



VALENCIA CLEMENTINE

SINCE 1781

El sector de los cítricos en España

JOSÉ ANTONIO GARCÍA. Director de AILIMPO (Asociación Interprofesional del Limón y Pomelo)

RESUMEN

España es el sexto productor mundial de cítricos en fresco y el primer exportador mundial en naranjas, mandarinas y limones. De cara al futuro, el sector debe rediseñar su nuevo modelo, que tendrá que combinar los mecanismos de autorregulación con la sostenibilidad económica y medioambiental, haciendo de esta forma frente a los retos climáticos y medioambientales actuales una vez que se han adoptado por parte de la UE los objetivos de desarrollo sostenible por las Naciones Unidas, además de las implicaciones del Acuerdo de París sobre cambio climático. Asimismo, en un mercado internacional cada vez más globalizado, el control fitosanitario y la sanidad vegetal son elementos clave y estratégicos del desarrollo futuro de la citricultura mediterránea, europea y española.

PALABRAS CLAVE: cítricos, naranjas, mandarinas, limones, producción, exportación.

España es el sexto productor mundial de cítricos en fresco y el primer exportador mundial en naranjas, mandarinas y limones y el sexto de pomelos. A nivel productivo y también comercial, el sello más distintivo de la oferta cítrica española es la mandarina/clementina, en la que la cosecha alcanzada sí se sitúa en el 'top' mundial, sólo mejorada por China y con un volumen que supera cada temporada los dos millones de toneladas, fundamentalmente concentradas en las provincias de Valencia y Castellón.

Casi a este mismo nivel, se sitúan los limones, cuya producción se focaliza en Murcia y, en segunda instancia, en Alicante y cuya cosecha se mueve en intervalos situados entre 800.000 y 1,1 millones de toneladas con tendencia al alza en el futuro más próximo.

España, y es importante decirlo bien alto y claro, es líder en exportación en un sector con una fortísima competencia y una oferta mundial que no ha dejado de crecer.

UN COMERCIO COMPETITIVO

La foto fija de la campaña 2014/15, en la que, con 4,15 millones de toneladas se alcanzó el récord histórico de exportación, bien serviría para destacar las fortalezas de la citricultura española o, más concretamente, de su eslabón comercial. Efectivamente, se reafirma la vocación y liderazgo mundial indiscutible en el exterior (casi el 60% de la cosecha fue a exportación); se consolida el peso decreciente pero clave del que aún sigue siendo el principal mercado —España— al que se dirige un 20% del tonelaje; y se aúpa a un papel cada vez más protagonista a la industria de zumos, que acapara el 18% y que es clave a la hora de descongestionar al mercado en fresco.

En otras palabras: entre las potencias exportadoras, España produce más, vende más y aprovecha más sus cosechas que cualquier otro país del Mediterráneo e incluso del Hemisferio Sur. Pero la clave que permite mantener el liderato indiscutible en el comercio mundial de cítricos es también otra: tenemos probablemente uno de los más altos costes de producción del planeta, pero también la mayor calidad, diversificación varietal, una situación geográfica estratégica en la UE para abastecer por camión y hacer la entrega manteniendo el producto fresco pero, sobre todo, damos un servicio inigualable a satisfacción del cliente, adaptándonos a los diferentes códigos, empaquetados, formatos, protocolos de producción, reducción de residuos de plaguicidas...; en definitiva en tres palabras: garantía, calidad y servicio.

POSIBILIDADES DE EXPANSIÓN

El ingreso en Europa en 1986 fue un punto de inflexión; desde entonces y hasta hoy, se ha doblado de hecho la exportación y la producción cítrica española. La expansión de la citricultura pasa también por las posibilidades reales del crecimiento de los nuevos países miembro de la UE, para los que se estima un incremento del consumo de cítricos a medio/largo plazo de entre 700.000 y 800.000 toneladas. El desarrollo de economías centralizadas como las de Rusia o Ucrania —más allá de la coyuntura política actual marcada por el veto a los productos agroalimentarios europeos aplicado desde 2014— podrían brindar con idéntico umbral temporal otro aumento del consumo de alrededor de 500.000 toneladas.

La competencia en la UE-28, hacia donde se canaliza cada campaña entre un 90 y un 93% de las ventas exteriores españolas, tiene también como competidores a países terceros entre los que destacan Marruecos en mandarinas y clementinas, Egipto en naranjas y Turquía en limones.

En el primer competidor citado, los crecimientos son sostenidos y es evidente que responden a las exigencias de una producción en aumento impulsada por planes estatales o macroproyectos de nuevas plantaciones. En parecidos términos podría hablarse de los planes de expansión de Egipto. El caso de Turquía, que se mantiene como primer proveedor cítrico no comunitario de la UE compitiendo en el calendario con España,

es diferente, ya que sus envíos a la UE han sido tan irregulares como su producción, afectada en los últimos años por recurrentes heladas o de conflictos geopolíticos como el desencadenado con la crisis con Moscú (que en la campaña 2015/16 también vetó sus importaciones).

No podemos finalizar este capítulo sin una referencia a África del Sur y Argentina, los mayores países de producción y exportación cítrica del Hemisferio Sur. Aunque inicialmente no representaban un problema, ya que focalizaban sus envíos en época de contra estación, con el tiempo están tratando de consolidar envíos de mayor volumen solapando las campañas.

PAÍSES TERCEROS

Ese 7%-10% de exportaciones que van más allá de las fronteras de la UE es clave pues nos permite descongestionar los circuitos que sí dominamos, pero en los que cada día resulta más complicado asegurar la rentabilidad. Cada punto de más en ese porcentaje supone una inyección a nuestra competitividad. Y necesitamos muchas de esas dosis porque nuestra dependencia de Europa es, si cabe, mayor que en el resto del sector hortofrutícola español y está muy alejada de la media del sector alimentario, que logra canalizar el 28% de su comercio exterior más allá de los 28 Estados miembro.

Hay que tener en cuenta que, cada país que 'colonizan' los cítricos, es terreno abonado para que después lleguen otros cultivos, otros alimentos españoles. De ahí que resulten tan relevantes las negociaciones para retomar, en el caso de Japón, o iniciar, en el de India, las exportaciones a estos destinos, en los que también hay depositadas expectativas de crecimiento a medio plazo.

ALGUNAS CLAVES DEL FUTURO CITRÍCOLA

No están, evidentemente, todas las claves sobre las que el futuro del sector cítrico se va a sustentar, pero sí podemos asegurar que las que a continuación se detallan son imprescindibles. Lo



más relevante es que el sector debe rediseñar su nuevo modelo de futuro, que tendrá que combinar los mecanismos de autorregulación en los que la Interprofesional tendrá un papel clave, con la sostenibilidad económica y medioambiental, haciendo de esta forma frente a los retos climáticos y medioambientales actuales una vez que se han adoptado por parte de la UE los objetivos de desarrollo sostenible por las Naciones Unidas, además de las implicaciones del Acuerdo de París sobre cambio climático.

Estamos ante un cambio profundo en el mercado y en los consumidores, que lleva consigo de forma implícita una transformación del sector cítrico. Pero los cambios y la adaptación deben analizarse bajo un prisma optimista y positivo. La sociedad cambia, las tecnologías invaden nuestra vida cotidiana, los hábitos de consumo se transforman, los ciudadanos asumen nuevos valores como la importancia de la naturaleza, el cuidado del medio ambiente, la responsabilidad social, el cambio climático, o la importancia de dejar a las próximas generaciones un mundo más cuidado, biodiverso, mejor y más sostenible. El sector cítrico está comprometido a dar respuesta a esas necesidades y demandas del mercado.

La volatilidad es la nota definitoria del mercado cítrico, los agricultores se enfrentan a fluctuaciones del mercado y riesgos naturales, y de manera significativa como ya hemos comentado, a una mayor exposición a nuevas plagas y enfermedades originarias de terceros países que pueden tener un gran impacto negativo en nuestras producciones. El sector debe disponer, y utilizar, mecanismos que nos permitan detectar y prevenir de forma anticipada las crisis, y en el peor de los casos cuando la crisis ya ha hecho presencia, poder gestionarla de forma rápida y eficaz.

En esta línea de trabajo futura, las interprofesionales están destinadas a jugar un papel muy relevante en la autorregulación. La nueva PAC debe facilitar la firma de acuerdos interprofesionales, la implantación de dichos acuerdos, y ofrecer mecanismos eficaces para controlar el cumplimiento de los acuerdos obligatorios a través de figuras como la extensión de norma. Se reclama más poder para las interprofesionales porque también son elementos que pueden aportar transparencia al tener una visión vertical de toda la cadena alimentaria y ser impulsoras de modelos de buenas prácticas contractuales que ayudan a generar y distribuir equitativamente la renta. Para que su eficacia sea máxima es fundamental que la nueva PAC modifique la normativa de competencia, adaptándola a las características y necesidades reales del sector agroalimentario.

El equilibrio y la sostenibilidad en la cadena agroalimentaria es una apuesta de futuro del sector. De hecho, España ha hecho grandes esfuerzos en los últimos años en avanzar en legislación nacional que equilibre las relaciones en la cadena, prueba de ello es la aprobación de la Ley 12/2013 de la cadena alimentaria, que se considera modélica por muchos de los estados miembro de la UE. Pero es necesario que toda esta legislación sea adoptada a nivel de la UE, con el fin de evitar problemas de discriminación y tensiones financieras en sectores como el cítrico, volcado a la exportación.



Todas las operaciones de compraventa de fruta en campo deberían formalizarse a través del Contrato Tipo homologado por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Este modelo de contrato es un instrumento oficial útil, equilibrado y sencillo, consensado, por lo que se trata de un texto equilibrado que defiende los intereses de ambas partes, comprador y vendedor, que libremente pactan las condiciones de entrega, volúmenes, precios, especificaciones de calidad, plazos de pago, etc., pero en un marco global que ofrece una máxima garantía.

Además, este modelo de contrato se adapta a las exigentes condiciones que fija la Ley 12/2013 de la Cadena Alimentaria. Las extensiones de norma de este modelo de contrato y la creación de un censo de explotaciones, que permita conocer con detalle la producción española, son imprescindibles para la organización y transparencia del sector.

La política comercial de la UE debe exigir la reciprocidad en los mercados exteriores al mismo tiempo que se reivindica el principio de preferencia comunitaria. Entendiendo reciprocidad comercial en sentido amplio, no solo a nivel de barreras arancelarias o fitosanitarias, sino también desde una perspectiva sobre condiciones laborales y ambientales, exigiendo desde la PAC a la política comercial europea que los acuerdos de libre comercio con terceros países recojan los estándares europeos.

El sector cítrico español tiene como objetivo convertirse en un sector sostenible en sentido amplio: sostenibilidad económica (rentabilidad), sostenibilidad medioambiental y sostenibilidad social. Por otra parte, es necesario reivindicar el papel medioambiental que juegan los cultivos mediterráneos, tanto como elemento fijador del CO₂ como por su papel paisajístico; sin olvidar la compatibilidad de la actividad agrícola con la biodiversidad. La sostenibilidad como motor de innovación y de futuro, forma parte de la nueva visión del sector y que requiere del compromiso y colaboración de todos los protagonistas de la cadena de valor: productores, cooperativas, exportadores e industrias que deben estar integrados en la interprofesional. Para contribuir a ese gran desafío, es necesario impulsar que la producción de cítricos sea ordenada, eficiente, adecuada a la normativa legal y respetuosa con el Medio Ambiente. Todo ello a través de un sistema de trabajo basado en las certificaciones Global GAP y GRASP. Podemos asegurar que quien no cambie la forma de cultivar los cítricos y se

adapte a estos nuevos requisitos y exigencias de certificación tendrá, cada vez, menos opciones para vender su cosecha y se quedará finalmente fuera del mercado.

Es necesario el establecimiento de programas de I+D+i que tengan por objetivo minimizar los efectos del cambio climático: control de plagas y enfermedades, variedades adaptadas a las nuevas exigencias climáticas o nuevas técnicas de cultivo y, también, programas que permitan implantar las nuevas tecnologías en toda la cadena productiva.

AMENAZAS FITOSANITARIAS EXTERIORES

En un mercado internacional, cada vez más globalizado, el control fitosanitario y la sanidad vegetal son elementos clave y estratégico del desarrollo futuro de la citricultura mediterránea, europea y española en un horizonte ya inmediato. Nos referimos en concreto a la protección frente a la amenaza de entrada y propagación de nuevas plagas. Todo el esfuerzo económico de nuestros agricultores quedaría en riesgo ante la entrada de organismos nocivos de terceros países.

Nos referimos, recordemos, a las amenazas de enfermedades bien conocidas como el llamado Citrus Greening o Huanglongbing que ya ha sido devastadora en Florida y Brasil. La Mancha Negra, ya instalada en Argentina o África del Sur, o al caso más reciente de la detección de *Xylella Fastidiosa* en Italia. Son solo ejemplos, por desgracia reales, que nos dan una idea clara de la necesidad de tener mecanismos de coordinación entre el sector y las administraciones que permitan una reacción rápida para detectar la entrada de una nueva plaga y proceder a su erradicación inmediata.

IMPACTO Y ESTRATEGIA DE NEGOCIACIÓN ANTE EL BREXIT

No podemos acabar este artículo sin una breve referencia a un tema de actualidad como es el Brexit. Reino Unido es un mercado estratégico para el sector citrícola español en general. De ahí el interés del sector de identificar los puntos clave. Sabemos que es prematuro hacer una valoración en este momento cuando aún no se ha avanzado en la negociación, pero no por ello deja de preocupar al sector hortofrutícola español por la importancia de este importante destino.

Entre las posibles amenazas y riesgos identificados se destacarían la divergencia normativa, especialmente la relativa a sanidad vegetal, límites máximos de residuos de pesticidas, normas de calidad o producción ecológica entre otras. También preocupa la posibilidad de una nueva tramitación aduanera y las implicaciones logísticas cuando Reino Unido pase a ser un país tercero, o la desaparición del mecanismo de auto-repercusión del IVA en las adquisiciones intracomunitarias, que podría suponer costes financieros debido al diferimiento entre el pago y su recuperación. ■



 **giropoma**
la manzana de Girona

Nuestras plantaciones, situadas en las fértiles llanuras de la provincia de Girona y rodeadas por los parques naturales del Alto y Bajo Ampurdán, nos proporcionan una fruta singular, mimada por nuestros agricultores bajo la tutela de nuestro personal especializado, y con la calidad que garantiza la IGP Poma de Girona.



 **fruit attraction**

VISITANOS EN EL STAND: 8D01B

del 18 al 20 Octubre



Cami Vell de Torroella, 3
17140, Ullà (Girona)
Tel. 972 755 025 - Fax 972 757 162
www.giropoma.com