

Resiliencia y compromiso: actitudes ante las nuevas exigencias del mercado



La campaña culminó con muchas dificultades. En marzo de 2021, las expectativas de precios eran bajas, no se vislumbraba un mercado atractivo. Esto cambió a mediados de temporada, con nuevas oportunidades y una mirada positiva hacia el futuro.

Panorama de la exportación del limón fresco en 2021

La pandemia afectó fuertemente la gestión comercial, al perder el contacto presencial que teníamos a través de viajes a ferias especializadas y visitas. Ante esta nueva situación, las reuniones virtuales lograron reemplazar a las presenciales de un modo dinámico y efectivo.



Nuestros destinos

- » Canadá
- » EEUU
- » México
- » Brasil
- » Argentina
- » Inglaterra
- » Dinamarca
- » Países Bajos
- » Alemania
- » Francia
- » Italia
- » España
- » Chipre
- » Albania
- » Bélgica
- » República Checa
- » Ucrania
- » Eslovenia
- » Rusia
- » Grecia
- » Jordania
- » Lituania
- » Arabia Saudita
- » Rumania
- » Serbia
- » Emiratos Árabes Unidos



Osvaldo Martin

Comercial Empaque



Martijn Hazeu

Comercial Empaque

Unión Europea:

Argentina no podía exportar desde junio de 2020, el sector fue bloqueado debido a varias interdicciones al arribo. Durante el primer trimestre de 2021, la Unión Europea revisó los protocolos, inspeccionando y auditando para habilitar las fincas. A esto se sumaron problemas logísticos causados por el COVID-19.

A pesar de los inconvenientes de este mercado aprovechamos, en forma eficiente y rápida, las ventanas de exportación. Hacia la campaña 2022 miramos favorablemente este mercado debido a los cambios introducidos en los protocolos de importación de Europa.

Mercado en EEUU:

Iniciamos la temporada con buenas expectativas, pero el mercado termino sobreofertado: Chile aumentó su exportación, y a su vez, Argentina incrementó su volumen en un 121% en comparación con el 2020.

Citrusvil capitalizó de manera responsable la oportunidad presentada en el mercado norteamericano, acotando riesgos al salir del mercado con cierta anticipación.

Desafíos para 2022

En colaboración con las áreas productivas y de servicios, planificamos el diseño de una nueva campaña en mercados más complejos.



—
José Luis Velarde
Gerente de empaques



Trazabilidad

Arribar al gigante asiático

Estamos listos para el desafío y hoy contamos con las instalaciones, estructuras y tecnologías de vanguardia necesarias para atender este mercado. Proyectamos hacia China un crecimiento gradual de la mano de importantes receptores internacionales. El desafío no es sólo operativo sino también cultural y comercial. Debemos aprender a superar los obstáculos logísticos ágilmente, para poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Mejoras en el servicio al cliente

La trazabilidad de las cargas y manejo documental, será clave para la atención al cliente. En conjunto con el área de logística y sistemas, implementaremos un nuevo sistema para que nuestros clientes puedan acceder en tiempo real a sus cargas, geolocalización, y un mejor manejo de los documentos.

Afianzar vínculos

Las reuniones virtuales se volvieron el foco durante la pandemia, lo que generó otro lugar de encuentro. Afianzamos las relaciones sin perder de vista volver a la presencialidad, esperamos poder volver a participar en las ferias comerciales mundiales, visitar clientes y generar nuevas oportunidades de negocios.





Motivación permanente, el camino para superar la crisis

Con coordinación y estrategia superamos dificultades

Manejar la campaña, adecuarse a los nuevos protocolos internacionales, y realizar un uso eficiente de nuestros recursos, fueron los principales objetivos de la campaña 2021.

En permanente coordinación con el departamento de producción primaria, hicimos frente a nuevas exigencias internacionales. La clave para superar estas dificultades fue la continua capacitación, liderazgo y el compromiso de nuestros colaboradores.

Fueron varias las dificultades: Puertos colapsados, demoras en las entregas, mercados sobreofertados y nuevos destinos. A pesar de ellas, la calidad y el estado de conservación de nuestros productos estuvieron a la altura de las circunstancias, y fue nuestra insignia frente a estos desafíos.





La sincronía entre los sectores marcó el camino

Con ventanas de exportación más cortas y mayor competencia, nuestra estrategia debe ser cada vez más certera.

Por eso trabajamos para que nuestro equipo tenga continuidad, dinamismo y sostenibilidad en todos nuestros procesos de integración.

“Somos un eslabón más de una aceitada cadena de valor entre producción primaria, cosecha, e Industria” dice José Luis Velarde, Gerente de empaques.

Aprendizajes de 2021

“Sabemos que no hay que bajar la guardia y que debemos reinventarnos permanentemente”.

Nos motiva nuestro ímpetu por sostener el liderazgo en el sector, generar crecimiento responsable y, por sobre todo, trabajar en equipo, en coordinación articulada y con sinergia, para afrontar nuevos desafíos.

Frente a un contexto cambiante, competitivo y desafiante, debemos ser creativos e innovadores.

La resiliencia y el trabajo en equipo son fundamentales. “Entendemos y sostenemos que ninguno de nosotros es más importante que el resto de nosotros”, finaliza José Luis Velarde.

[Volver al Índice](#)