

## OPINIÓN

# La hipocresía del acuerdo Mercosur-UE y los zumos de naranja



Por INMACULADA SANFELIU (\*)

La semana pasada una noticia de alcance impactó sobre el panorama cítrico nacional. El hecho podría pasar por anecdótico hoy, pero amenaza con golpear severamente al sector en poco tiempo. Me refiero a la información publicada por el diario Levante-EMV el 17 de junio al respecto de la descarga en el Puerto de Huelva realizada por un buque del gigante brasileño Citrosuco de 10.000 toneladas de zumo de naranja directo (Not from Concentrate, NFC) para abastecer a la planta que J. García Carrión (JGC) explota en Andévalo.

Menor relevancia se le concedió al anuncio de una nueva revisión de la política comercial de la UE con terceros países. La iniciativa, promovida por el comisario de Comercio y antiguo de Agricultura, Phil Hogan, pretende —según sus palabras— extraer conclusiones de lo vivido con la crisis de la COVID-19 y para que la Unión “proteja mejor los intereses europeos y ayude a rediseñar la globalización haciéndola más justa y sostenible”.

Pues, para empezar, Hogan podría tomar nota de los niveles de eficiencia y de garantía en el suministro demostrados por el sector hortofrutícola español en las peores circunstancias de la pandemia. Y para continuar, el comisario debería no olvidar el reciente pronunciamiento del Parlamento de Holanda —el Estado miembro que mejor aprovecha y más depende económicamente de las importaciones no comunitarias— que, paradójicamente, acaba de votar en contra del mayor acuerdo de integración comercial jamás alcanzado por el ejecutivo comunitario, el de Mercosur (Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay).

## ■ DIFÍCIL RATIFICACIÓN

Sin embargo, el tratado suscrito en junio del año pasado por la Comisión Europea (CE), gestado durante dos décadas de oscura negociación, solo entrará en vigor si los estados miembros de la UE lo ratifican. Francia, más aún tras la llegada de Bolsonaro al poder, cuestionó al poco de acordarse por la CE su apoyo porque exigía la adhesión de Brasil al Acuerdo Climático de París, que el líder brasileño ha ninguneado en infinidad de ocasiones y porque, tras la devastación provocada por los incendios en el Amazonas el verano pasado, reclamaba también un mayor compromiso en la protección de este pulmón verde. Tras Francia el ejecutivo comunitario daba por descontado el rechazo de los legislativos de Bélgica, Irlanda y Polonia, que seguramente tam-



Sobre estas líneas el buque que Louis Dreyfus Company acaba de fletar para transportar zumo directo brasileño a Europa. / CGC

bién se dará. Nuestro Gobierno —incomprensiblemente y a falta de debatirlo en las Cortes— hizo en su momento bandera de su respaldo. Y la sorprendente negativa del legislativo de los Países Bajos ha sido solo la continuación de la línea de oposición abierta ya por el Parlamento de Austria, que también votó en idéntico sentido. Dos de los ‘halcones’ europeos parecen andar de la mano en este asunto, que no es poca cosa. ¿Se impondrán los gobiernos europeos a lo que dicten sus parlamentos?

En este contexto político, ajeno a estas circunstancias, atracó el pasado 26 de mayo en el Puerto de Huelva el ‘Citrus Vita Brasil’, el buque portacontenedores (de 2.500 unidades) que en 2018 Citrosuco reconvirtió en un *orange juice carrier* con capacidad para albergar 27.000 m<sup>3</sup> de jugo de naranja. Lo hacía, como se ha avanzado, para abastecer de zumos a J. García Carrión.

## ■ UNA A UNA, PERO DE BRASIL

Resulta curioso que el primer gran buque de estas características que accede a un puerto español sea para servir, precisamente, a esta empresa. Y más aún que lo haga solo tres semanas después de que JGC prometiera retirar una campaña publicitaria que, según se escuchaba en las cuñas de radio, decía así: “¿Sabía usted que la naranja, una vez cogida del árbol, va perdiendo propiedades? Por eso Don Simón ha hecho una planta única en el mundo, rodeada de millones de naranjas para poder exprimir la naranja una a una, recién cogida del árbol” (...).”

El mensaje publicitario, como en su momento ya denunciábamos desde el CGC en esta misma tribuna, era impertinente, engañoso y provocador porque parecía establecer una relación de competencia entre la naranja en fresco y la procesada. Una relación que, al menos en nuestro país, no puede dar porque —al contrario que Brasil— la transforma-



El ‘Citrus Vita Brasil’ de Citrosuco mientras se construía en astillero chino. / CGC

ción en zumos es subsidiaria de la comercialización en fresco, donde somos primera potencia exportadora. Bien pensado, más que subsidiaria, las zumeras españolas son el mejor cliente de la citricultura española pues no en vano, a través de ellas, transformamos entre el 10 y el 20% de nuestra cosecha, lo que contribuye a valorizar el 100% de la producción.

## ■ IR A MISA Y REPICAR

Pero lo peor llegó el 21 de junio, cuando pudimos leer en el ABC de Sevilla las peregrinas explicaciones que daba la empresa española a su operación con Citrosuco. “En el mercado británico hay una parte de consumidores que prefieren el zumo de Brasil, con un sabor menos intenso y con un color más amarillo respecto al producto nacional” señalaban al rotativo. Y el mismo portavoz continuaba: “Es algo que tradicionalmente vienen haciendo muchos envasadores, que importan zumo brasileño en camiones cisternas que lle-

gan desde el norte de Europa, se envasa aquí en España y se envía luego al mercado inglés. Pero en este caso hemos optado por una operación pionera por vía marítima, y así evitamos emisiones.”, declararon al periódico.

Y es cierto que tal cosa ocurre, pero cuanto menos resulta llamativa que, en lugar de defender el zumo directo español, exprimido con naranjas españolas —de indudable mayor calidad que el brasileño, según publicita reiteradamente su marca Don Simón y el Comité, desde luego, compare— se apueste por traérselo a los ingleses con marca española pero de la otra parte del Atlántico. Y no será por las emisiones de CO<sub>2</sub>...

## ■ ANTECEDENTE

Lo realmente grave de todo esto es el precedente que sienta. Porque la CE concedió a Mercosur, a Brasil, la mayor liberalización arancelaria precisamente en el tipo de jugo en el que el sector español mejor se defiende, el zumo directo (NFC), que es el de mayor

valor añadido por su superior calidad organoléptica y sensorial. Efectivamente, los actuales aranceles para el NFC desaparecerán en solo siete años. Paradójicamente, la UE mantendrá durante más tiempo los vigentes para los jugos concentrados, los que ya copan el mercado mundial y europeo y llegan en esos buques inmensos a Ghent (Bélgica) o Rotterdam (Holanda). Con las actuales tarifas hoy ya le resulta casi imposible competir a la industria española: el producto de Brasil es mucho más barato y en términos logísticos acceder a los puertos del norte de Europa les cuesta lo mismo que a las plantas españolas transportar sus zumos a Centroeuropa.

Porque la estrategia de Citrosuco (cinco fábricas de zumo y 1.300 millones de facturación) y sus seis inmensos buques en propiedad, que como el ‘Citrus Vita’ está especializado en transportar a Europa zumo NFC, no es precisamente única y antes de que entre en vigor el tratado se sabe que va a ir a más. Buscan copar también el mercado español en la UE de NFC y así se entiende —para conocer mejor y estudiar la oferta española— que en 2017 Citrosuco alquilase la fábrica de Zumos Palma (Córdoba) y que durante todo este tiempo la hayan tenido infrutilizada, sin casi producción. Hubo quien aplaudió la entrada de “mayor competencia” en la compra de naranjas andaluzas, pero no fue tanto el caso.

La estrategia de Citrosuco de inundar Europa de zumo barato y de peor calidad pero con el que difícilmente podemos competir, la comparte con los otros dos macroconsorcios industriales del zumo brasileño. Me refiero a Citrale, el segundo mayor operador de jugos del mundo, que cuenta con ocho buques propios para exportar a todo el mundo y uno de ellos específicamente adaptado para traer a Europa su zumo directo; o con Louis Dreyfus Company (LDC), que es la cuarta mayor multinacional agraria del planeta, con una facturación (en zumo pero también café, algodón, azúcar, aceite de palma o soja) de 33.600 millones de dólares y que cada año transporta alrededor de 80 millones de toneladas en commodities agrarias. LDC, consciente del potencial del acuerdo de Mercosur, acaba de terminar de transformar en China otro gran buque —con capacidad para transportar 19.500 m<sup>3</sup> de zumo— para sus exportaciones a Europa.

Y no mencionaré nada —porque sé que el Parlamento holandés ya lo tuvo muy en cuenta— sobre la leyenda negra de la que habla el informe de 2015 de varias ONG’s, financiado por la propia UE, ‘Exprimidos. Lo que hay detrás del zumo de naranja’. Tampoco haré más las denuncias de diarios como The New York Times sobre el ‘paraíso para los pesticidas’ en el que ha convertido Bolsonaro a su país. Ni recordaré la multa de 89 millones de dólares impuesta en 2016 por las autoridades brasileñas de la competencia a las principales zumeras del país por pactar el precio pagado a los productores. Señor Hogan ¿cree usted que la oferta de Brasil es justa o sostenible?

(\*) Directora general del Comité de Gestión de Cítricos