

FERNANDO MIRANDA / Secretario general de Agricultura y Alimentación del Gobierno de España

# “La aplicación del principio de reciprocidad es una prioridad política del Ministerio”

*A pesar de la complejidad de esta campaña cítrica no debemos perder de vista que “somos líderes europeos y mundiales en exportación de cítricos frescos y el sector tiene un potencial de crecimiento que debemos aprovechar”, como señala Fernando Miranda, quien también apunta que “cada campaña tiene su propia interpretación”. En una entrevista en la que el secretario general de Agricultura y Alimentación señala la importancia de activar la promoción entre los consumidores y de la necesaria colaboración entre las administraciones y el sector, Miranda defiende la posición de cítricos que “están producidos con los estándares medioambientales europeos, que son los más elevados del mundo”, y remarca el compromiso del Ministerio en la defensa de la reciprocidad comercial y de la protección fitosanitaria.*

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Durante esta campaña se están dando unas situaciones complejas y atípicas. Desde su perspectiva, ¿qué es lo que ha propiciado estos cambios? ¿Se trata de una situación puntual o el mercado de los cítricos está cambiando estructuralmente?

**Fernando Miranda.** Es cierto. Una de las cosas que se aprende en el sector de los cítricos es que cada campaña tiene su propia interpretación. Es un sector muy complejo, muy orientado a la exportación, muy condicionado por la climatología, en el que confluyen productos distintos y, dentro de cada uno de ellos, variedades distintas, con comportamientos diferenciados en el mercado, que entran en producción de manera escalonada a lo largo de los ocho o nueve meses que puede durar la campaña, con solapamientos cada vez más importantes con producciones procedentes del hemisferio sur y del norte de África, que ajustan sus producciones a las ventanas de oportunidad que les ofrece el mercado comunitario.

Las exportaciones de cítricos españoles durante los últimos diez años han descendido un 5% en volumen, con una media en el entorno de los 3,7 millones de toneladas, pero se han incrementado un 35% en valor. Por su parte, desde 2013, las importaciones de cítricos en la Unión Europea procedentes de terceros países se han incrementado en 400.000 toneladas, sobre todo en contraestación, pero también solapadas con nuestras producciones. Somos los líderes con diferencia, exportamos cada vez con más valor, pero no conseguimos aumentar nuestra cuota en el mercado europeo, que es nuestro principal mercado con diferencia, cuyas exportaciones se mantienen estables en volumen, en torno a 3,1 millones de toneladas, con una ligera tendencia a la baja, mientras que en valor el incremento es del 37,3%.

La competencia de las exportaciones procedentes de terceros países, sobre todo de Sudáfrica y Egipto, a precios muy competitivos, es el principal obstáculo para el crecimiento en volumen de nuestras exportaciones. Al mismo tiempo, la caída en los márgenes de rentabilidad de las explotaciones menos organizadas y más atomizadas, con variedades menos adaptadas al mercado, ha



Fernando Miranda apunta fortalezas que han de permitir al sector competir y mantener el liderazgo en el marco actual. / MAPA

propiciado el descenso de la superficie en naranja y pequeños cítricos, no así en limón, en donde la coyuntura ha sido mucho más positiva en los últimos años.

Este es, de manera breve, el telón de fondo de un sector, en el que también convergen problemas organizativos, estructurales y varietales en determinadas zonas de producción, que deben afrontarse para poder aprovechar las posibilidades de crecimiento de este mercado.

Y luego está cada campaña, en la que el clima en nuestras zonas de producción, en las zonas de producción en los terceros países con los que competimos y en las zonas de consumo, juega un papel determinante. Unido a circunstancias como las que estamos viviendo en este escenario postcovid, con problemas logísticos en muchas cadenas de suministros, un súbito incremento del coste de los inputs y situaciones sobrevenidas, como la salida del Reino Unido de la UE, que de momento no ha tenido repercusiones apreciables o los conflictos geopolíticos que pueden afectar al comercio. En todo caso, somos líderes europeos y mundiales en exportación de cítricos frescos y el sector tiene un potencial de crecimiento que debemos aprovechar, con una demanda que aprecia el producto, tal y como vimos la campaña pasada con el covid, en la que registramos records en exportaciones y precios.

**“Somos los líderes con diferencia, exportamos cada vez con más valor, pero no conseguimos aumentar nuestra cuota en el mercado europeo”**

**“El sector de los cítricos es lo suficientemente grande e importante como para que su interprofesional asuma la responsabilidad de promocionar los cítricos españoles”**

**VF.** El inicio de campaña ha sido calificado por el ministro como “sorprendente”. ¿Qué está pasando con los precios y con la demanda?

**FM.** Así es. Cuando en septiembre pasado el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación publicaba el aforo de la producción de cítricos, con una previsión de 6,7 millones de toneladas y habida cuenta del excelente comportamiento de la campaña 2020/2021, todo hacía prever que hubiera un buen comportamiento de la comercialización en un contexto de equilibrio entre oferta y demanda. Sin embargo, el desarrollo de la campaña nos ha dado otra lectura. Los precios en naranja han estado por debajo de la media de los últimos cinco años, ligeramente por encima en clementinas, debido al retraso del incremento de la demanda, como consecuencia de las temperaturas suaves del otoño y, debido

también al acopio por parte de los importadores de producto en cámara procedente de terceros países, que han ido comercializando hasta bien entrada la campaña, retrasando la salida del producto español. Nuestras exportaciones hasta noviembre se situaron un 12% por debajo de la media de los cinco últimos años en volumen y un 2,1% en valor, circunstancia que ha pesado sin duda sobre las cotizaciones en origen.

**VF.** ¿Considera que una campaña de fomento del consumo de cítricos locales (europeos) sería una buena herramienta para revertir la actual situación? ¿Qué sería necesario para ponerla en marcha?

**FM.** Desde luego que sí. Tenemos que ser capaces de explicar a nuestros clientes europeos que los cítricos procedentes de nuestro país son los que lleva consumiendo hace casi un siglo, cuando era casi nuestro único

producto de exportación. Debemos aprovechar la excelente imagen que tienen en el exterior las regiones productoras españolas, que son, además un destino turístico muy conocido. Y, efectivamente, hemos de comunicar que los cítricos procedentes de nuestro país están producidos con los estándares medioambientales europeos, que son los más elevados del mundo, que tienen una huella de carbono muy reducida frente a los que tienen que importarse desde otro hemisferio o desde lugares sometidos a una tremenda presión ambiental.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación está haciendo una gran apuesta en materia de promoción, interior y exterior, bajo el paraguas de Alimentos de España, para dar a conocer en el mundo nuestros productos, en colaboración con el ICEX a través de instrumentos como la campaña “Spain Food Nation”. Pero esto no es suficiente, el sector tiene que ser capaz de aprovechar el potencial que tienen nuestros cítricos en los consumidores, sobre todo en los europeos, pero también en terceros países. A través de los fondos de la Política Agrícola Común, la Comisión Europea concede todos los años ayudas para llevar a cabo campañas de promoción de productos agroalimentarios, tanto dentro como fuera de la UE, con un presupuesto de 186 millones de euros anuales. En España muchas asociaciones sectoriales e interprofesionales de otros sectores han accedido a estos fondos, incluso en sectores muy modestos en comparación con el de los cítricos. Con ello, sectores como el plátano de Canarias, las carnes, la miel, el aceite de oliva, la aceituna de mesa, el limón a través de su propia interprofesión, entre otros muchos, han sido capaces de realizar con éxito campañas para promocionar sus productos gracias a los fondos comunitarios.

El sector de los cítricos tiene mayor dimensión que muchos de estos sectores, es lo suficientemente grande e importante como para que su organización interprofesional asuma la responsabilidad de promocionar los cítricos españoles y, con ello, posicionarlos mejor en los mercados.

**VF.** ¿En qué otras líneas podrían ir las soluciones para encaminar el futuro del sector cítrico español hacia la sostenibilidad y la viabilidad?

**FM.** En abril de , fruto del trabajo conjunto del sector, las comunidades autónomas y el propio Ministerio, aprobamos un Plan de Medidas para el sector cítrico español, en el que se articularon un amplio paquete de medidas para potenciar al sector desde todos los puntos de vista, tanto a corto como a medio y largo plazo: ajuste de la oferta, fiscalidad, mejoras de la comercialización, estructura y organización, transparencia, entre otros aspectos. Dicho Plan se está ejecutando conforme a los calendarios y tiempos planificados, habiéndose materializado en un alto porcentaje, si bien hay que destacar que nos enfrentábamos a un arduo trabajo.

En lo que concierne a las relaciones comerciales, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación realiza un seguimiento continuo de las importaciones de terceros países, tarea que también se le ha pedido a la Comisión Europea, con el fin de que, en caso necesario, solicitemos que



se adopten las medidas correctoras previstas en los acuerdos comerciales.

Asimismo, en los últimos meses hemos intensificado las gestiones ante las instituciones europeas para que en las relaciones comerciales con terceros países se apliquen las denominadas "cláusulas espejo", de tal forma que se exija a los productos importados las mismas condiciones de producción que rigen dentro de la UE para las producciones propias, en cuanto a seguridad alimentaria y preservación del medio ambiente. Así lo hemos manifestado a la Comisión y a los colegas comunitarios en los últimos Consejos de Ministros de Agricultura.

De igual forma, tanto desde el Ministerio Industria Comercio y Turismo como desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, hemos solicitado a la Comisión la consideración de los cítricos como producto "muy sensible" frente a las importaciones de países terceros. España ha querido dejar claro que no podemos admitir más concesiones comerciales a terceros países y particularmente en el procedimiento de revisión del Acuerdo de Asociación Económica entre la UE y la Comunidad para el Desarrollo del África Meridional.

**VF.** *En estas semanas también se está pidiendo la revisión de las condiciones de importación de cítricos de países terceros para garantizar la sanidad vegetal y también preservar las condiciones fitosanitarias de los cítricos que acceden al mercado europeo. ¿Qué sensibilidad están detectando en Bruselas ante la exigencia del tratamiento en frío o mayor control sanitario en las entradas? ¿Los futuros acuerdos comerciales tendrán en cuenta los cítricos como "producto sensible"?*

**FM.** La seguridad fitosanitaria de las importaciones hortofrutícolas es una prioridad para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, defendiendo el establecimiento de requisitos que garanticen la ausencia de plagas ante las instituciones comunitarias, particularmente en el Comité Permanente de Sanidad Vegetal (SCOPAFF), donde se discuten los términos de la normativa de aplicación en los controles en frontera.

Los servicios técnicos del Ministerio llevan a cabo una labor constante en la defensa de la protección fitosanitaria de nuestras producciones frente a las importaciones de terceros países. Esta labor, a veces poco visible, está comenzando a dar sus frutos y, quizás el más importante, ha sido la nueva legislación en materia de sanidad vegetal que ha entrado en vigor en 2020, mucho más rigu-



Miranda señala la necesidad de promocionar los cítricos españoles y aprovechar las oportunidades / MAPA

rosa en materia de controles que la precedente, en muy buena medida por las peticiones españolas. Esta nueva legislación supone extender el control documental a todas las importaciones, control que antes no se aplicaba y multiplicar el número de inspecciones físicas. Además, gracias también al trabajo de nuestros servicios, la Comisión Europea está armonizando los controles en todos los puntos de entrada, reduciendo el riesgo derivado del desvío de los envíos hacia puertos en los que se interpreta la norma de forma más flexible. Y estamos viendo cómo está comenzando a dar sus resultados.

En estos días hemos sido testigos del último hito en esta escalada de incremento del control de las importaciones. Con motivo del dictamen de la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA), en el que se ponía de manifiesto las deficiencias del sistema de control llevado a cabo por Sudáfrica para prevenir la entrada de la polilla del naranjo, inmediatamente, España solicitó a la Comisión la aplicación del tratamiento de frío como requisito para las importaciones de cítricos desde países en donde se encuentre la plaga.

La respuesta de la Comisión Europea ha sido exigir la aplicación del tratamiento de frío en envíos de naranjas para evitar la introducción de la Falsa polilla (*Thaumatotibia leucotreta*) y la imposición de nuevas condiciones en materia de trazabilidad y control en origen respecto a los envíos procedentes de zonas con Mancha negra (*Phyllosticta citricarpa*).

El Ministerio mantiene una actitud de vigilancia permanente ante cualquier riesgo fitosanitario derivado de las importaciones de productos de origen vegetal y exigirá la aplicación de medidas inmediatas, como ya lo ha hecho hasta ahora, cuando se constata que el riesgo fitosanitario puede poner en peligro nuestro potencial productivo.

Insisto, como ha puesto de manifiesto el ministro Luis Planas en numerosas ocasiones, la aplicación del principio de reciprocidad es una prioridad política del

**"España ha querido dejar claro que no podemos admitir más concesiones comerciales a terceros países"**

**"La seguridad fitosanitaria de las importaciones hortofrutícolas es una prioridad para el MAPA"**

Ministerio de primer nivel, que se reflejará en la posición española en todos los foros de decisión, comunitarios e internacionales, en los que se aborden cuestiones relativas al comercio de productos agroalimentarios.

**VF.** *¿Qué puede esperar el sector cítrico por parte del Ministerio de cara al futuro?*

**FM.** Cuando analizamos el futuro de la alimentación, en nuestro país, en el mundo, nos damos cuenta del enorme potencial que tienen las frutas y hortalizas en su conjunto y, en particular los cítricos. La demanda en el futuro va a ser fuerte y sostenida, con un consumidor que ve en los cítricos un alimento saludable; lo vimos durante el covid. El sector español debe ser capaz de posicionarse para poder beneficiarse de esta oportunidad.

Desde la administración, desde el Ministerio y las comunidades autónomas, debemos proporcionar al sector, al de los cítricos y al resto, la caja de herramientas con las cuales poder mejorar su posición en los mercados, con las cuales mejorar la rentabilidad para los productores y para la cadena en su conjunto. Pero el propio sector debe ser también el responsable de tomar las decisiones correctas, usando las herramientas que se ponen a su disposición.

La nueva PAC va a ser una oportunidad, para los productores de cítricos, porque podrán acceder mejor a los pagos directos, a través de la reserva nacional y a través de los nuevos ecosistemas. Además, los productores, a través de sus organizaciones, las organizaciones de productores, seguirán contando con las ayudas a los programas operativos, para invertir y modernizar en todas las fases, desde la parcela

hasta la comercialización. La nueva PAC también reforzará las ayudas a la innovación, a través de la Asociación Europea para la Innovación, para innovar en prácticas, productos, procesos, que permitan adaptar mejor la oferta a la demanda. La nueva PAC también impulsará la agricultura ecológica, cuya demanda no hace más que crecer, permitiendo remunerar mucho mejor las producciones.

El seguro agrario continuará siendo uno de los principales instrumentos de estabilidad para los ingresos de los productores. El Ministerio, que incrementó el presupuesto destinado a los seguros agrarios un 20% en 2020, seguirá apostando por la adaptación y modernización de este instrumento que tan buenos resultados ha dado en el sector cítrico, para que las primas continúen siendo atractivas para los productores.

Igualmente, creo que la Ley de la Cadena también permitirá mejorar los márgenes al productor, logrando un mejor reparto del valor a lo largo de la cadena. Para ello, es necesario trabajar con el sector para que los contratos en origen permitan construir los precios desde abajo, a lo largo de la cadena, permitiendo que los agricultores tengan el margen de rentabilidad con el que poder mantener su actividad. Es un cambio cultural en el que el Ministerio va a poner todo su empeño, junto con las comunidades autónomas y el sector.

Los fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, también serán una oportunidad para el sector. Los fondos del Componente 3, gestionados directamente por el Ministerio, 1.052 millones de €, supondrán

un el mayor impulso en décadas a la modernización de regadíos, con 563 millones de €, del que se podrán beneficiar los cultivos de cítricos. De la misma manera, se prevén 79 millones de € destinados a inversiones en agricultura de precisión o 120 millones de € para la modernización de invernaderos. Por su parte, el recién aprobado PERTE Agroalimentario, con 1.002 millones de €, supondrá un impulso para la modernización y la digitalización de la industria agroalimentaria, pieza clave en sectores como el de las frutas y hortalizas.

Además, el ministro, ha situado en la parte más alta de su agenda política la aplicación del principio de reciprocidad en las importaciones de terceros países, uno de los aspectos más críticos e importantes para un sector como el de los cítricos, tan enfocado hacia la exportación. Así lo ha demostrado en sus manifestaciones públicas, en su acción política en las instituciones comunitarias y así lo pudo comprobar el propio sector en la última visita que realizó a Valencia, el pasado mes de noviembre.

En todo caso, la acción del Ministerio, si bien es imprescindible, no es suficiente sin la acción de las comunidades autónomas y la del propio sector.

**VF.** *¿Qué es lo que hace precisa, desde su punto de vista, la acción de las comunidades autónomas y el sector en conjunción con la del Ministerio?*

**FM.** La acción de las comunidades autónomas es necesaria porque tienen sus propios instrumentos de actuación, complementando el presupuesto de los seguros agrarios, con sus propias medidas de la PAC y, sobre todo, por su cercanía a las situaciones específicas sobre el terreno, por su mayor capacidad para actuar resolviendo problemas locales, ayudando a reestructurar y dimensionar mejor las explotaciones o actuando de manera preventiva y proactiva en la lucha fitosanitaria.

Y la acción del sector porque tiene a su disposición fórmulas para posicionarse mejor a lo largo de la cadena, ya sea a través de organizaciones de productores, de cooperativas o en figuras empresariales, con las que poder invertir mejor, reestructurarse, incorporar variedades nuevas, mejorar la comercialización, posicionarse en los mercados, en definitiva, poder capturar una mayor parte del valor de sus productos.

Como siempre, la virtud estará en trabajar todos juntos, administración y sector y, en esa tarea, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación siempre estará presente y dispuesto.



57 AÑOS  
ALARGANDO LA  
FRESCURA DE LOS  
CÍTRICOS

