



Foto: Syngenta

Jaque al sector citrícola español



Ana I. Sánchez

El sector de los cítricos no atraviesa su mejor momento. Si bien la campaña actual no es del todo mala, en cuanto a precios se refiere, lo cierto es que tampoco está contentando a nadie, productores o transformadores. Tras un comienzo prometedor, ha perdido fuelle y augura un final mucho más plano de lo esperado. En el ámbito internacional, Marruecos acapara la atención. Su política agraria y la renovación del protocolo agrícola del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea suscitan nerviosismo y reticencias.

CAMPAÑA 2009/2010

La campaña actual, que da ya sus últimos coletazos, está marcada por un descenso generalizado de la producción. Las inclemencias meteorológicas sufridas (lluvia, granizo, nieve, vientos huracanados), especialmente durante los meses de diciembre y enero, han provocado una merma mayor de la prevista en los aforos de inicio de campaña. Según los primeros datos, la Comunidad Valenciana esperaba una reducción del 18%, con respecto a la campaña pasada; Andalucía, del 14,7%, y Murcia, del 22%.

A finales de abril, la Interprofesional Citrícola Española (Intercitrus) apunta que la bajada puede superar el 20% en términos generales, con respecto a la campaña 2008/2009, en la que se recolectaron 6.483.504 t de cítricos. Por cultivos, según su directora técnica, Anabel Siguan, se estima una disminución en torno al 10%, en el grupo mandarinas, y de un 25%, en el de naranjas. "Se han incrementado las pérdidas en el campo y los destríos en los almacenes, que han llegado a niveles de un 15%", añade.

Asimismo, los volúmenes comercializados para el mercado en fresco también han disminuido. Un 15%, las mandarinas, y un 10%, las naranjas, explica Siguan. Por su parte, el presidente de la Asociación Interprofesional del Limón y el Pomelo (Ailimpo), José Andrés López, subraya que, la comercialización de limón –producto del que somos líderes en exportación– acumula un descenso del 20% con respecto al ritmo normal de otros años.

Las notas positivas de la campaña 2009/2010 la ponen los calibres y los pre-

cios que se han comportado mejor. En opinión de Anabel Siguan, aunque es muy difícil de determinar, "podemos estar hablando de precios un 30% más altos". No obstante, se trata de un porcentaje promedio, puesto que el inicio de campaña fue muy bueno y a estas fechas los precios están como en la campaña pasada. "Había grandes expectativas pero finalmente no se han cumplido", lamenta.

Más tajante se manifiesta el presidente de AVA-ASAJA, Cristóbal Aguado. A su modo de ver, "los mejores precios no han podido compensar el fuerte descenso acumulado de la producción". Su región, Valencia, con más de un 60% de la producción nacional, ha sido la gran afectada. AVA-ASAJA cifra en unos 122 millones las pérdidas ocasionadas y en más de 400.000 t el producto dañado por los fenómenos meteorológicos. En consecuencia, Cristó-



PLAN DE CHOQUE

La ratificación del protocolo agrícola del Acuerdo de Asociación UE-Marruecos continúa su camino, pese a contar con el rechazo unánime del sector, en el que resulta ser el principal país productor de cítricos de Europa. El *Plan Verde* también avanza a buen ritmo. Ante ello, productores y transformadores piden medidas. "España debería vetar en primera

instancia el acuerdo comercial con Marruecos, propiciar reformas en Europa para asegurar la igualdad de concurrencia en el mercado, estudiar denunciar los subsidios que recibe ante la Organización Mundial de Comercio (OMC) y, como ha reclamado el Comité Económico y Social Europeo (CESE), articular compensaciones a los productores hortofrutícolas mediterráneos que han sido y serán aún más, si cabe, los

grandes perdedores de todo este proceso de apertura", señala Cristóbal Aguado, de AVA-ASAJA. "Aquí la única solución que nos queda es que la agricultura en

España reciba más ayudas. Si no las recibimos, por parte del Gobierno central, corremos un gran riesgo", concluye el presidente de Ibérica Hortofrutícola.



// "ES INCONCEBIBLE QUE EN EL MERCADO EUROPEO SE MANTENGA UNA DOBLE VARA DE MEDIR, SEGÚN LA PROCEDENCIA DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS." CRISTÓBAL AGUADO, PRESIDENTE DE AVA-ASAJA //

bal Aguado comenta que, desde el primer momento, AVA-ASAJA tomó medidas y para evitar males mayores exigió a la Administración "de manera oficial y oficiosa" que se intensificasen las inspecciones de modo que se impidiese que la fruta afectada llegara al mercado. "Parece claro que no se nos hizo demasiado caso", indica.

En la misma línea se pronuncia COAG. Su representante en Intercitrus, Francisco Gil, denuncia que no se están cumpliendo las normas de calidad y que hay quienes se están aprovechando de la crisis. "Cuando el producto es normal, la cosecha tiene una incidencia directa en el precio —explica— y si se hubieran cumplido las normas de calidad hubiera habido mucho menos producto en el mercado y, por tanto, los productores hubiéramos cobrado más". "Nos estamos encontrando unas calidades que en bastantes casos serían ilegales", apostilla.

Por lo que respecta al sector transformador, las valoraciones tampoco son positivas. Si bien, como explica el secretario general de la Asociación Española de las Industrias de Zumos y Concentrados de Fru-

// EL NUEVO ACUERDO PERJUDICA A TODOS LOS CÍTRICOS, ESPECIALMENTE NARANJAS Y MANDARINAS. ASÍ, POR EJEMPLO, LAS NARANJAS, QUE HASTA EL MOMENTO TENÍAN UN CONTINGENTE DE 306.800 T, SE QUEDARÁN SIN ESA BARRERA Y VERÁN REDUCIDO UN 30% SU PRECIO MÍNIMO EN VIGOR. EN CUANTO A LAS MANDARINAS, QUE YA NO TENÍAN CONTINGENTE, SUFRIRÁN LA MISMA REDUCCIÓN EN SU VALOR DE ENTRADA //

tos Cítricos y sus Productos Derivados (AIZCE), José Antonio García, el inicio de campaña resultó prometedor, las inclemencias meteorológicas de los meses de diciembre y enero han provocado que la disponibilidad de fruta para la transformación haya sido muy limitada, ya que la mayor parte de la producción se ha destinado al mercado en fresco (doméstico y de exportación).

"Mientras que en la campaña 2008/2009 se transformaron en España unas 900.000 t de naranjas, la previsión para esta campaña es inferior, rondando las 500.000", señala García. Un porcentaje considerablemente menor es el que se está transformando, en el caso del limón. El presidente de Ailimpo asegura que la industria está trabajando a un 25% de su capacidad operativa.

LA AMENAZA MARROQUÍ

Para complicar más la campaña, los últimos meses han sido moviditos en el plano de la política agraria y Marruecos es centro de todas las miradas. En este sentido, hay que distinguir dos asuntos distintos aunque relacionados. Por un lado, está el llamado *Plan Verde*, con el que el Gobierno marroquí pretende duplicar la producción de cítricos de aquí a 2020, y, por otro, la renovación del protocolo agrícola del Acuerdo de Asociación UE-Marruecos, pendiente de ratificación.

Pero vayamos por partes. El *Plan Verde*

no es nuevo. Ya en 2008, Marruecos creó la Agencia de Desarrollo Agrícola (ADA) para la aplicación de este plan, una estrategia de desarrollo agrícola a diez años, con un presupuesto de más de 13.000 millones de euros. Entre los objetivos del mismo, alcanzar una superficie cítrica global de 109.000 ha y una cosecha de 3,19 millones de toneladas, mediante el alquiler de tierras de cultivo en condiciones preferentes a inversores extranjeros y ayudas a la hectárea. Dos años después, en el marco del *Plan Verde*, el Gobierno marroquí ha aprobado elevar las ayudas actuales a la plantación de cítricos, de 695 €/ha a 1.070 €/ha, una medida que ha levantado ampollas en el sector productor español.

Según Cristóbal Aguado, Marruecos coloca sus cítricos en Estados Unidos y Rusia pero pretende aumentar su cuota en la Unión Europea, "el mercado hortofrutícola más codiciado del mundo". Hasta el momento, explica Aguado, las importaciones de cítricos alauitas han servido a la gran distribución europea para presionar a la baja los precios de las naranjas españolas, pero es evidente que, si logran modernizar sus estructuras y aumentar la producción, podrán asaltar el mercado europeo y marcar sus propios precios. "Y de no mediar mayores cautelas —añade— está claro que la citricultura española no podrá competir en este terreno".

El sector productor coincide, además,



QUIÉN DICE QUÉ

// "Se han incrementado las pérdidas en el campo y los destríos en los almacenes, que han llegado a niveles de un 15%".

ANABEL SIGUAN, DIRECTORA TÉCNICA DE INTERCITRUS //



// "Si se hubieran cumplido las normas de calidad hubiera habido mucho menos producto en el mercado y, por tanto, los productores hubiéramos cobrado más".

FRANCISCO GIL, REPRESENTANTE DE COAG EN INTERCITRUS //

// "Yo pienso que se nos avecina una ruina de dimensiones incalculables para el 2013-2015 cuando tengan realizadas esas inversiones y empiecen a tener las primeras producciones en cantidad".

JUAN DE DIOS HERNÁNDEZ, PRESIDENTE DE IBÉRICA HORTOFRUTÍCOLA //



// "Mientras que en la campaña 2008/2009 se transformaron en España unas 900.000 t de naranjas, la previsión para esta campaña es inferior, rondando las 500.000".

JOSÉ ANTONIO GARCÍA, SECRETARIO GENERAL DE AIZCE //

en apuntar que la política agrícola marroquí agravará la "competencia desleal". "Si nosotros tenemos aproximadamente entre un 40-45% de cargas fiscales y sociales más que ellos, los que realmente necesitamos ayudas somos nosotros", subraya el presidente de la Asociación de Productores Exportadores de Frutas y Hortalizas 'Ibérica Hortofrutícola', Juan de Dios Hernández.

En opinión de Aguado, a esta "competencia desleal" en lo social se le suma la permisividad en materia de fitosanitarios,

calidad y exigencias medioambientales, así como la que generará el 'Plan Verde' con incentivos que, directa o indirectamente, "vamos a pagar los propios europeos". De hecho, detalla, entre 1995 y 2006, Marruecos recibió ayudas europeas por 1.640 millones de euros, entre 2007 y 2010 le llegarán otros 654 millones y entre 2011 y 2014 serán otros 776.

"Es inconcebible que en el mercado europeo se mantenga una doble vara de medir, según la procedencia de las frutas y hortalizas, que mientras se reducen drásti-

camente el número de insecticidas para los europeos, se permitan su uso en países terceros (...), que se endurezcan cada vez más los criterios de calidad a los europeos mientras se considera sólo el factor precio cuando se trata de compras a terceros", sentencia el presidente de AVA-ASAJA.

"Yo pienso que se nos avecina una ruina de dimensiones incalculables para el 2013-2015 cuando tengan realizadas esas inversiones y empiecen a tener las primeras producciones en cantidad", se atreve a vaticinar Juan de Dios Hernández. En mente del sector productor se encuentra, además, la renovación del protocolo agrícola del Acuerdo de Asociación UE-Marruecos, que tuvo lugar en la última quincena de 2009, y cuya ratificación por parte de las instituciones europeas tendrá lugar, previsiblemente, en el segundo semestre de 2010.

El nuevo acuerdo perjudica a todos los cítricos, especialmente naranjas y mandarinas. Así, por ejemplo, las naranjas, que hasta el momento tenían un contingente de 306.800 t, se quedarán sin esa barrera y verán reducido un 30% su precio mínimo en vigor. En cuanto a las mandarinas, que ya no tenían contingente, sufrirán la misma reducción en su valor de entrada.

La Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX) considera que ni el Consejo de Asuntos Generales ni el Parlamento Europeo deberían ratificar el acuerdo porque perjudicará gravemente al sector español y europeo, al contemplar la práctica liberalización de las importaciones, por parte de la UE, de las frutas y hortalizas procedentes de Marruecos.

Con esta opinión coincide el sector productor. La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (Hortyfruta) añade, además, que el acuerdo llega "en el peor momento" para el sector hortofrutícola andaluz, envuelto en una profunda crisis que, sin lugar a dudas, "se verá agravada con la entrada de más productos marroquíes en los mercados comunitarios".

"A las empresas agrícolas se nos dijo que teníamos que innovar, invertir en tecnología, hacer un esfuerzo importante para ser competitivos y, ahora, después de haber hecho ese esfuerzo, nos venden, nos dan la espalda y no quieren escuchar el sentimiento que está transmitiendo el sector", lamenta el presidente de Ibérica Hortofrutícola.

"Alguien podría pensar que el aumento de producción en Marruecos es favorable a

AFORO CÍTRICOS (En toneladas)

	Valencia	Andalucía	Murcia	Cataluña	Otras	Total 08/09	Total 07/08	Total 06/07
Mandarinas	1.779.585	260.281	54.100	132.960	2.700	2.229.626	2.076.673	2.428.847
Naranjas dulces	1.962.701	1.208.154	184.800	61.416	45.500	3.462.571	2.696.226	3.112.052
Limonos	205.602	143.154	342.200	1.085	12.900	704.941	550.758	834.249
Pomelos	5.528	16.872	22.420	0	125	44.945	40.857	41.501
Naranja amarga	0	13.220	0	0	25	13.245	10.789	11.088
Otros cítricos	0	5.656	22.420	0	100	28.176	1.600	100
Total cítricos	3.953.419	1.647.337	625.940	195.461	61.350	6.483.504	5.376.903	6.427.837

*Fuente: Intercitrus

TRANSFORMACIÓN DE CÍTRICOS (En toneladas)

	Naranjas	Mandarinas	Limonos	Total
2008/2009	880.000	237.012	160.423	1.277.435
2007/2008	508.728	260.020	45.557	814.305
2006/2007	862.990	352.272	128.516	1.343.778

*Fuentes: Intercitrus y Ailimpo

// “NUESTRO GRAN OBJETIVO ES DAR EL MÁXIMO VALOR Y PRESTIGIO AL ZUMO DE NARANJA *MADE IN SPAIN* CON NARANJAS *MADE IN SPAIN*”, CONCLUYE EL SECRETARIO GENERAL DE AIZCE //

las industrias de zumo españolas, ya que España podría exportar menos naranjas para el mercado en fresco y habría más naranjas para zumo”, sugiere el secretario general de AIZCE, José Antonio García. “Este pensamiento es totalmente erróneo –recalca– ya que la industria española de zumo de naranja es subsidiaria de la exportación en fresco y la rentabilidad para el productor viene dada fundamentalmente por el precio que obtiene del tándem venta para fresco-venta para zumo, donde el peso de la venta para fresco es determinante”.

García incide, además, en el hecho de que el sector transformador español tampoco se plantea ni el arrendamiento de tierras ni el establecimiento de plantas industriales en Marruecos. “Quiero insistir en que nuestra estrategia de futuro se basa en producir un zumo de naranja directo con naranjas españolas que gozan de una calidad óptima, desde el punto de vista organoléptico, y que nos ofrecen las máximas garantías, desde el punto de vista fitosanitario y de salud, para los consumidores”. “Nuestro gran objetivo es dar el máximo valor y prestigio al zumo de naranja *made in Spain* con naranjas *made in Spain*”, concluye.

CASO PRÁCTICO ANELOOP: UNA CAMPAÑA MARCADA POR LA VARIABILIDAD

// Anecoop, con sede en Valencia, es una cooperativa de segundo grado, integrada por 83 cooperativas y 150.000 agricultores. Se trata de la primera empresa comercializadora de frutas y hortalizas de Europa. Con presencia en las tres principales regiones productoras, aunque principalmente en Valencia, medio centenar de sus cooperativas se dedican a los cítricos, acaparando una producción de 500.000 t. Según el presidente de Anecoop, Juan Vicente Safont, el aspecto destacable de la campaña 2009/2010 es “la variabilidad” en todos los sentidos: condiciones meteorológicas, producción, precios, comercialización, etc. “Los precios aumentaron un 50% a principio de campaña con respecto a la pasada”, indica Safont. “Ahora están bajos y continúan bajando”, afirma. A una primera fase de campaña movida, le está siguiendo una segunda parte lenta y pesada. En cualquier caso, parece que la campaña será algo mejor que la



Nuevas instalaciones de la Cooperativa de Lliria

2008/2009, “una campaña para olvidar desde el punto de vista comercial”. En estos momentos, el presidente de Anecoop habla de precios de liquidación de entre 40-43 ptas/kg, para las mandarinas, y un máximo de 25 ptas/kg para las naranjas, dependiendo de la fruta descartada o enviada a industria. En cuanto a la competencia marroquí, Safont opina que el *Plan Verde* no va a afectar tanto a los cítricos como a otros cultivos y que la liberalización comercial con países terceros es una equivocación de la Política Agrícola Común (PAC) que debería defender sus productos y mercados europeos desde la “prioridad comunitaria”. //

ROTARY REVOLUTION
AXIAL-FLOW

CNH CAPITAL

MAX
Atención al cliente
00 800 / 22 73 44 00

La llamada es gratuita, pero algunos operadores pueden cobrar si ésta se efectúa desde un teléfono móvil. Consulte antes con su operador.

CASE IH
AGRICULTURE

AXIAL-FLOW, PERFECTA PARA UN LÍDER.

www.caseih.com

CASE IH
AGRICULTURE