamente de preparación y procesamiento.
- Los factores o situaciones en general que podrían ocasionar contaminación que provoquen daño al consumidor.

La lógica del sistema HACCP está basada en la prevención, lo cual implica prepararse para llevar adelante los procesos, así como establecer un sistema de control. Si se conoce el proceso, podremos identificar dónde podría haber un riesgo de contaminación. Entonces habrá que controlarlos y vigilarlos. Mantener registros, y mejorar continuamente el sistema de control.

El HACCP se presenta sustentado en un grupo de principios, que propiamente constituyen las etapas siguientes de su puesta en práctica.

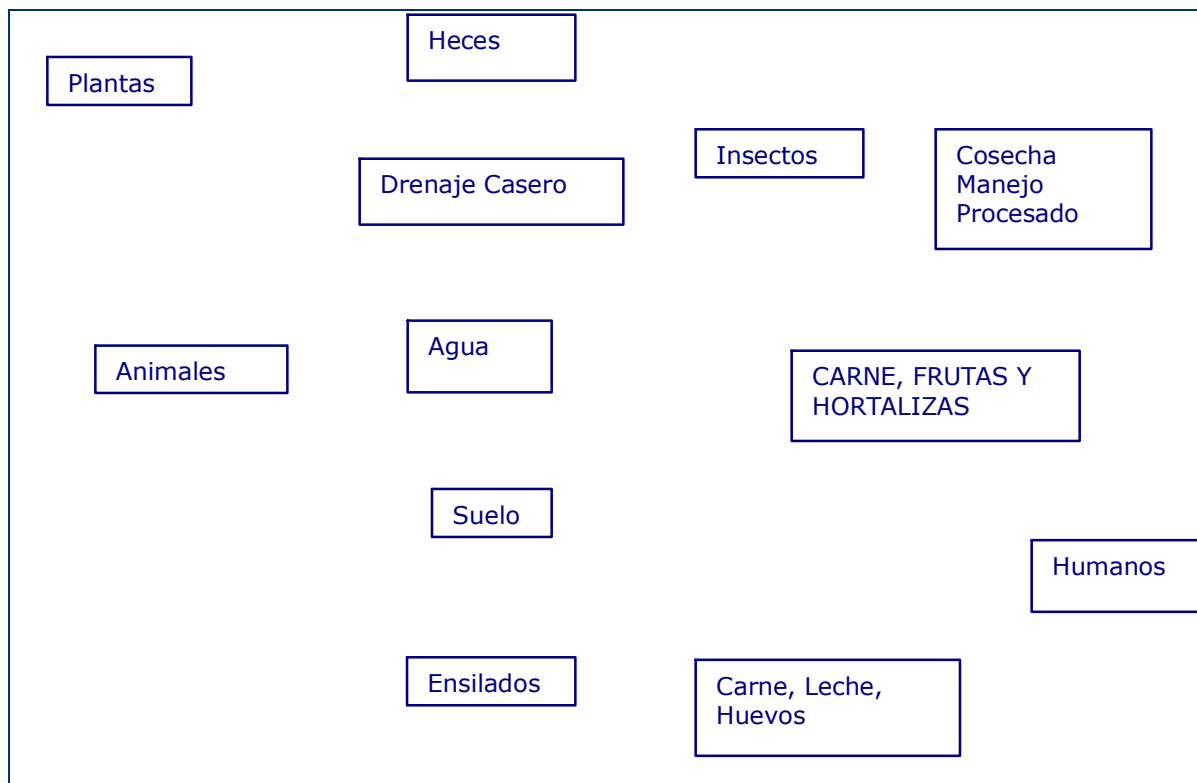
- Principio 1: Estimar los riesgos asociados con la producción, cosecha, transporte, recepción, almacenamiento, distribución, mercadeo, preparación y consumo del alimento.
- Principio 2: Determinar los puntos críticos de control requeridos para controlar los riesgos identificados.
- Principio 3: Establecer los límites críticos que deben cumplirse en cada punto crítico de control.

Perfil de Mercado Limón

- Principio 4: Establecer procedimientos para monitorear los puntos críticos de control.
- Principio 5: Establecer las acciones correctivas para ser tomadas en cuenta cuando se identifica una desviación al monitorear los puntos críticos de control.
- Principio 6: Establecer sistemas efectivos de almacenamiento de registros que documenten el sistema HACCP.
- Principio 7: Sistema de documentación.

A continuación se da a conocer las interrelaciones de las posibles fuentes de contaminación biológica de los alimentos.

Esquema N° 7.1
Interrelaciones posibles de fuentes de contaminación biológica de los alimentos.



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación de México (SEGARPA) y el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agricultura y Pecuarias

Por otro lado, los peligros potenciales de contaminación para el limón son:

- Físicos: presencia de objetos extraños en el producto (piedras, clavos, vidrio, plástico, madera, etc.)
- Biológicos:
 - Mala higiene y sanidad de los trabajadores.
 - Equipo, maquinaria y utensilios sucios o contaminados.
 - Procedimientos inadecuados de trabajo.
 - Agua contaminada con microorganismos patógenos.
 - Materiales de empaques sucios y contaminados.
 - Equipo de transporte y carga, sucio o contaminado.

- Químicos:
 - Equipo, maquinaria y utensilios sucios.
 - Agua contaminada con sustancias tóxicas o metales pesados.
 - Uso inadecuado de sustancias químicas (fertilizantes, plaguicidas, etc.)
 - Materiales de empaques tóxicos.

7.2. Trazabilidad

Según el Comité de Seguridad Alimentaria de AECOC, se entiende como trazabilidad a "aquellos procedimientos preestablecidos y autosuficientes que permiten conocer el histórico, la ubicación y la trayectoria de un producto o lote de productos a lo largo de la cadena de suministros en un momento dado, a través de unas herramientas determinadas", de esta manera es importante identificar:

- Origen de sus componentes
- Historia de los procesos aplicados al producto
- Distribución y localización después de su entrega

Al contar con esta información es posible entregar productos definidos a mercados específicos, con la garantía de conocer con certeza el origen y la historia del mismo. El concepto de trazabilidad está asociado, sin duda, a procesos productivos modernos y productos de mayor calidad y valor para el cliente final.

Esta práctica es factible de certificación, por ejemplo en los sistemas de gestión de calidad, de gestión medioambiental y sistemas de control conocidos como cadena de custodia.

Las nuevas y exigentes regulaciones de la Unión Europea y Estados Unidos de América, demandan a los países exportadores de productos alimenticios contar con sistemas de trazabilidad comprobables. Los tiempos de respuesta exigidos y los volúmenes de información a administrar, convierte a la incorporación de tecnología informática en una inversión que asegura la llegada de los productos a los mercados compradores más exigentes.

Cuando un sistema de trazabilidad está soportado sobre una infraestructura, basada en las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), la trazabilidad puede brindar importantes utilidades a los diferentes actores de una cadena de valor como ser: gestión eficiente de la logística y del suministro y aumento de la productividad.

7.3. Requisitos Generales de Exportación

Los requisitos generales que se deben cumplir para la exportación de cualquier producto son los siguientes:

- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración del valor en aduana
- Seguro de transporte
- Documento Único Administrativo (DUA)

7.4. Requisitos específicos

En el caso específico del limón correspondiente a la partida arancelaria 08.05.50, los requisitos adicionales a los anteriores que se deben cumplir son los siguientes:

- Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal
- Control sanitario de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal
- Control fitosanitario
- Normas de comercialización de las frutas y hortalizas frescas-general (solo aplicable a fruta fresca)
- Etiquetado de productos alimenticios
- Productos de producción ecológica

Mientras que para aceites esenciales de limón, correspondiente a la partida arancelaria 33.01.13, los requisitos son:

- Normas de comercialización de productos químicos peligrosos, pesticidas y biocidas (Solo aplicable cuando se destine a ser usado en productos fitosanitarios y/o biocidas)

Para información detallada de cada uno de los requisitos específicos, dirigirse a la página web: <http://exporthelp.europa.eu/>

7.5. Aranceles

Según datos obtenidos de Export Help Desk para países en desarrollo, los aranceles con las partidas de mayor importación procedentes de Bolivia son las siguientes:

Cuadro N° 7.1
Aranceles de la Unión Europea (UE) para los productos de limón,
procedentes de Bolivia

NANDINA	Descripción del producto NANDINA	(NC) Nomenclatura UE	Descripción del producto UE	Derecho de Aduana	Preferencia SGP +
0805.50.10.00	Limonos (Citrus limón, Citrus limonum)	0805.50.10.10	Limonos (Citrus limón, Citrus limonum) frescos	70,3 €/100kg	-
3301.13.00.00	Aceites esenciales de agrios (cítricos) de limón	3301.13.10.00	Aceites esenciales de agrios (cítricos) de limón, sin destemperar	7%	100%

Fuente: Export Help Desk

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (mayo - 2010)

Para el producto limones (Citrus limón, Citrus limonum), existe un arancel fijo de €70,3 por cada 100 kg de limón, sin embargo, con información más a detalle, esta tasa fija puede variar en función de la declaración de precio de entrada.

Para el producto de aceites esenciales de limón, existe un arancel general del 7%, sin embargo, Bolivia se ve beneficiada de este pago, dado el Sistema General de Preferencias SGP+, que se tiene con la UE.

Para mayor información sobre requisitos y aranceles dirigirse al sitio Web: Export Helpdesk para Países en Desarrollo - <http://exporthelp.europa.eu>

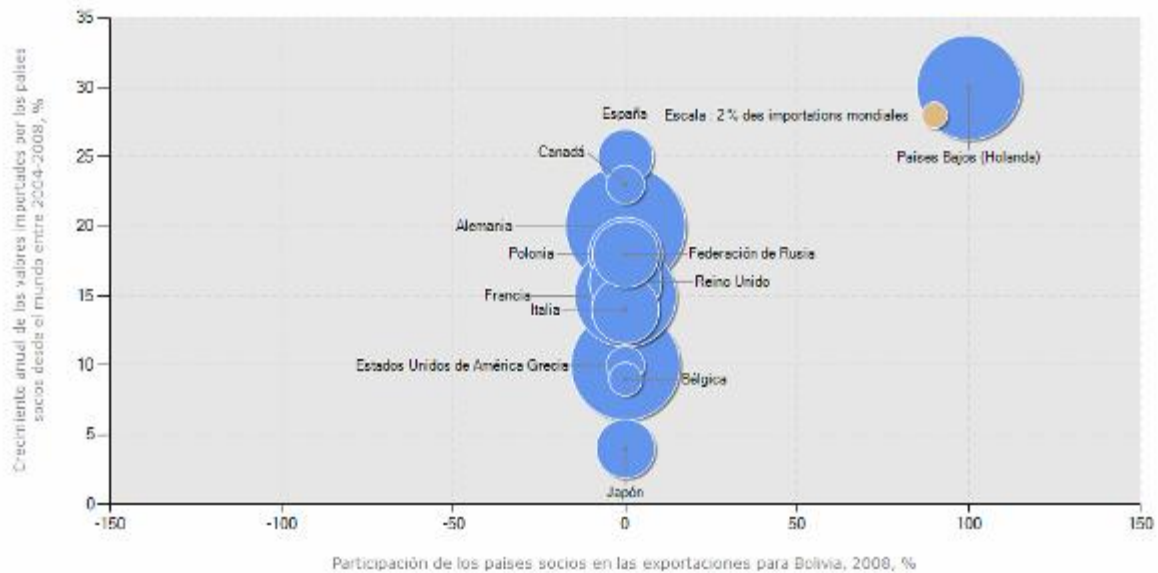
8. Oportunidades

Para analizar las oportunidades que tiene el mercado de limones se hace referencia a los siguientes gráficos de burbuja:

Respecto a los limones Citrus limón, Citrus limonum y limas citrus aurantifolia, Citrus latifolia, fresco

Gráfico N° 8.1

Perspectivas para un aumento del mercado para el producto limones Citrus limón, Citrus limonum y limas citrus aurantifolia, Citrus latifolia, fresco, exportado por Bolivia en 2008



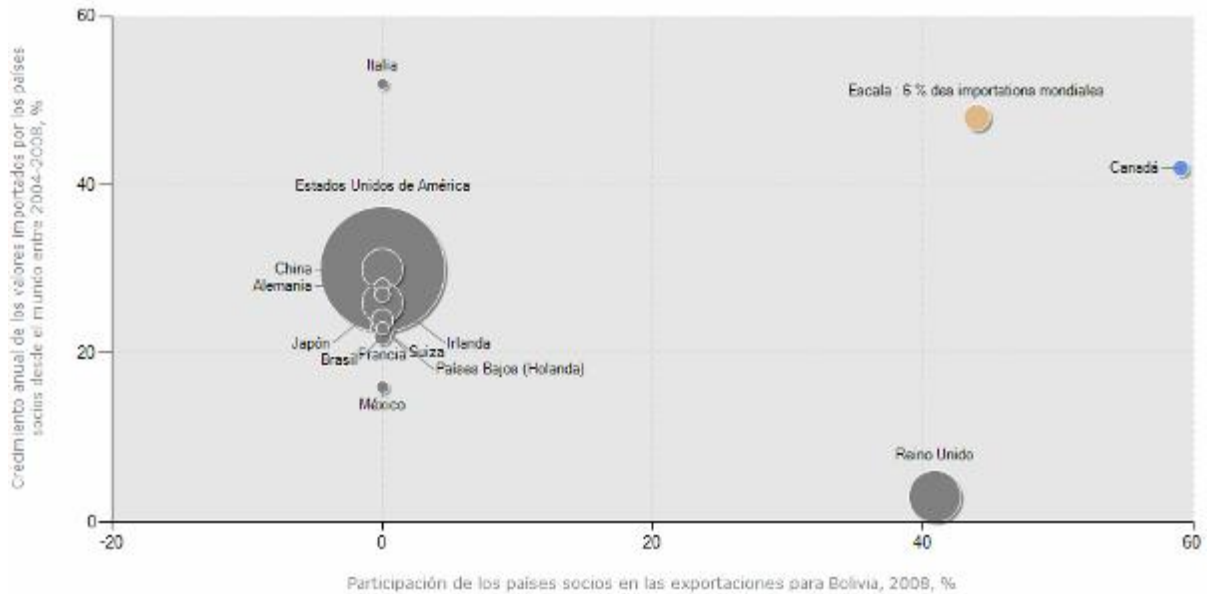
Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (mayo- 2010)

Gracias a los cálculos realizados por el Comtrade, las perspectivas para un aumento del mercado de limones da a conocer que si bien los Países Bajos para el año 2008 representan la totalidad de las exportaciones bolivianas de este producto, siendo el mismo el mayor importador mundial con el 8,5%, se ve mucha potencialidad en exportar hacia países como Alemania, Francia y Estados Unidos de América, cuyos crecimientos en las importaciones mundiales anuales para el año 2008 son de: 20%, 15% y 10% respectivamente. Otros países importantes fuera de la UE son: Rusia, Japón y Canadá, cuyas participaciones en las importaciones mundiales son 5,4%, 4,8% y 3%.

Respecto a los aceites esenciales de limón

Gráfico N° 8.2

Perspectivas para un aumento del mercado para el producto aceites esenciales de limón, exportado por Bolivia en 2008



Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (mayo- 2010)

Mediante el gráfico anterior, se observa que Canadá (59%) y el Reino Unido (41%) son los países a los que se destina las exportaciones bolivianas para el año 2008, sin embargo, existen otros países potenciales de exportación con el fin de tener mayor diversificación de clientes, como ser: Estados Unidos de América, cuya participación en las importaciones mundiales son las mayores con el 31% y con un crecimiento anual para el año 2008 de importación del 30%. Las participaciones en las importaciones mundiales de Italia si bien son bajas (2%), el crecimiento anual de importación ha sido el mayor en el mundo con el 52%, siendo un país muy potencial para la exportación de aceites.

Dentro de los países significativos también se encuentran, China y Japón, que compiten en la participación de las importaciones mundiales con un 10%, pero donde China se diferencia, puesto que presenta un crecimiento anual de importación mayor que el de Japón en cuatro puntos porcentuales (30% frente a 26%).

9. Ferias y sitios de comercio virtual

9.1. Ferias

- **Feria del Limón** - Realizada en la ciudad de Tecoman, México, para mayor información ingresar a: <http://www.feriadellimontecoman2010.com.mx/>
- **Conferencia global de cítricos en Sudáfrica 2010** - para mayor información dirigirse a: http://www.portalferias.com/global-citrus-conference-2010-sudafrica_3054.htm
- **THE PMA FRESH SUMMIT 2010** - La Mayor Feria y Convención Internacional de Frutas y Vegetales Frescos a realizarse en la ciudad de Orlando, Estados Unidos de América, para mayor información dirigirse a: <http://www.feriasalimentarias.com/>
- **FHC BEIJING 2011 - Food & Hotel Beijing 2011** - Única feria internacional profesional de alimentos, bebidas y suministros para hoteles, restaurantes y catering en la capital de China. Para mayor información dirigirse a: <http://www.feriasalimentarias.com/>
- **FRESH ROTTERDAM 2011** - Feria Internacional de Vegetales, Legumbres, Hortalizas, Frutas y Cítricos, una de las más importantes ferias del sector frutihortícola europeo. Para mayor información dirigirse a: <http://www.feriasalimentarias.com/>
- **Seminario Internacional de Cítricos en Lima-Perú** - Organizado por la Asociación de Productores de Cítricos del Perú, para mayor información dirigirse a: <http://www.freshplaza.es/>

9.2. Sitios de comercio virtual

- **FITA** - <http://fita.org/webindex>, Federación de asociaciones de comercio internacional.
- **Trade Key** - <http://es.tradekey.com>, Business to business market place, tiene como objetivo facilitar el comercio global y ubicar a los compradores y vendedores de todo el mundo en una plataforma común.
- **Alibaba** - <http://www.alibaba.com>, el mercado business to business más grande del mundo.

10. Cómo podemos ayudarlo

En el IBCE elaboramos distintos informes de mercado como ser perfiles de mercado e informes del mercado potencial para un producto en un determinado país. Si usted desea solicitar información sobre los costos de estos estudios personalizados, favor tomar contacto con:

Persona de contacto: Sr. Miguel Ángel Hernández Q.

Cargo: Gerente de Promoción

E-mail: gpromocion@ibce.org.bo

Teléfono: (591-3) 3362230

Fax: (591-3) 3324241

Dirección: Av. Las Américas N° 7 (Torre Empresarial CAINCO, Piso 13)



Fuentes de información

Nombre	Sitio Web	Contenido
Export Help Desk	http://www.exporthelp.europa.eu	Servicio prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la UE
Instituto Nacional de Estadística-INE	http://www.ine.gov.bo	Órgano Ejecutivo del Sistema Nacional de Información Estadística de Bolivia
Market Access Map	http://www.macmap.org	Contiene aranceles (derechos de importación) y otras medidas aplicadas por 187 países importadores de productos de 239 países y territorios
Estadísticas de Comercio para el desarrollo de las empresas (Trade Map)	http://www.trademap.org	Herramienta de análisis de mercados que cubre 5.300 productos y 220 países
Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación de México (SEGARPA)	http://www.sagarpa.gob.mx/	Datos y estudios acerca de la agricultura, ganadería, desarrollo rural, pesca y alimentación de México
Instituto Nacional de Investigación de la Agricultura y Pecuaria de México (INIFAP)	http://www.inifap.gob.mx/	Estudios técnicos de agricultura y pecuaria de México
Centro de Investigación y apoyo del Campesinado	http://www.cipca.org.bo/	Publicación y estudios que involucran al campesino y a su mejora en la calidad de vida
Product Map	http://www.p-maps.org/	Información de negocios para la globalización
Organic Trade Association	http://www.organicnewsroom.com/	Asociación enfocada a negocios con productos orgánicos de Norte América
Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca	http://www.alimentosargentinos.gov.ar/	Información, datos estadísticos y publicaciones del sector en Argentina
Sistemas de Información del Gobierno mexicano	http://www.campomexicano.gob.mx/	Información estadística de distintos sectores económicos de México

Fuentes fotográficas

- <http://www.eeaoc.org.ar/images/citricola.jpg>
- <http://mismascotasymas.mforos.com/1692614/8970475-el-limon-citrus-limon/>
- <http://delhuertoamicasa.es/images/limon.jpg>
- http://www.terra.cl/images/julio2009/F741205_limon480.jpg
- <http://static.domestika.com/30928/images/20090130133331-limon-or.jpg>