

OPINIÓN



Por INMACULADA SANFELIU (*)

“No” a un aforo citrícola prematuro, desagregado y publicitado

Durante muchos años la Comunidad Valenciana (CV) ha sido el eje en torno al cual ha girado el funcionamiento del sistema de previsión de cosechas de cítricos en España debido a que la metodología empleada para el aforo citrícola en esta región ha sido desde su origen la referencia para el resto de territorios citrícolos. También ha tenido mucho que ver, por supuesto, el hecho de que la Comunidad Valenciana ha tenido mayor influencia en la formación de precios por su superioridad en superficie, en producción y en comercialización en fresco.

En 2002 la superficie de cítricos en la CV se elevaba a 190.000 hectáreas de un total de 300.000 cultivadas en España (el 63,3%). A pesar de su pérdida de peso, esta autonomía sigue representando el 52,2% de la superficie (160.000 hectáreas sobre un total de 307.000), el 49% de la producción total (3.067.517 toneladas producidas en la campaña 2019/2020 sobre 6.291.776 t de producción total en España) y el 67-70% del comercio de cítricos en fresco.

En la actualidad la realización del aforo en la Comunidad Valenciana corre a cargo de los técnicos del Servicio de Documentación, Publicaciones y Estadística Departamental de la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia climática y Transición Ecológica, heredero del antiguo Servicio de Estudios Agrarios y Comunitarios. El ‘Marco de Áreas o Marcos de Muestreo por Áreas’ es la herramienta estadística empleada, basada en un muestreo aleatorio del territorio (5.000 hectáreas analizadas y aforadas, el 3,18% de la superficie citrícola de la CV) y en una estimación del rendimiento de una serie de parcelas (casi 11.000) por especialistas a pie de campo, obtenidas fruto del análisis de la superficie productiva citrícola.

Durante años el aforo así estimado se ha presentado públicamente ‘a bombo y platillo’ por parte de las autoridades agrarias autonómicas valencianas ante toda la comunidad citrícola al inicio de la campaña de forma muy detallada —por especies, variedades y provincias—, en aras a “facilitar al máximo la toma de posiciones comerciales” y con el fin de obtener rédito político del trabajo técnico realizado.

La difusión de este aforo oficial marcaba el inicio comercial de cada campaña, no solo en España sino en toda la Cuenca Me-



El CGC considera que una previsión de cosecha anticipada y desagregada por variedades con referencia porcentual a la campaña anterior contribuye a perturbar el mercado. / ARCHIVO

diterránea. A medida que otras regiones españolas cobraron más peso en el conjunto de nuestra citricultura, más en producción que en comercio, fueron secundando el modelo valenciano de publicación del aforo regional al inicio de cada campaña, pero siempre después de hacerse público el valenciano, que siempre ha marcado tendencia y ha sido el referente en cuanto a metodología y credibilidad.

■ BUEN HACER

No cuestiono en este artículo ni la herramienta de elaboración de la previsión de cosecha ni la calidad de los resultados. Es un sistema público y, excepto durante un “periodo negro” achacable al entonces equipo político responsable de la Conselleria de Agricultura, ha dado muestras del buen hacer de los técnicos y de su fiabilidad y credibilidad en cuanto a la realidad productiva en un determinado momento, lo cual dista mucho de medir la “fruta comercializable” en cada momento a lo largo de una campaña comercial de nueve meses, si además se desciende a nivel provincial y a datos de variedades.

Sí que pretendo con este artículo abrir el debate y posicionarme sobre el perjuicio de mantener un sistema de previsión abierto, hecho público y

“Aun cuando los aforos se elaboren de un modo riguroso, los factores que determinan la fruta comercial y el volumen exportado (y comercializado en fresco) no van a depender únicamente de la magnitud y de la tendencia del aforo respecto de la campaña anterior”

“En la actualidad, y siempre que se vele por preservar el patrimonio citrícola español, con los medios necesarios para prevenir la entrada de las plagas y enfermedades que suponen una grave amenaza para nuestra citricultura, tenemos suficiente producción para, a pesar de las vicisitudes de cada campaña, proveer con cítricos españoles a todos nuestros clientes europeos en el invierno mediterráneo”

“publicitado” y, sobre todo, las consecuencias para el conjunto del sector:

Cinco campañas con producciones muy diferentes, la campaña 2010/2011 (6,6 millones de toneladas de producción), la 2015/2016 (6 millones de t), la 2016/2017 (7,2 millones de t), la 2017/2018 (6,7 millones de t) y la 2019/2020 (6,3 millones de t) han concluido con volúmenes de exportación similares (3,6 millones de toneladas).

Las campañas 2015/2016 y 2016/2017 tuvieron una diferencia real de más de 1 millón de

toneladas en producción pero finalizaron con un balance de exportación muy similar.

■ DISTINTOS VOLÚMENES, PARECIDA EXPORTACIÓN

Reducciones de cosecha de hasta un 22% a nivel nacional, no se han traducido en ningún caso en las últimas diez campañas en una exportación por debajo de los 3,6 millones de toneladas, volumen que es el 7º mayor tonelaje de cítricos exportado desde España, y más que suficiente para servir a la gran distribución europea.

Cualquier estimación inicial de cosecha va a verse influida por numerosos factores a lo largo del desarrollo del fruto hasta la recolección: el nivel de la floración en la primavera, las temperaturas y las lluvias durante la esta y durante el cuajado, la ausencia/presencia de lluvias estivales, el espaciado de riegos en función de periodos de sequía, la necesidad de aclareos para facilitar el engorde de la fruta en el árbol, las precipitaciones de principios del otoño que pueden mejorar el calibre de la fruta y elevar las previsiones de cosecha de variedades de media estación y tardías, las incidencias meteorológicas durante la campaña tales como DANAS, vientos y lluvias... Esto determina que la tendencia de incremento/reducción de la exportación no suele reflejar el mismo porcentaje de variación que la producción, además de que, por lo general, una reducción de cosecha suele ir acompañada de un mejor aprovechamiento de la fruta para su comercialización en fresco.

La campaña récord de exportación, la 2014/2015, con 4,2 millones de toneladas exportadas, supuso un incremento en exportación del 10,4% respecto a la campaña anterior y, sin embargo, la producción se redujo un 2,9% respecto a la 2013/2014.

■ FRUTA COMERCIAL

Todo ello corrobora que, aun cuando los aforos se elaboren de un modo riguroso, los factores que determinan la fruta “comercial” y el volumen exportado (y comercializado en fresco) no van a depender únicamente de la magnitud y de la tendencia del aforo respecto de la campaña anterior. En la actualidad, y siempre que se vele por preservar el patrimonio citrícola español, con los medios necesarios para prevenir la entrada de las plagas y enfermedades que suponen una grave amenaza para nuestra citricultura, tenemos suficiente producción para, a pesar de las vicisitudes de cada campaña, proveer con cítricos españoles a todos nuestros clientes europeos en el invierno mediterráneo.

A la previsión de cosechas se le presupone o se le asigna la función de ayudar a tomar decisiones comerciales de forma racional. Queramos o no, los actores del sector de los cítricos utilizan cada campaña los aforos o previsiones de cosecha de cítricos en la toma de decisiones en el aprovisionamiento y la compraventa a lo largo de la cadena. Pero, realmente, ayuda la publicación prematura de las previsiones de cosecha en la toma de decisiones y, sobre todo, facilitan que se tomen de forma más efectiva y adecuada?

La difusión prematura y desagregada del aforo citrícola presentado como porcentajes de incremento o decremento con respecto a la cosecha anterior no contribuye al buen funcionamiento de la cadena de cítricos en España, destruye valor antes que lo aporta y distorsiona el funcionamiento de los mercados.

Quienes marcan los precios en la cadena de oferta de los cítricos españoles (y del resto de productos hortofrutícolas) son los mercados de destino —que son determinados e impuestos por la gran distribución europea a sus proveedores— y no los de origen —compraventa entre agricultores y primeros compradores— y, por lo tanto, el papel que juega el aforo en beneficio de citricultores, comercios privados y comercios asociados es nulo.

Dado el poder creciente de la distribución en la formación de los precios y la globalización de los mercados citrícolas, la publicación prematura o, peor aún, prematura y desagregada del aforo citrícola, favorece y resulta útil a las grandes cadenas europeas y a los países competidores de la Cuenca Mediterránea en nuestro invierno y a los de hemisferio sur, sobre todo, en nuestros inicios de campaña, pero también en nuestros finales.

Una estimación de cosecha de una producción “baja” se interpreta al instante como “escasa e insuficiente” y genera unas expectativas en origen que empujan los precios al alza y conduce de manera errónea a adelantar compras en origen y a los supermercados europeos a buscar proveedores alternativos a España entre nuestros principales competidores: clementinas, Nadorcotts y Valencias de Marruecos, Navel y, sobre todo, Valencias de Egipto, mandarinas tardías de Turquía, mandarinas tardías de Sudáfrica, Návells precoces de Sudáfrica...



El sector es capaz de garantizar una exportación mínima de 3.600.000 toneladas que cubre perfectamente las necesidades de los mercados de la Unión Europea. / ARCHIVO

En suma, las estimaciones de cosecha dan ventaja a nuestros competidores en la UE, ya que ellos tienen estándares de producción más bajos, no tienen que respetar ningún coste de producción y además los suyos son mucho más bajos, y penalizan a los productores pequeños que, por lógica economía de escala, tienen costes más altos, lo que les llevaría a no poder vender su producción en situaciones frecuentes de crisis de precios derivadas de anuncios tempranos de previsiones de cosecha interpretados interesadamente como excesos de oferta.

■ ORIENTA A LA GRAN DISTRIBUCIÓN

Los productores creen que se benefician en caso de anuncio de menor cosecha; los compradores creen que se benefician en caso contrario; y las entidades asociativas, que no tienen ni un precio de compra en origen

“Desde el CGC consideramos que la publicación de datos de previsión de cosecha anticipados y desagregados por variedades con referencia porcentual a la campaña anterior, solo contribuye a perturbar el mercado y a dar argumentos a la gran distribución para presionar los precios a la baja (con mucha o con baja previsión de cosecha), lo que al final perjudica al conjunto del sector productor citrícola español”

que defender ante la gran distribución, ni un coste efectivo de producción que garantizar al citricultor asociado, en situaciones de presunto exceso de oferta acaban arrastrando el precio de los mercados de destino a la baja para todo el sector. En suma, la previsión de cosecha orienta las decisiones de la gran distribución siempre en contra de nuestros intereses.

Si el destino principal de los cítricos españoles es la exporta-

ción, y puesto que las cifras nos demuestran que, independientemente de las oscilaciones de la producción medidas por los datos de los aforos, lo que verdaderamente importa es la fruta comercial en el momento de la recolección, y el sector es capaz de garantizar una exportación mínima en el entorno de los 3.600.000 toneladas que cubre perfectamente las necesidades de los mercados de la Unión Europea, desde el Comité de

Gestión de Cítricos (CGC) consideramos que la publicación de datos de previsión de cosecha anticipados y desagregados por variedades con referencia porcentual a la campaña anterior, solo contribuye a perturbar el mercado y a dar argumentos a la gran distribución para presionar los precios a la baja (con mucha o con baja previsión de cosecha), lo que al final perjudica al conjunto del sector productor citrícola español.

En el convencimiento de que con la proyección de producciones y comercio exterior para las próximas campañas que se desprende del análisis de nuestras bases de datos, la suficiencia del abastecimiento de la gran distribución europea está más que garantizada, si por transparencia y liderazgo exportador hemos de facilitar información sobre previsiones de cosecha, entendemos desde el CGC que se pueden cumplir los objetivos sin perjudicar los intereses sectoriales conjuntos con una publicación retrasada a finales de diciembre (cuando la primera parte de la campaña ha terminado) y agregada por productos.

En una negociación comercial no se facilitan armas a la contraparte y la publicación de los aforos citrícolas en su forma actual no nos aporta ventajas, sino al contrario nos perjudica en los resultados obtenidos a todos los que formamos parte de la cadena proveedora.

(*) *Presidenta del Comité de Gestión de Cítricos*



MENOS MAL que aposté por LA MEJOR

La genuina número uno

Nadorcott es por su máxima productividad, mayor sostenibilidad y dilatada experiencia la apuesta ganadora para los que entienden de fruta. Cultiva la mandarina que atrae todas las miradas, enamora paladares y cuenta con el respaldo y profesionalidad del Club de Variedades Vegetales Protegidas. ¡Garantía de tranquilidad y éxito asegurado!

Nadorcott
clubvvp.com/nadorcott

