

JOSÉ VICENTE ANDREU / Presidente de Asaja-Alicante

“La falta de agua y la incertidumbre que esta genera es, sin duda, nuestro principal caballo de batalla”

Desde Asaja Alicante, además de analizar los primeros compases de la campaña citrícola en la provincia alicantina y confirmar el descenso productivo, en especial en limón, José Vicente Andreu hace hincapié en los efectos del cambio climático sobre los cítricos. Por un lado, la escasez hídrica y luego, la mayor frecuencia de condiciones extremas como olas de calor en febrero, exceso de lluvias en floración y temperatura de más de 40 grados en mayo. Todo ello “está condicionando la producción, la reduce y afecta a su calidad, ocasionando una incertidumbre que complica el trabajo de los agricultores”.

► NR. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Con las previsiones de cosecha en mano y tras dos meses de campaña, ¿qué primer análisis realiza Asaja Alicante de la temporada citrícola en la provincia alicantina?

José Vicente Andreu. Esta campaña empieza marcada por varias circunstancias: una reducción de la oferta de fruta de países terceros —como Sudáfrica y Argentina—, una importante merma en la cosecha nacional, un mercado condicionado por la inflación y la subida generalizada de los costes alimentarios, la crisis energética y una pérdida de capacidad de compra de los ciudadanos.

La confluencia de todos estos factores desencadena cierta preocupación que hace que los productores de cítricos estén registrando operaciones de compra muy limitadas y a corto plazo. Los precios en campo no son muy malos de entrada, pero sí demasiado ajustados teniendo en cuenta el incremento del coste de producción.

VF. ¿Cuáles son las cifras de producción que maneja Asaja Alicante en las tres familias cítricas en su provincia? ¿Se confirma aquí también un retroceso del volumen disponible?

JVA. El mal cuaje y el agotamiento de los árboles, así como la suma de factores ya mencionados, ha ocasionado que la campaña se inicie con un detrimento histórico de un millón de toneladas. De esta reducción cifra, 600.000 corresponden a las variedades de naranjas, 200.000



Según José Vicente Andreu, la campaña irá de menos a más, con una relación de oferta-demanda equilibrada. / ARCHIVO

“Vamos de menos a más, lo que me hace creer que esta campaña de cítricos terminará con buen rendimiento económico, a pesar de su escaso volumen”

a clementinas y mandarinas y 200.000 a limón.

En concreto, en la provincia de Alicante la variedad de limón Verna será la más afectada, con una reducción del 50% de producción respecto al año anterior. Por su parte, el limón Fino, que por volumen es el cítrico con mayor importancia de la provincia,

también experimenta una reducción del 15%, y su calibre pequeño, por la falta de lluvias, hace que no sea suficiente para cubrir la demanda.

Tras el inicio, todo apunta que en naranjas no se está notando en demasía la merma de producción, ya que dicha disminución se dará, sobre todo, en las de me-

dia estación y tardías como las variedades Lane late y Powell. Por su parte, en las clementinas, Oronules y Clemenules sí se está advirtiendo y se prevé que acabe siendo mayor a las previsiones iniciales.

VF. El cambio climático es una realidad, ¿cómo está afectando esto al cultivo de cítricos?

JVA. Los efectos del cambio climático sobre los cítricos alicantinos tienen dos vertientes fundamentales. Por un lado, la escasez hídrica. El incremento de las temperaturas nos obliga a regar más, sin embargo, tenemos menos agua, pues el “trasvase cero” aprobado por el Ministerio de Transición Ecológica ha dejado sin agua del Tajo-Segura a la agricultura del Levante por segundo mes consecutivo.

En segundo lugar, se están acentuando condiciones extremas que afectan considerablemente a nivel productivo: olas de calor en febrero, exceso de lluvias en floración, temperatura de más de 40 grados en mayo, etcétera. Todo ello condiciona la producción, la reduce y afecta a su calidad, ocasionando una incertidumbre que complica el trabajo de los agricultores.

VF. La falta de agua para riego es uno de los grandes problemas en esta zona y son muchas las peticiones y denuncias por parte de Asaja Alicante en este tema. Ante la ausencia de lluvias en lo que vamos de otoño, ¿cuáles son las reivindicaciones de su organización? Y ¿cuál está siendo la respuesta por parte de las administraciones?

JVA. La falta de agua y sobre todo la incertidumbre que se genera es, sin duda, nuestro

principal caballo de batalla, pues condiciona directamente nuestro futuro y amenaza seriamente con la supervivencia de nuestro sector.

Lo que hasta ahora parecía ser un problema de Levante, sobre todo de Alicante, Murcia y Almería, ahora empieza a adquirir una dimensión nacional. En España hay agua suficiente, el problema es que nuestros gobernantes no realizan una gestión hídrica eficiente y solidaria entre territorios. Asimismo, se hace mucha política a cuenta del agua, pero se está olvidando que la planificación de más de 130 años que ha tenido lugar en este país ha contribuido a los niveles de desarrollo y bienestar posteriores que hemos tenido en el campo. Parece ser que eso ya no vale, ahora prevalece lo que se llama “la nueva cultura del agua”, basada en descalificar la historia de la planificación hídrica nacional que antepone los conceptos ecologistas extremos al uso social y racional del agua, lo cual supone un auténtico retroceso.

Por tanto, considero que la Administración tendría que centrar sus esfuerzos en adaptar las infraestructuras a las nuevas condiciones climáticas y la demanda social del recurso, preservando el medio ambiente sin olvidar al sector primario, fundamental para garantizar el suministro de cítricos de calidad.

VF. ¿Cómo valora los precios que se están marcando en el mercado en esta primera parte de campaña? ¿Era lo esperado con las circunstancias que rodean la temporada citrícola?

JVA. Los precios en campo han empezado por debajo de los costes de producción, no obstante, conforme avanza la campaña, estos van mejorando. En este sentido, me gustaría resaltar que se respira cierto “miedo” por el comportamiento de la demanda.

Desde mi punto de vista, la campaña irá de menos a más, con una relación de oferta-demanda equilibrada, siempre y cuando a mitad de estación no entre fruta de Egipto a precios muy bajos.

VF. Una de las iniciativas de Asaja Alicante en la pasada temporada fue plantear un plan con estrategias comerciales que permitan una correcta transición entre los hemisferios sur/norte. ¿Qué podemos decir de esta propuesta? ¿Ha calado o por el contrario ha caído en saco roto?

JVA. Desde Asaja Alicante somos partidarios de un control de entradas de productos de terceros países por varios motivos. En primera instancia, debe existir un control sanitario mucho más estricto, por sanidad vegetal y seguridad alimentaria de los ciudadanos. Esta no se está cumpliendo y supone un verdadero riesgo.

También pedimos cláusulas espejo ya que no podemos competir si no es en igualdad de condiciones laborales, ambientales y sanitarias.

No tenemos miedo a la competencia de producciones exteriores, de hecho, es normal que entre fruta de otros países, pero eso debe ocurrir cuando por alguna circunstancia no haya suficiente producción nacional. Además, exigimos que la entrada sea de forma ordenada y con todas las garantías. Por su bien, y por el nuestro.

En los últimos años hemos sufrido la llegada masiva de cítricos del hemisferio sur al mer-

VTE. FENOLLOSA
ENVASES

MÁS DE 100 AÑOS AL SERVICIO DEL EXPORTADOR

— **FABRICANTES DE ENVASES DE MADERA.**

— **DISEÑAMOS Y DAMOS SOLUCIONES A NUESTROS CLIENTES.**

Camino Viejo de Valencia, s/n. Apartado, 64
12530 Burriana (Castellón)
Tel.: 964 51 00 61 / 964 51 07 11 Fax: 964 51 57 58
E-mail: envasesfenollosa@gmail.com
www.envasesfenollosa.com



Envase ecológico y reciclable



Empresa perteneciente a:



“En relación a Intercitrus, hay que fomentar una interprofesional que marque los pasos que debe seguir el sector, que fomente la unión y dejar de ver enemigos en el camino”

cado europeo, hecho que nos ha conducido prácticamente a la ruina. Gracias a los esfuerzos del sector estamos avanzando en este camino, aunque no todo lo rápido que desearíamos. Creemos firmemente que tanto el Gobierno como la UE deberían primar siempre la defensa y el respeto de la producción local.

VF. Frente a una menor oferta y una demanda similar, el precio, según la teoría, debe ser mayor. ¿Se cumplirá en esta campaña?

JVA. Empezamos una campaña nueva, pero de inicio lento, con poca oferta y la demanda un tanto contraída.

Esta situación está propiciando que los precios en el campo no sean malos, no obstante, deberían ser mejores, teniendo en cuenta la subida generalizada de costes. Sin embargo, vamos de menos a más, hecho que me hace creer que esta campaña de cítricos terminará con buen rendimiento económico, a pesar de su escaso volumen.

Para los citricultores es vital recuperar las tasas de rentabilidad en toda la cadena: desde el agricultor hasta el comercio, sin olvidar al consumidor. Entre otras cosas, considero que la aplicación de la Ley de la Cadena Alimentaria y la unidad del sector resulta clave para luchar contra los movimientos especulativos.

VF. Otra de las reivindicaciones de Asaja Alicante es la reactivación de Intercitrus. Se están dando paso en esta dirección, pero ¿qué es lo que realmente falta para que la interprofesional sea operativa y representativa?

JVA. Intercitrus es absolutamente necesaria para el sector, pues una interprofesional fuerte es un buen termómetro de un sector citrícola dinámico y consolidado que, aun siendo líder mundial, debe ser capaz de establecer sus retos de futuro.

El papel de la interprofesional ha de ser luchar por estos retos, como son la promoción, el incremento del consumo, la divulgación de las bondades de estas frutas para la salud, lo que aporta el cultivo de cítricos en la preservación del medio ambiente... Además, es absolutamente necesario tener una interprofesional que vaya marcado los pasos de por dónde ha de ir el sector.

Para conseguir estos objetivos solo hay que fomentar la unión y dejar de ver enemigos en el camino. El problema de un agricultor nunca puede ser un comerciante, o viceversa. El problema y enemigo es la ignorancia y la mezquindad. Las entidades que formamos parte de Intercitrus tenemos que trabajar para lograr acuerdos; el primero, disponer de un contrato tipo y luego, realizar campañas de promoción dirigidas al consumidor.

VF. ¿Cuál es el mensaje del presidente de Asaja Alicante para los agricultores, para los compradores-distribuidores y para la administración?

JVA. Como colofón de esta entrevista me gustaría transmitir al sector, desde los agricultores, al comercio y la distribución, que no debemos olvidar que somos líderes mundiales, que somos los mejores, los que mejor fruta hacemos, los que mejor la

trabajamos y los que mejor la distribuimos.

Los agricultores nos debemos esforzar en seguir mejorando, en conseguir una mayor productividad y mejorar la calidad con menos agua, con menos fertilizantes y fitosanitarios, porque de momento es la realidad a la cual nos enfrentamos. A los comerciantes les diría que no olvi-

den que es mejor “comer huevos que comerse la gallina” y que pagar por debajo de los costes de producción, además de ser irresponsable e inmoral, con la modificación de la Ley de la Cadena Alimentaria, es ilegal.

A la gran distribución, que apueste por lo nuestro, lo más cercano, que respete a los agricultores. Que las ofertas reclamo nos arruinan.

Y a la Administración, que no ponga más trabas, que necesitamos que actúe en Europa, porque es allí donde nos cambian por nada, donde tristemente usan a la agricultura como moneda de cambio.



Este inicio de campaña en Alicante está siendo lento y con poca oferta. / R FUERTES

Fontestad

Un paso más
en nuestro compromiso
de siempre.






Entra en nuestra web y descubre como tangibilizamos
nuestro compromiso con el planeta.

www.fontestad.com

