

OPINIÓN



Por MANUEL ARRUFAT (*)

Reciprocidad en Europa, seguridad en mercados terceros, ¿es pedir demasiado?

Visto lo visto, tras los recientes acontecimientos en EEUU o el Reino Unido y los que venimos arrastrando en Rusia desde 2014, el sector cítrico debería reducir sus expectativas básicas con nuestra clase política a dos. De un lado, debemos exigir reciprocidad a Bruselas para que lo que entre de fuera a Europa cumpla con las mismas exigencias que nos imponen aquí. Del otro, habríamos de reclamar algo tan simple como estabilidad, seguridad jurídica en ciertos grandes mercados terceros tan occidentales o desarrollados como el europeo, para que nuestra actividad no se vea condicionada por circunstancias tan ajenas al sector. Me refiero, claro, a la forma en la que se afrontan desde Europa las guerras comerciales que nos salpican —como la desatada entre EEUU y China o más reciente, el conflicto Airbus/Boeing— o geopolíticas —como ahora también el Brexit o antes la ocupación de Crimea por el país ex soviético, cuya posición crítica de la UE degeneró en aquel veto agroalimentario que aún hoy incomprensiblemente persiste—. Acontecimientos que, uno tras otro, han socavado nuestra posición en los destinos más allá de la UE que fueron nuestros principales clientes: EEUU a comienzos del siglo XXI y Rusia aún en esta misma década. O ahora ya incluso en el seno de la UE, con el Reino Unido, tercer mayor destino en tonelaje y negocio y abocado a pasar a ser también un país no comunitario, de futuro incierto.

Si me apuran les diré que, como en lo segundo poco pueden hacer nuestros políticos más que atenuar sus consecuencias —que no es poco— deberíamos resignarnos a que prioricen la mencionada meta de la reciprocidad. Pero tal cosa está muy lejos de ocurrir. Pienso en los zumos baratos de Brasil (los concentrados y sobre todo, los frescos 100% exprimidos, los que más daño nos hacen) y en el reciente acuerdo firmado con Mercosur —aún pendiente de ratificación— que tantas facilidades da al que ya es, de largo, el primer productor de jugo de naranja mundial; en las flexibles condiciones fitosanitarias de acceso a Europa, ‘a la carta’ incluso, que la UE permite a nuestros competidores del hemisferio Sur (Sudáfrica, Argentina, Uruguay, Brasil...) mientras a nosotros nos imponen protocolos complicadísimo o imposibles de cumplir para salir a vender fuera de la UE; en la disparidad evidente entre las exigencias sociales, medioambientales y productivas con las que trabajamos en Europa y las de esos países terceros (Marruecos, Egipto, Turquía o en menor medida los antes citados) o en el recurso artificial de la devaluación de la moneda local frente a la estabilidad del euro como arma competitiva en la UE (de



Los exportadores de cítricos sufren las consecuencias de problemas geopolíticos. / ARCHIVO

Los productos que llegan de fuera deben cumplir con las normas vigentes en Europa

Hay que reclamar estabilidad y seguridad jurídica en ciertos mercados terceros

Bruselas debe plantearse qué está a su alcance para defender un sector como los cítricos

la libra egipcia, de la lira turca, del peso argentino o incluso del rand sudafricano).

■ ESTABILIDAD GEOPOLÍTICA

Bruselas debería pues centrarse y reflexionar sobre qué es lo que está a su alcance hacer para defender la posición de sectores tan estratégicos como el cítrico. Debería sacar conclusiones sobre la insostenible situación que está contribuyendo a crear: mientras abren Europa a la oferta de países terceros más baratos, se nos cierran a los europeos las puertas de nuestros principales destinos más allá de la UE. Supongo que, a estas alturas y después de lo ocurrido nadie se atreverá a repetirnos, como se nos dijo la temporada pasada con motivo de la crisis cítrica tanto en Madrid como en la capital belga, que deberíamos hacer más esfuerzos para salir de ‘nuestra zona de confort’.

Si, dependemos de Europa y si es ‘nuestra zona de confort’. A ella dirigimos el 90/93% de nuestras exportaciones, el 93/95% si incluimos a mercados asociados a la UE como Noruega y Suiza. Pero es que la UE es, con sus virtudes y sus defectos, nuestro mercado natural, el más próximo, el más accesible trabajando como lo hacemos con un transporte abocado al camión y con productos que son perecederos. Y, a las pruebas me remito, dependemos de Europa también porque es el destino con mayor estabilidad geopolítica.

Les daré un dato para ilustrar el esfuerzo real realizado por los exportadores para huir de esa aparente comodidad europea que tanto nos achacan: en una campaña tan complicada como la pasada, España batió su mejor marca en países terceros y exportó 351.524 toneladas, 53.452 toneladas más que en la precedente, mejorando sus cifras ostensiblemente en ocho de los diez primeros destinos y realizando ventas en 66 países no europeos, 12 más que en la campaña anterior.

■ EEUU Y RUSIA

No hubo sorpresas y el pasado 18 de octubre entraron en vigor los aranceles que la Administración Trump había decidido imponer —bajo el paraguas de la OMC— a determinados productos y Estados miembros de la UE. Entre ellos y porque España formó parte del conglomerado empresarial de las ayudas ahora reprobadas a Airbus, se encuentran nuestros cítricos, que ya están siendo penalizados con un arancel extra del 25%. El CGC, tras dar a conocer el listado provisional de referencias a las que se les iba aplicar estas medidas, aún tenía esperanzas de que nuestras naranjas, mandarinas

y limones pudieran caer del documento publicado finalmente en el Federal Register de EEUU. Con no más de 17.000 toneladas exportadas y un volumen de negocio de alrededor de 20 millones de dólares en números redondos, los nuevos aranceles —de repetir cifras en esta campaña— solo hubieran supuesto una recaudación de 5 millones. Esto es, una gota en el mar de 7.500 millones que la OMC le autorizó aplicar a EEUU. No fue así y no lo fue porque, más allá de la medida de retorsión permitida se buscaba atacar a sectores emblemáticos, sectores-bandera de los Estados miembros con los que Trump quería hacer una demostración de fuerza.

La memoria es flaca, por lo que conviene refrescarla. Tan lejos como en 2007, EEUU llegó a ser, con más de 110.000 toneladas de cítricos no solo el primer destino no comunitario español sino el mercado con mayor volumen de negocio jamás alcanzado fuera de la UE. Casi tres décadas después de perfeccionar los primeros envíos, a fuerza de mejoras logísticas y de cuidar la calidad y la fitosanidad de las partidas, se lograba consolidar una demanda del entorno de las 80.000 toneladas de clementinas, claves para descongestionar Europa y arrancar con éxito el siempre conflictivo comienzo de campaña. Ciertamente es que aquella cifra récord se logró coincidiendo con una fuerte helada en California pero también lo es que se producía solo seis años más tarde de que, en noviembre de 2001, se desencadenara un histórico veto a las clementinas españolas tras detectar, supuestamente (y sigue siendo mucho suponer), unas larvas de *Ceratitis capitata*. Aquella alarma desatada por una plaga endémica del

Mediterráneo forzó un radical endurecimiento del protocolo fitosanitario impuesto unilateralmente por la Administración norteamericana que no nos quedó más remedio que acatar. Aquellas nuevas condiciones, además, sentaron precedente para que otras tantas potencias cítricas buscasen protegerse con los mismos radicales métodos y así aquel protocolo pasó a ser referencia para La India, Japón, China, Corea del Sur... países en los que, con todo, se ha seguido trabajando para poder exportar y que en el caso concreto de China, es uno de los que más ha crecido. De ahí que nos resulte tan hiriente escuchar cómo Sudáfrica se queja de las regulaciones europeas, cuando son infinitamente más relajadas de las que sufríamos antes del veto a las clementinas y de las que después en cascada nos impusieron a nosotros por una plaga mucho más controlable y menos dañina (la mosca de la fruta) que las suyas (Mancha negra, *Thaumotibia* o HLB).

Los nuevos aranceles cuestionan ahora seriamente nuestra presencia en esta plaza ‘señera’, en este escaparate internacional. No nos jugamos 17.000 toneladas, nos jugamos el prestigio de seguir en un mercado como el norteamericano, donde aún sigue vivo el recuerdo de las *spanish darling clementines* que tanto nos costó granjear.

Y Rusia, la gran Rusia también fue una buena vía de escape de importante crecimiento exponencial. Si tenemos en cuenta las exportaciones directas que se realizaban desde España y las reexportaciones desde el puerto de Rotterdam o desde Polonia, hablamos de cifras importantes que se han dejado de vender. Por ejemplo, en la campaña 2011/12 la exportación fue de 71.344 toneladas; en la 2012/13 la cifra fue de 64.546 y en la 2013/14 el total de ventas al mercado ruso ascendió a 57.812 toneladas. Con esos números —entre 60.000 y 72.000 toneladas— Rusia se situaría hoy como el primer destino no comunitario por delante de China, Suiza o Noruega y a la par del que hoy ha pasado a ser líder de este ranking, Canadá.

Como ocurrió en el caso ruso, con EEUU ya se oyen propuestas desde el Parlamento Europeo que hablan de compensaciones para los sectores damnificados. Que así sea pero mejor si no llegan tan tarde como en el caso del país ex soviético, mejor si no se interrumpen antes de solventar la crisis (el bloqueo sigue) y mejor si, en lugar de repartirlas bajo criterios poco claros, se dedican a financiar el coste de esos caprichos pero objetivos aranceles que ahora Trump nos impone. Que la sinrazón de un presidente tan cuestionado como éste no nos borre de un mercado tan prestigioso y al que le hemos dedicado tantísimos esfuerzos.

(*) Presidente del Comité de Gestión de Cítricos