

## “La paradoja...”

(Viene de la página anterior)

diferentes. Y en estos momentos ofrecen 6 meses de “nuevas” mandarinas americanas desde octubre hasta abril.

Pero, ¿cómo ha repercutido este movimiento en las importaciones americanas?

### ■ IMPORTACIONES DE MANDARINAS 2000 A 2019

Hasta la entrada del nuevo siglo solo España, Marruecos, Israel, Sudáfrica y Australia habían cerrado protocolos de exportación para Estados Unidos. México siempre realizó unas pequeñas exportaciones de mandarinas similares a las norteamericanas. Por lo tanto todos, los países eran del hemisferio norte, excepto Sudáfrica y Australia.

El cuadro 7 nos muestra la evolución de las importaciones americanas, mostrando las que llegaban del hemisferio norte y las que llegaban del hemisferio sur.

Es evidente el gran crecimiento de las importaciones que pasan de 75.000 toneladas en 2001 a las 340.000 que se alcanzaron durante el año 2018. Pero el cuadro nos muestra otro dato muy claro. Este crecimiento de las importaciones se debe al hemisferio sur. Las importaciones que llegan del hemisferio norte se han quedado estabilizadas en las mismas cifras que ya tenían a principios del periodo estudiado.

Los productores californianos y sus nuevas 20.000 hectáreas de Clementines, Nadorcott y Tango, han alcanzado durante el 2019 una producción cercana a las 800.000 toneladas, con lo que han controlado la mayoría del mercado norteamericano y el hueco para las importaciones del hemisferio norte se ha quedado en las mismas cifras del principio del siglo.

En el cuadro 8 vemos que países han sido claves para el gran crecimiento del hemisferio sur.

La lectura evidente es que al principio del periodo eran Sudáfrica y Australia los que estaban presentes, Chile aparece en el 2005 y Perú en el 2006, para tomar un ritmo que los convierte en los dos países determinantes para este gran crecimiento, apoyado por Uruguay a partir del 2014. Australia se mantiene y Sudáfrica presenta un crecimiento mucho más lento que los tres sudamericanos ya que en 2005 estaba en 11.000 toneladas y en 2019 en 16.000.

Qué razones provocaron el adelantamiento tan exagerado de las mandarinas sudamericanas frente a las de Sudáfrica y Australia. La respuesta fue que empresas de capital estadounidense se establecieron o compraron filiales en Chile y Perú para desarrollar cítricos de contra estación y ese ha sido el principal motivo del crecimiento de las importaciones desde estos 2 países.

En el caso de Australia su crecimiento en plantaciones de las nuevas mandarinas fue menor que otros países y, por otro lado, su comercialización encontró buenos mercados en Asia. En el caso de Sudáfrica, aunque desde muy pronto trabajaron a fondo el mercado, tiene el problema del CBS Citrus Black Spot, enfermedad fúngica de cuarentena en California

y otros estados estadounidenses, pero las cifras hablan por sí solas. En estos momentos Sudáfrica con la organización de sus citricultores autorizados para EEUU, dentro de la estructura “Summer Fruits”, que coordina todos los temas desde las auditorias de las fincas, las relaciones con los servicios de inspección americanos, la logística, el marketing conjunto y acuerda los importadores, parece que aunque inicio su actividad en 1999 coincidiendo con la puesta en marcha del protocolo, está relanzando su actividad desde 2016 y las cifras de momento avalan su esfuerzo.

A continuación, vemos en el cuadro 9, la evolución de los países del hemisferio norte. Se observa claramente que es Marruecos el país del hemisferio norte que ha tomado la posición dominante. Israel repunta, de la mano de la Orri, y México está estable y sin ningún gran peso en el total. La curva española habla por sí sola.

### ■ EVOLUCIÓN DEL CONSUMO PER CÁPITA EN EEUU

Durante las cuatro décadas que estamos analizando se han producido grandes cambios en el consumo de cítricos en fresco por parte de los norteamericanos, que aunque en su suma total ha cambiado poco, ya que se consumen alrededor de 12 kg per cápita, si ha cambiado la composición.

En naranjas estuvieron en algo más de 6 kg y ahora están en 4,5 kg, en pomelos tocaron los 3 kg y ahora están en 1 kg, en limones y limas estaban en 1 kg y están muy cerca de 2 kg, y en mandarinas estaban en 1,5 kg y ya han pasado de los 3 kg.

El consumo de mandarinas per cápita en EEUU, ya en 3 kg a finales de esta década, tiene dos componentes de peso, las mandarinas locales aportan casi 2 kilos y las importadas casi 1 kilo al cómputo global. Y todo en su conjunto es lo que ha convertido las mandarinas en un producto indispensable en la cesta de frutas de los norteamericanos. David Karp en el New York Times, en febrero del 2016, hacia hincapié en el crecimiento de la producción californiana, y reconocía lo clave que habían sido las clementinas españolas para esa evolución. Pero vemos que los niveles de importación también son claves para ese consumo.

### ■ PARADOJA DE LAS CLEMENTINAS ESPAÑOLAS EN ESTADOS UNIDOS

Si ahora repasamos la historia de las clementinas españolas dentro del global de las importaciones americanas desde el principio (cuadro 10), nos enfrentamos a una paradoja muy triste para nuestras clementinas.

Llegamos muy pronto, al mercado le encanto el producto y el envase, construimos el mercado dominándolo a pesar del incidente de la larva desde 1994 hasta 2004 y después fuimos perdiendo peso hasta desaparecer, a pesar del gran crecimiento de las importaciones americanas. Y para más desgracia, incluso dentro de las importaciones del hemisferio norte, Marruecos se ha quedado con la mayor parte.

¿Qué hemos hecho mal nosotros o qué han hecho bien los demás?

Los productores americanos lo han hecho bien:

— Observaron, comprendieron y copiaron, variedades y envases.

— Invertieron en comunicación y marketing, cantidades que nunca nos hemos atrevido los españoles a imaginar.

— Invertieron en el hemisferio sur para cubrir el año completo.

Los productores marroquíes bastante bien:

— Copiaron el envase

— Aprovecharon su factor favorable de costos.

— Su buena relación política y poco conflictiva comercial con EEUU, en comparación a los conflictos de intereses que los norteamericanos tienen con la Unión Europea.

— El traslado de operaciones comerciales de empresas y marcas españolas desde almacenes valencianos a almacenes marroquíes, con todo su conocimiento y fondo de comercio.

La producción española, bien:

— Creo el mercado, con calidad y presentación.

— Trabajó unida para gestionar los protocolos, la gestión con los servicios americanos de inspección costeando todos los gastos el sector comercializador.

Pero hizo mal:

— Observar de qué forma llegaban las clementinas californianas, tanto en hectáreas de plantación como en estrategia de marca y publicidad, y no reaccionar.

— No entendimos que ante una acción norteamericana conjunta no podíamos mantener actitudes individuales.

Es evidente en este punto, que el incremento del 25% aplicada por la administración Trump al arancel de los cítricos europeos, aunque este no era muy alto, han sido probablemente la gota final, pero, como hemos visto en el último cuadro, la tendencia ya era evidente.

### ■ CONCLUSIÓN

— Seguimos siendo los líderes mundiales de la exportación mundial de mandarinas y naranjas sin estrategias comunes en ningún mercado, ni en España, ni en la Unión Europea, ni en el resto de Europa, ni en Ultramar.

— ¿Podemos perder algunos mercados más, Canadá, Brasil, China, por falta de estrategia de país?

— ¿Conseguiremos regresar a Estados Unidos de alguna manera?

— ¿Podemos romper algunos protocolos draconianos como el de México o Japón?

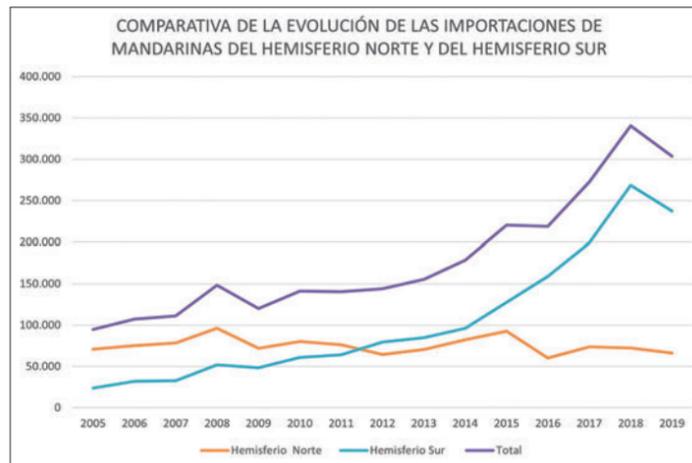
Todo ello no podremos hacerlo si no nos damos cuenta que en un mundo globalizado el sector de las naranjas y mandarinas españolas tiene que tener una estrategia común ante el mercado global que pasa por organizarse, autoordenarse y entender que la promoción, olvidada desde hace más de una década, es decisiva en términos generales, incluso en nuestro mismo país. La Unión Europea corre con el 80% de los buenos programas de promoción, ¿qué estamos haciendo?

Intercitrus lo consiguió en la década 1998 a 2008, por lo tanto, es posible.

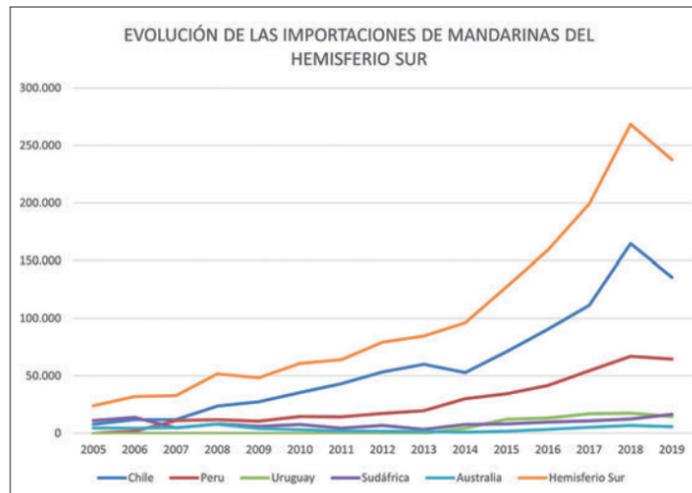
(\* Paco Borrás es consultor hortofrutícola



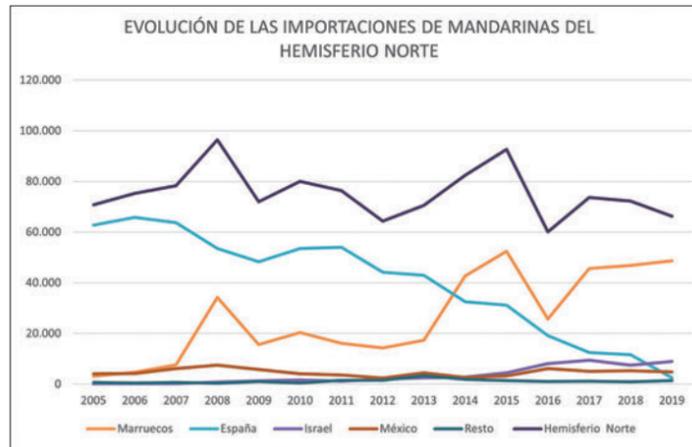
Cuadro 6. En miles de toneladas.



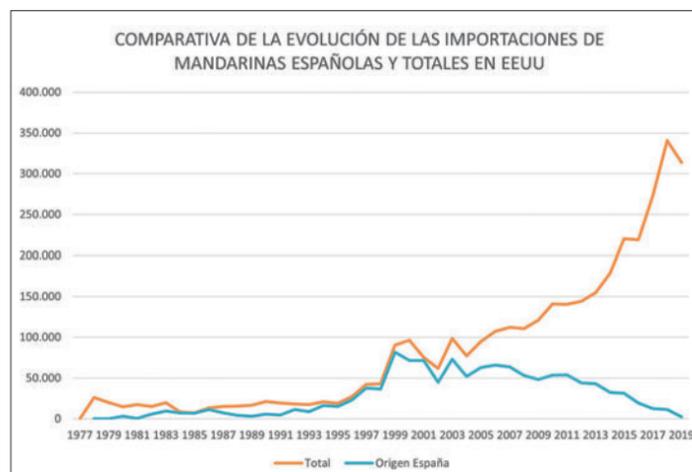
Cuadro 7. En miles de toneladas.



Cuadro 8. En miles de toneladas.



Cuadro 9. En miles de toneladas.



Cuadro 10. En miles de toneladas.