

## No hay naranjas para tanto zumo: la crisis del cítrico obliga al sector a 'inventar' un nuevo producto



Tiempo de lectura: 3 min.

[elEconomista.es](http://elEconomista.es)

De norte a sur y de este a oeste, la crisis de las naranjas se extiende por todo el mundo y, a priori, parece tener difícil solución ante los diversos problemas que afectan a esa fruta. El zumo de naranja se ve directamente afectado por el golpe del cambio climático y las enfermedades incurables que atacan a los naranjos a lo largo y ancho del planeta y, en vistas a un futuro negro, el sector busca soluciones que pasan incluso por inventar una nueva bebida que supla al jugo de toda la vida.

Brasil, el mayor exportador de naranjas del mundo, y EEUU, el segundo mayor productor, están sufriendo un doble azote: el mal tiempo (huracanes, heladas...) ha destrozado hectáreas de cultivos y las enfermedades de los naranjos son irreversibles.

Con este panorama de escasez crónica, los precios del zumo de naranja se han disparado a niveles récord, y los futuros con los que la industria se protege de futuras vacas flacas llevan al alza desde finales de 2022 tras el temporal que devastó cultivos en Florida, principal región productora de EEUU. El golpe final ha llegado este mes de mayo con la mala perspectiva de cosechas de Brasil, llevando los futuros del zumo de naranja concentrado, negociados en la Bolsa Intercontinental de Nueva York, hasta los 4,92 dólares el medio kilo, casi el doble que hace un año.

La industria busca soluciones ante una crisis que describe como inédita, recoge el Financial Times. La Asociación Internacional de Zumos de Frutas y Verduras (IFU) cree que la situación obligará a remodelar la industria mundial del zumo de naranja. Si hasta ahora un mal año podría superarse gracias al zumo de naranja congelado de cosechas previas (la vida útil es de dos años) para compensar, por ejemplo, la pérdida de sabor mezclando el reciente con el del año anterior, el agotamiento de las reservas tras tres años seguidos de caída del suministro aborta esta posibilidad. ¿Qué hacer entonces? Buscar salida en otras frutas.

Las mandarinas se erigen como principal aliado del nuevo plan. Sus árboles son más resistentes al cambio climático y, además, permitirían no afectar mucho ni al sabor ni a la imagen del zumo de naranja. En Japón, país que importa el 90% del zumo de naranja de Brasil -y que está sufriendo especialmente el aumento del precio en

plena debilidad el yen-, ya han tomado esta vía comercializando un producto de mandarina y zumo de naranja en los famosos 7-Eleven aprovechando el suministro interno de mandarinas.

## **El lío legal de cambiar la 'receta' del zumo de naranja**

Cambiar la 'receta' del zumo de naranja no es tarea sencilla, de hecho implica cambios legislativos que la IFU está considerando abordar para cambiar el proceso regulatorio y poder incluir en el zumo de naranja otros cítricos. Para empezar habría que cambiar el código de normas alimentarias del Codex Alimentarius de la ONU y, en el caso de EEUU, conseguir el aval de la Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA).

La escasez de oferta se inició en EEUU hace 20 años, cuando se detectó por primera vez el enverdecimiento de los cítricos, una enfermedad bacteriana incurable -a no ser que se arranque el árbol- transmitida por insectos de la familia de los psílidos (chupadores de savia) que afecta la producción, la calidad y la apariencia. En 2008 ya se había extendido por toda Florida, que hasta entonces representaba el 80% del suministro estadounidense. Si hasta hace 20 años ese Estado producía alrededor de 240 millones de cajas de zumo de naranja al año, hoy sólo consigue sacar al mercado 17 millones.

Brasil compensó durante varios años el déficit de EEUU, pero ahora la potencia agrícola sudamericana también está empezando a tener dificultades. La producción de este año ha caído una cuarta parte, hasta 232 millones de cajas de naranjas, según las estimaciones de la organización de productores de cítricos, Fundecitrus. La subida de las temperaturas por encima de la media y la escasez de lluvias lastran las cosechas.

La otra parte de la historia, la de los consumidores, también nota la crisis. El sector cree que sentirán el impacto de la escasez durante años, en el sabor y en el precio, que prevén que siga subiendo. De momento no parece que la situación haya achantado a la demanda, que sigue fuerte desde que superara con la llegada del covid una época de capa caída ante el auge de los suplementos de vitamina C

29 de mayo 2024

<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/12838143/05/24/no-hay-naranjas-para-tanto-zumo-la-crisis-del-citrico-obliga-al-sector-a-inventar-un-nuevo-producto.html>

[ver PDF](#)

Copied to clipboard