

OPINIÓN

Planificar el futuro... con optimismo

Hay momentos en la vida en los que es necesario hacer un receso y pararse a pensar. Este debe de ser uno de esos momentos si nos atenemos al desarrollo de la actual campaña citrícola. Y es que a la vista de lo aparecido en los medios de comunicación, al desarrollo comercial de la campaña, y a la vista de las convocatorias de manifestaciones anunciadas, no es posible calificarla como buena. Pero los nubarrones parece que pueden disiparse a partir de esta semana, animándose el mercado, lo cual no debe de ser impedimento, para eso, para hacer un receso para pensar y analizar.

A pesar de poder ser reiterativo, el escenario en el que se está desarrollando este ejercicio está escalonado de multitud de acontecimientos, que unidos, suponen un cóctel difícil de digerir; al menos hasta el momento. De entrada, una previsión de cosecha, que si bien era equivalente a la de hace dos años, era superior a la de la campaña pasada, lo que ha incidido en los calibres de las primeras variedades. La climatología benigna, con el retraso de la llegada del frío en Europa ha condicionado la campaña. Además las persistentes lluvias han paralizado la recolección, con lo que la fruta a ofertar se va retrasado, solapándose variedades.

Pero también han existido otros factores externos y de difícil gestión por los operadores comerciales españoles. Es una evidencia el impulso creciente de las exportaciones sudafricanas hacia Europa, motivado sin duda, por la política aperturista promovida desde Bruselas. El bloqueo de la frontera española por parte de los "chalecos amarillos", han generado otro contratiempo. Por último, la negociación del convenio sindical de los recolectores de cítricos, que si bien es cierto que no ha tenido influencia en el desarrollo de la actividad recolectora, no deja de generar incertidumbre ante posibles actuaciones de presión e incrementos de costes a futuro. Todo ello sin olvidar qué va a pasar con el Brexit.

Ante esta situación, las organizaciones representativas de los agricultores están convocando movilizaciones en atención a las cotizaciones que se están observando en el campo en esta primera fase de la campaña. Ni que decir tiene que desde la organización cooperativa siempre se han secundado sus reivindicaciones, ello desde el respeto al papel institucional que cada organización tiene asignado, entendiendo que es a las organizaciones profesionales agrarias a quien les corresponde el protagonismo de la reivindicación en estos momentos. Pero si es necesario reivindicar sobre la fruta que sea quedado en el árbol, es



El sector citrícola español necesita de un lobby potente más allá de la Administración, según Cirilo Arnandis. / ARCHIVO

La previsión es que empiece a recuperarse y animarse el mercado internacional

El sector citrícola debe de confiar en sus propias oportunidades y facultades

El comercio de cítricos ya no va a ser estacional, sino continuo durante los doce meses del año

también necesario trabajar para animar y activar el mercado de la comercialización en fresco, lo que debe de redundar en un mejor escenario en el campo. Como quiera que las noticias llegan de inmediato a todo los sitios, sin olvidar lo acontecido, lancemos un mensaje de optimismo para comercializar mejor lo que queda por recolectar.

La previsión para esta semana es que empiece a recuperarse y a animarse el mercado internacional, conforme vaya finalizando la presencia de fruta de otras procedencias. Por fin un mensaje de optimismo, en un marasmo de malas noticias, que por otra parte, poco o nada favorecen el desarrollo de la campaña comercial. Y es que los problemas, además de detectarlos y denunciarlos,

hay que solucionarlos. El hecho que podamos entrar en un clima de mejoría no debería de ser excusa para empezar a pensar en las medidas que debemos de emprender para seguir liderando el sector en el plano internacional en el medio y largo plazo.

Todas las medidas que podamos emprender en estos momentos para suavizar la situación de las rentas que deberán de soportar los productores, seguro que son pocas, necesarias y merecidas, pero de nada servirán si en el futuro más inmediato las volvemos a necesitar. El sector debe de confiar en sus propias oportunidades, potencialidades y facultades. Desde el pragmatismo hay que saber qué se debe de hacer y no lo que pudiera o pudiere hacer. Es hora de arreglarse de verdad, y entender que el sector está cambiando, que son más los que van a venir a nuestros mercados tradicionales, y que los cambios van a ser permanentes, constantes y cada vez más rápidos. Ah, y que las medidas de gestión de crisis promovidas por la Unión Europea no van a ir a más.

Así, tenemos que ser conscientes que, pese a nuestra oposición, la política de apertura puesta en práctica desde Bruselas no va a cesar. El caso más paradigmático fue en su día Marruecos. Ahora ya poco nos acordamos de aquella batalla. Ahora le toca el turno a Sudáfrica, que en base a un potente lobby, está consiguiendo toda clase de favoritismo por parte no solo de la Comisión Europea, sino de otros mercados como el de Estados Unidos, en Europa por lo que se espera una creciente presen-

cia de este origen en el tiempo. Y si no, tan solo hay que ver los números de las exportaciones sudafricanas y la expansión del cultivo en aquel país. Así pues, mientras nos quejamos y reivindicamos, también hay que actuar desde el pragmatismo.

A lo primero que nos tendremos que ir acostumbrando es que el comercio de cítricos ya no va ser estacional, si no continuo durante los doce meses del año. Conceptos como los de variedades precoces o extratempranas van a ir perdiendo su significado. La mejora del transporte y las comunicaciones así lo facilitará. Es bueno saber que el coste del transporte de un contenedor de cítricos, de Valencia a Holanda en camión, es similar al transporte en barco de ese mismo contenedor desde Sudáfrica, también a Holanda. Por tanto, la renta de situación geográfica, que nos confería una ventaja competitiva en la comercialización de nuestros cítricos en Europa, Hay que observarla desde otra óptica. Como consecuencia de todo ello el mercado solo aceptará fruta de calidad, teniendo preeminencia quien pueda suministrarla, sin considerar el diferencial, entre los distintos orígenes, de los costes de producción ni mano de obra.

Es evidente que hay que seguir trabajando y luchando en conseguir la activación de medidas que disuasorias, no solo de Sudáfrica, sino de todos aquellos países que sin ser socios comunitarios, disponen de ventajas competitivas desleales que pueden distorsionar el equilibrio del mercado. Pero siendo sincero, creo que esta vía pocas



Por CIRILO ARNANDIS (*)

satisfacciones nos va a dar en el corto plazo. Ningún político comunitario está sensibilizado para ello, y la presión de los lobbys foráneo, no ya solo del sector agroalimentario, es evidente en Bruselas. No obstante, sin desestimar este tipo de actuaciones, sí que hay que hacer todo tipo de esfuerzos en poner encima de la mesa el riesgo fitosanitario que supone la actitud de la Unión Europea, y el poco esfuerzo dispuesto para exigir, a quienes quieren venir, lo mismo que nos exigen a nosotros cuando queremos ir a otros sitios. No existe ningún argumento para no exigir reciprocidad en las relaciones comerciales. No existe más argumento que no querer hacerlo o el de tener que atender a otros intereses.

El sector citrícola español necesita de un lobby potente más allá de la Administración, y que actúe al mismo nivel que actúan otros grupos de presión. Algunos de estos grupos nada tiene que ver con nuestra actividad, pero el hecho de conseguir sus objetivos, sí que conlleva concesiones que nos afectan. Este objetivo tan solo nos compete a nosotros, como también nos compete a nosotros el análisis de nuestra estructura varietal y productiva, así como el tipo de explotación que queremos en el futuro más inmediato. Quizás nos encontremos con la última generación de románticos de la tierra, por lo que va a ser necesario poner en marcha sistemas, que más allá de quien sea el propietario de la tierra, se permita la explotación económica rentable de un factor de producción. Aquí la Unión Europea no puede decir que no en la necesidad de financiación necesaria para abordar cambios ante la descapitalización necesaria para el cambio.

Es cierto que Bruselas ha puesto a nuestro abasto instrumentos como es el caso de las organizaciones interprofesionales, y las decisiones que en su seno se pueden adoptar, las OPFH y la futura Directiva contra las prácticas desleales en la comercialización. Pero también es cierto que en la actual campaña ha actuado la climatología en su versión de lluvias persistentes y piedra, además de la entrada indiscriminada, y sin los necesarios controles fitosanitarios, de cítricos procedentes del hemisferio sur. Ambas circunstancias son las principales causas de los malos resultados de la primera parte de la campaña.

Esta vez deben de ser otros, y no los agricultores, quienes deben de explicar por qué las medidas de gestión de crisis son insuficientes, y por qué se encogen de brazos ante el desaguado que conlleva dar todo tipo de facilidades a la llegada de cítricos procedentes de países terceros. Con esas políticas, cualquier esfuerzo del sector, y en especial de los productores, no servirá para nada.

(*) *Presidente Frutas y Hortalizas Cooperatives Agro-alimentaries*