

JOSÉ VICENTE ANDREU MARCOS / Presidente de Asaja-Alicante

# “Tenemos que pelear por mantener la hegemonía comercial y no resignarnos nunca”

Desde Asaja Alicante, su presidente, José Vicente Andreu, explica que este inicio de campaña está siendo raro y complicado, que está poniendo contra las cuerdas el liderazgo comercial de los cítricos nacionales. Sin embargo, también señala que es algo coyuntural y que no será la tendencia en el futuro. Se muestra confiado en que la temporada se normalizará en breve, por lo que lanza un mensaje de tranquilidad a los productores y apela a la buena voluntad de todo el sector para revertir la situación.



José Vicente Andreu es partidario de establecer estrategias comerciales que permitan una transición ordenada entre el hemisferio sur y España. / ASAJA ALICANTE

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Cuál es la tendencia de la producción cítrica en Alicante? ¿Se observa un retroceso en la superficie de cultivo?

**José Vicente Andreu.** En la provincia de Alicante no se observa una reducción de las hectáreas cultivadas como si está ocurriendo en Valencia. Es una superficie estabilizada con plantaciones relativamente jóvenes y sin merma de producción.

**VF.** Entre los grupos de cítricos, ¿cuál predomina en Alicante?

**JVA.** El limón, sin duda alguna. Sin variar la superficie cultivada se está dando un desplazamiento de naranja a limón importante en los últimos 4-5 años debido a que su rentabilidad es superior a la naranja en nuestra zona.

En clementina, si bien ha ido perdiendo peso y con una producción de Clemenules casi anecdótica en Alicante, se observa un incremento de plantaciones en las variedades híbridas con royalties como Tango, Nadorcott u Orri, es decir, principalmente mandarinas tardías.

**VF.** ¿Qué podemos comentar del inicio de la campaña 2021-2022 en Alicante?

**JVA.** Es una campaña muy rara. En limón, partimos de una producción casi un 25-30% menor en comparación al año pasado. En Fino esta reducción es del 15%, mientras que en Verna, la variedad más cultivada en la Vega Baja, la caída de la cosecha es de casi un 40%, debido a la vecería.

A pesar de tener una cosecha reducida, el inicio de campaña está siendo muy lento, condicionado por la entrada masiva en septiembre de cítricos de Sudáfrica básicamente. Esto ha afectado tanto a la naranja como a la mandarina y al limón.

Poco a poco, en limón la situación se va normalizando, ya ha dejado de entrar producto de importación. El limón de Sudáfrica ya no es comercial porque está ya muy ‘viejo’, por lo que la temporada de limón nacional se está normalizando y los precios irán aumentando.

En clementinas, las extratempranas —Clemenrubí, Cultifort,

Orogros...— han sufrido también la competencia de Sudáfrica. Las Oronules se están recolectando ahora y se ve que también se va normalizando la campaña. Luego, la poca Clemenules que queda en Alicante se va a vender muy bien. Y la campaña de las tardías será buena porque también hay una pequeña merma de producción.

**VF.** La pérdida de la hegemonía comercial de España en la primera parte de la campaña este año, ¿es una tendencia de futuro que se mantendrá?

**JVA.** Quiero pensar que no y estoy convencido de que no será así en el futuro.

Este año se ha dado una circunstancia muy determinante. Primero, una gran cosecha de cítricos en Sudáfrica, como tuvimos nosotros la campaña anterior; y un conflicto social terrible que paralizó el país durante julio y agosto, que son sus dos meses de máxima exportación.

Cuando la situación se normalizó y los exportadores reiniciaron su actividad, tenían aún mucha fruta por recolectar y ex-

portar. Esto para los sudafricanos ha sido una auténtica ruina porque se han vendido limones puestos en España envasados y terminados a 0,90€/ kilo. Si a este precio le restas los costes de transporte y comercialización, al agricultor no le queda nada. Si esta es su estrategia, se van a arruinar ellos también.

Por tanto, creo que lo que ha ocurrido este año con Sudáfrica no va a ser la tendencia de futuro. Este verano se han dado estas circunstancias —gran cosecha y conflictos sociales— que han distorsionado el mercado. El año pasado, por ejemplo, pasó todo lo contrario, cuando llegó septiembre no quedaba nada de producto del hemisferio sur. Por lo tanto, ni una cosa ni la otra.

**VF.** ¿Cuál sería entonces la solución en su opinión para evitar situaciones como estas?

**JVA.** Lo ideal sería establecer estrategias comerciales que permitieran una transición ordenada entre la producción del hemisferio sur —necesaria para cubrir los meses de verano— y nuestras primeras producciones.

La poca Clemenules que queda en Alicante, este año se va a vender muy bien”

“Creo que lo que ha ocurrido este año con Sudáfrica no va a ser la tendencia de futuro”

“Los contratos a 0,15€ habría que denunciarlos directamente ante el Ministerio”

“A pesar de este inicio tan complicado, no soy pesimista de cara a la presente campaña”

En una reciente reunión con los representantes de los supermercados valencianos, desde Asaja Alicante propusimos establecer fechas para el cambio entre la importación y la producción nacional. La propuesta fue: 15 de septiembre para las mandarinas, 1 de octubre para el limón y 15 de octubre para la naranja.

Estas fechas tienen que ser las que marquen la retirada de producto del hemisferio sur y la entrada de la producción nacional en una transición ordenada, porque todos tenemos derecho a vivir y a sacar nuestras producciones adelante lo mejor posible.

Lo que ha pasado este año no es normal. Y es una falta de ética por parte de los comercios nacionales y de las cadenas de supermercados el acopio masivo que han realizado este año. Vender, a 5 de noviembre, Valencia Late de origen Sudáfrica — una naranja ya vieja con mucho producto químico postcosecha— y no dejar paso a las Navelinas españolas, que son frutas frescas, naturales y están estupendas, es una falta de ética comercial y de respeto hacia el consumidor.

**VF.** Hablando precisamente de la Navelina, AVA denunció a principios de noviembre contratos de compra-venta cerrados en campo a 0,15€/kilo, un precio que no cubre los costes de producción del agricultor. ¿También ha habido casos en Alicante?

**JVA.** Desgraciadamente, sí. La exportación está haciendo su campaña del ‘siglo’. Está comprado producto sudafricano muy barato y no compra producto nacional porque está abastecido, con las cámaras llenas. No sale al campo a comprar y los agricultores se ponen nerviosos. En su necesidad de liquidez, se han visto abocados a vender a la baja, y sin motivo, porque la campaña fuerte aún no ha empezado. La Navelina se tendría que estar vendiendo ahora mismo en campo en torno a los 0,25€/ kilo pero la realidad es que el quiere venderla la está ofertando a 0,15€/ kilo.

Esos contratos a 0,15€/ kilo tendrían que ser directamente denunciados ante el Ministerio de Agricultura porque se está vendiendo a pérdidas. Es una situación de imposición de unas condiciones que no las marca el

mercado si no que es un abuso por parte, en estos momentos, de los propios exportadores.

**VF.** *Ha comentado en varias ocasiones la normalización de la campaña... ¿Cuándo cree que será eso si a mediados de noviembre tenemos uno de los picos de producción y suele ser una temporada con precios a la baja?*

**JVA.** Este año, como he dicho antes, es totalmente atípico y va a pasar todo lo contrario.

El limón se está estabilizando, y si normalmente de cara a Navidad su precio solía bajar, este año creo que va a repuntar porque una vez pase el efecto 'Sudáfrica', aquí falta limón y los exportadores quieren aprovisionarse. Por ejemplo, a 2 de noviembre, se cerró un contrato de compra-venta de limón a 0,40€/ kilo, un precio poco habitual para esas fechas.

Las Clemenules, que también antes de Navidad tradicionalmente bajan de precio, a principios de noviembre se están vendiendo a 0,50€/ kilo, precios que hace años no veía.

En clementina y limón, la temporada se normalizará muy rápido, pero en naranja costará más...

Espero que con buena voluntad por parte de todas las partes se pueda ir normalizando y no tengamos que salir a la calle a manifestarnos y reivindicar precios justos, porque esto no es bueno para nadie.

**VF.** *¿Cómo está el tema de las plagas y sus efectos en Alicante?*

**JVA.** En el sur de Alicante, en la Vega Baja tenemos problemas con la llegada de la cochinilla Pulvinaria procedente de India, que llegó por medio de una importación fuera de control de mango. En cítricos produce un deterioro comercial de la fruta por la presencia de abundante negrilla (muy difícil de eliminar), además de los daños directos sobre ramas y hojas por su alimentación. Su control está siendo complicado dada las pocas alternativas fitosanitarias existentes hasta el momento.

**VF.** *¿Cómo se está traduciendo en Alicante el aumento de los costes?*

**JVA.** Al igual que en el resto del país, aquí también están disparados. El gasoil ha subido un 40%, la energía eléctrica está en niveles récord nunca antes vistos; en agua de riego, que en Alicante es agua desalada, desde Acuamed — empresa pública que pertenece al Grupo Patrimonio del Estado— ya nos ha comunicado que la van a cobrar a 0,80€, ¡una barbaridad!; el salario mínimo interprofesional también ha subido, y tenemos dificultados para comprar fertilizantes. Por ejemplo, ahora mismo no hay en el mercado nitrato potásico... Todo esto se traduce en un incremento de los costes totales de un 30%. Esperemos que esta situación sea coyuntural, porque sino ¡mal vamos!

**VF.** *Con todo lo que ha comentado, ¿qué sensaciones le transmite la campaña? ¿cuál es el mensaje de Asaja Alicante?*

**JVA.** Ante todo, quiero transmitir tranquilidad. No hay que vender barato, hay

## ¡Hay que reactivar Intercitrus!

José Vicente Andreu considera fundamental que Intercitrus ocupe el lugar que le corresponde como interprofesional, de representación y mediación. Después de estos años de paralización, ponerla de nuevo en marcha, confirma que está siendo un proceso muy lento". Al menos, el año pasado, bajo la presidencia de Asaja Alicante, "conseguimos darle una estructura mínima con la contratación de un gerente y el montaje de la oficina". Ahora ya está funcionado y el paso siguiente es "darle contenido, representatividad y que alcance el status de antaño. Ahí tenemos el ejemplo de

Ailimpo, que con sus virtudes y defectos, es una referencia a nivel internacional. Intercitrus debe cubrir el papel de Lobby en la UE y trabajar para conseguir la reciprocidad fitosanitaria, medioambiental y social. Respecto a la competencia de terceros países, lo más urgente es conseguir las mismas reglas del juego para todos y en esto debe trabajar la Interprofesional. Clama al cielo que la naranja y la mandarina no tengan una interprofesional potente que coordine, regule y actúe de árbitro en situaciones necesarias. No es fácil, pero hay que conseguirlo". ■

que vender a precios razonables que nos permitan seguir ejerciendo nuestra actividad en el campo.

Con todo lo que hemos comentado, no soy pesimista de cara a esta campaña. España es líder en producción y exportación de cítricos para consumo en fresco a nivel mundial, por lo tanto me niego a pensar que podamos perder la hegemonía comercial, tal como señalan algunas voces del sector. Tenemos que pelear por mantener esta posición de liderazgo y nunca resignarnos.



Postharvest  
SINCE 1929



### Endura-Fresh™

CERAS, RECUBRIMIENTOS Y DETERGENTES



### Freshgard®

FUNGICIDAS, FUNGISTÁTICOS Y DESINFECTANTES



### Equipment Solutions

TECNOLOGÍAS



### PRoCARE®

SERVICIO POST-VENTA



John Bean Technologies Foodtech Spain | [info.postharvest@jbt.com](mailto:info.postharvest@jbt.com) | +34 968 693 072 / +34 628 766 151