

Agrocomercio

Brexit y turbulencias monetarias amenazan la campaña citrícola

El CGC advierte sobre nuevos factores que pueden desestabilizar la temporada de cítricos 2018-2019

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** El Comité de Gestión de Cítricos (CGC), la patronal nacional que representa a los comercios privados, advierte de las "distorsiones" que se pueden producir en los mercados citrícolas comunitarios y, más aún, en los extracomunitarios como consecuencia de las turbulencias que están sufriendo las monedas de muchos países emergentes, casi todos potencias productoras y exportadoras. Ese proceso, junto con el incierto desenlace que se atisba una vez se consume el Brexit, son a juicio del CGC —nuevos factores desestabilizadores que "amenazan el normal desarrollo de la campaña de naranjas, mandarinas y limones".

Los envíos al mercado británico —el tercero en importancia para España con casi 300.000 toneladas por campaña— se podrían complicar cuando se consume la salida del Reino Unido y pase a ser país tercero. Por ello, desde el CGC se reclama al Gobierno español que "reduzca a la mínima expresión las cargas burocráticas" en las partidas que se dirijan a tal destino.

Las depreciaciones o las devaluaciones suponen, en la práctica, una "inyección de competitividad" al sector exterior de ese país puesto que súbitamente se abaratan sus productos en el extranjero. En el caso de los cítricos, este fenómeno ya se ha apreciado durante las dos últimas campañas, concretamente, desde que en noviembre de 2016 el Banco Central de Egipto devolvió su moneda y la dejó fluctuar después. A consecuencia de ello, la libra egipcia ha acumulado en dos años una depreciación sobre el euro del 107% y del 102% sobre el dólar.

Tal medida ha ayudado a disparar sus exportaciones de cítricos a la UE un 24% hasta convertirse en el primer proveedor mediterráneo de cítricos (tras pasar de las 269.000 toneladas de la campaña 2015/16 a las 335.000 de la 2017/18). Más aún, el hundimiento de su moneda respecto al dólar, también resultó decisivo en otras plazas de especial interés para nuestro sector, como China, donde en la temporada 2016/17 Egipto aumentó sus ventas de naranjas un 204% y en la 2017/18 en la que, a falta de datos oficiales, podría consolidarse como primer proveedor destacado del gigante asiático.

Parecido camino podría tomar en la actual temporada Turquía, que este verano ha visto agravada su inestabilidad por la crisis diplomática generada con Estados Unidos y que en el último año acumula una depreciación del 65% de la lira turca con respecto al euro y del 105% si se consideran los dos últimos años.



El CGC analiza los factores que pueden distorsionar la campaña citrícola. / VF

"La competencia con Egipto y con Turquía es de por sí complicada porque tienen costes laborales y exigencias sociales y medioambientales mucho más bajas que las españolas, pero es que ahora, además, cuentan con la ventaja de la moneda para vender si cabe más barato", señalan desde el CGC.

En este sentido, la asociación de exportadores reclama a la Comisión Europea que extreme los controles fronterizos en materia de calidad y fitosanitarios porque la 'euforia monetaria' podría facilitar la incorporación a los circuitos de exportación a Europa de operadores "poco profesionales". No en vano, en diciembre de 2017 la CE ya tuvo que advertir por carta a las autoridades egipcias sobre los problemas de residuos de plaguicidas detectados y sobre la necesidad de un mayor control sobre los riesgos de contagio de plagas y enfermedades de cuarentena.

Además, el ejecutivo comunitario ha decidido mantener por segunda temporada los controles especiales a los limones de Turquía para verificar el cumplimiento de la normativa europea sobre límites máximos de residuos de pesticidas, tras detectar un alto número de partidas que los incumplían.

La situación con el Brexit es un factor de incertidumbre añadido muy relevante. Las perspectivas comerciales podrían variar radicalmente según sea la ruptura. En cualquier caso, Reino Unido pasará a ser un tercer país y esta situación tendrá repercusiones serias, como la reintroducción de controles en frontera (trámites aduaneros), problemas logísticos y burocráticos. Los obstáculos y las incógnitas serían mucho mayores si no se llega a una solución pactada de retirada y por ello dejara de aplicarse entre las partes el derecho comunitario durante el periodo de transición acordado entre Bruselas y Londres, entre el 30 de marzo de 2019 y el 31 de diciembre de 2020.

Esta situación de dudas e inseguridad podría afectar

también a la cotización de la moneda británica e incluso hay consultoras que auguran que el euro podría alcanzar la paridad con la libra, lo que supondría elevar la depreciación ya consolidada desde la fecha del referéndum —junio de 2016— del entorno del 15% a por encima del 30%.

Para aliviar el encarecimiento en los envíos que pudiera conllevar y el cuello de botella que probablemente se generará —más tratándose de productos perecederos como los cítricos— el CGC reclama a las autoridades españolas estar preparado para cualquier escenario, así como dos cuestiones. De un lado, se pide no implementar ninguna traba o control en origen que no exija en destino el receptor. De otro, se insiste en que, en el momento en el que Reino Unido pase a ser un país tercero, se impida cualquier reexportación desde este país de cítricos procedentes de otras latitudes hacia la UE para evitar que esquiven los controles fitosanitarios europeos y que se puedan introducir más plagas y enfermedades foráneas.

■ A 20 DE OCTUBRE

Exportados 6.123.247 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2018/2019, a 20 de octubre, se han enviado a países terceros, en exportación (5.845.448) y reexportación (278.247 kilos), un total de 6.123.695 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2017/2018, a 21 de octubre de 2017, lo exportado eran 7.488.117 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 18/19		Campaña 17/18	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	77.272		81.366	
Arabia Saudita	21.726		242.883	
Bahrain	600		2.240	
Bielorrusia			140.521	
Bosnia-Herzegovina			21.241	
Brasil			130.422	
Cabo Verde	53.588	24.599	27.035	
Canadá	1.555.022		1.203.463	
Costa Marfil	2.994	3.202	949	
Emiratos Arabes Unidos	32.546		259.909	
Estados Unidos	22.410		91.370	
Gabón	465	501		
Ghana			911	
Gibraltar	29.559	2.391	30.376	18.192
Guinea Ecuatorial	17.851	39.965	4.026	22.568
Hong-Kong	350		14	
Islandia	38.640			
Mali	910	12.425		297
Marruecos	10.154	17.770	1.524	45.659
Mauritania	32	1.920	185	749
Moldavia	21.931		108.392	
Noruega	1.097.638	14.080	1.352.886	
Qatar	1.608		12.721	
Rep. Centroafricana	3.887	40.464	2.468	35.561
Serbia	171.235		44.633	
Singapur	225		887	
Sudáfrica			22.147	
Suiza	2.536.842	120.929	3.313.407	112.624
Ucrania	147.963		134.171	
Uruguay			22.320	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	384		5.210	
Satsuma	653.218		543.021	
Clementina	3.284.458	3.255	4.298.072	
Clementina con hoja	222.875	12	152.839	
Clemenvilla	3.217		454	
Otras mandarinas	66.995	2.608	241.176	990
Uso industrial			2.160	
TOTAL MANDARINAS	4.231.148	5.874	5.242.933	990
Navelina	103.200	2.195	533.585	26
Navel	5.151	3.010	30.769	1.779
Navel Late	4.853	210	1.144	5.074
Lane Late		34	35	140
Salustiana			210	
Cadenera	495		1.641	
Valencia Late	261.325	25.286	323.100	45.321
Verna	8	2.233	59	
Otras	36.295	81.302	78.024	18.305
Navel Power			1.866	
Uso industrial	962			
Barberina	1.141		7.101	
TOTAL NARANJAS	413.429	114.270	977.534	70.646
TOTAL LIMONES	1.195.527	130.398	956.771	116.802
TOTAL POMELOS	5.070	27.704	74.929	47.212

Aumenta en más de un 50% la producción certificada de Cítricos Valencianos

► **VF. REDACCIÓN.**

La campaña 2017/2018 ha finalizado de forma muy satisfactoria para IGP "Cítricos Valencianos", ya que, a falta de cerrar los datos definitivos, se puede avanzar que se han aumentado los kilos comercializados con el sello IGP en más de un 50% respecto a la campaña anterior.

Para el Director Gerente de IGP Cítricos Valencianos, José Enrique Sanz, "definitivamente se puede considerar que se ha despertado un interés real por parte de la gran distribución en diferenciar el origen valenciano de los cítricos, y que mejor manera de hacerlo que mediante la certificación del distintivo IGP".

Además, el responsable gerencial de Cítricos Valencianos apunta que "cada vez llegan al

mercado nacional y a Europa, más cítricos de Países Terceros, y las cadenas de supermercados prefieren destacar la calidad y el origen de los Cítricos Valencianos mediante la IGP. Por este motivo, se han aumentado la presencia en lineales de 2 a 10 cadenas en España en solamente 15 meses".

■ **ALTAS EN ALMACENES**

Al mismo tiempo, por el interés de las cadenas y por iniciativa de las empresas, se han dado de alta 6 almacenes en las dos últimas campañas (Filósofo, F. Adelino, Xeraco Fruit, Convite, Ginestar y Ferrando Blasco). Además, para este comienzo de campaña 2018/2019, se espera la incorporación inmediata de tres operadores más, como son Bagü, Peiró y Eida y Frutinter.

■ **NARANJA DE VALENCIA**

Se está produciendo un crecimiento de IGP junto a la marca Naranja de Valencia. "La marca Naranja de Valencia se ha ido consolidando a nivel nacional durante su segundo año en el mercado, llegando a 5 lineales más. Es una marca de consumidor que va a más, y si crece, IGP aumenta en producción certificada", apunta José Enrique Sanz.

■ **CAMPAÑA 2018/2019**

Sanz señala que "solo se puede ver con optimismo la campaña 2018-2019, desde el punto de vista de nuestra entidad. Hay bastante inquietud en el sector por distinguir el origen valenciano de los cítricos, tanto por las empresas envasadoras como por la gran distribución", destaca contundentemente.