



Bajan la rentabilidad de los cítricos españoles y el consumo en Europa

Excepto en mandarinas, los precios más altos no compensan el descenso de la producción y el incremento de costes en la primera parte de campaña

► PACO BORRÁS (*)

Las cifras totales de las exportaciones de cítricos que nos aportan las estadísticas recién publicadas en Datacomex, desde septiembre a enero desde la campaña 2018/19 a la actual nos dan los siguientes cuadros y figuras:

Como se venía comentando, las cifras de toneladas arrastran una bajada global del 14,71%, y aunque los precios son un 16,18% superiores a los del año pasado, la cifra de ingresos total es un 0,91% inferior al año pasado. En consecuencia y teniendo en cuenta el incremento de costos, los resultados netos para la fruta en el árbol por hectárea serán inferiores al año pasado, en el global de los cítricos.

Si bajamos ahora al detalle de las diferentes familias, tendremos los siguientes resultados.

■ NARANJAS

El incremento de precios del 12,39% no ha podido compensar la pérdida del 16,99% de los kilos. Por lo que los ingresos de las naranjas en comparación a la campaña pasada han bajado en un 6,71% y respecto a la 2020/21 un 7,51%, quedando equilibra-

dos los números respecto a la 2019/20. Sin lugar a dudas y teniendo en cuenta lo adelantada que va la recolección de las diferentes variedades y los gastos, triste campaña de naranjas, al menos en su primera parte.

■ MANDARINAS

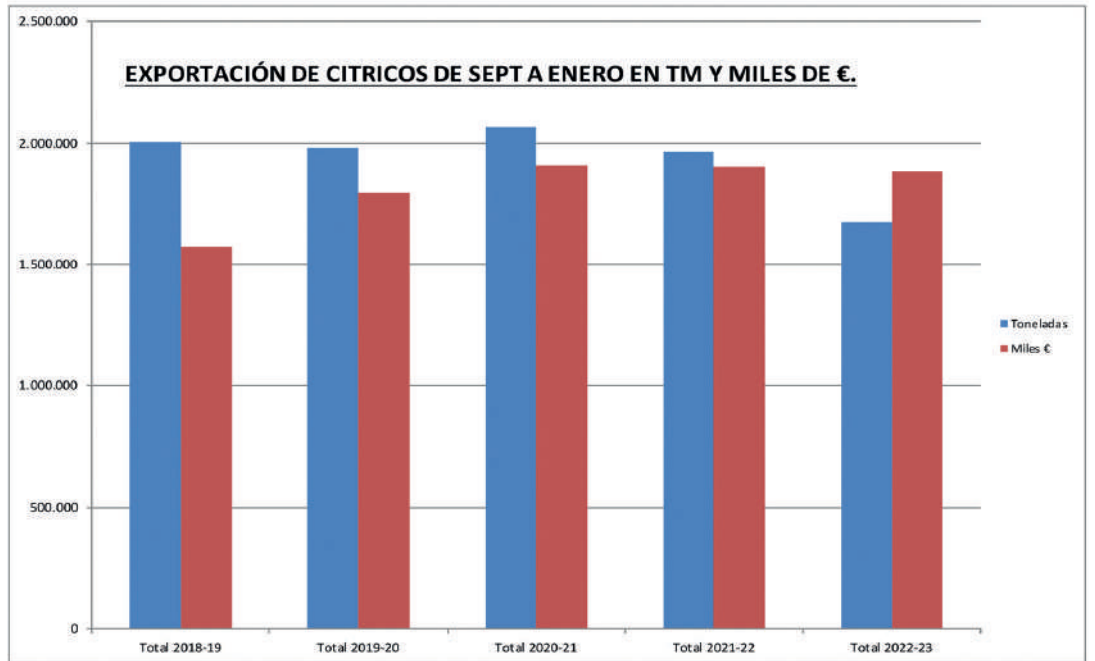
El incremento de precios del 19,75% ha permitido compensar la pérdida de toneladas del 14,48% lo que ha facilitado que los ingresos hayan superado los del año anterior en un 2,41%. Indudablemente no van a poder compensar el incremento de todos los costos, pero la situación de las mandarinas es ligeramente mejor que la de las naranjas. Por otro lado observamos que el valor económico de las exportaciones es también ligeramente mejor a la campaña 2020/21 en un 0,40% y a la 2019/20 con un 4,78%.

■ LIMONES

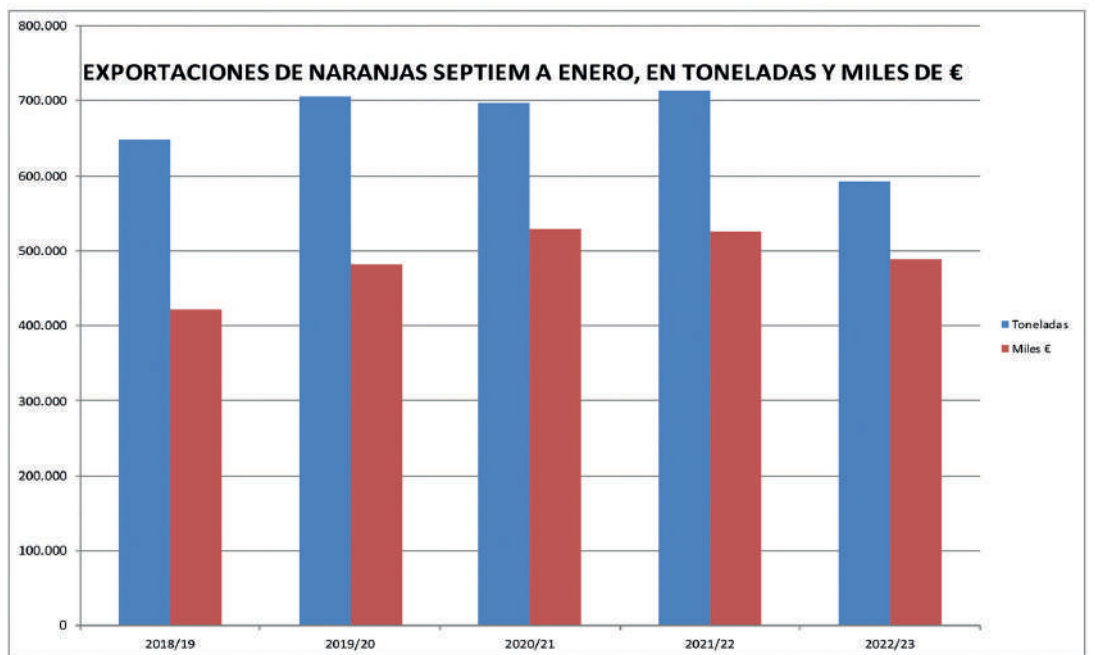
Los precios de los limones, un 10,42% superiores no llegan a compensar la bajada de kilos de 11,01% con lo que el resultado económico se queda un 1,72% por debajo del año anterior. Los resultados están ligeramente por encima de la campaña 2020/21

“No es positivo que en cítricos el panorama general sea de descenso del consumo y de resultados dudosos para la producción”

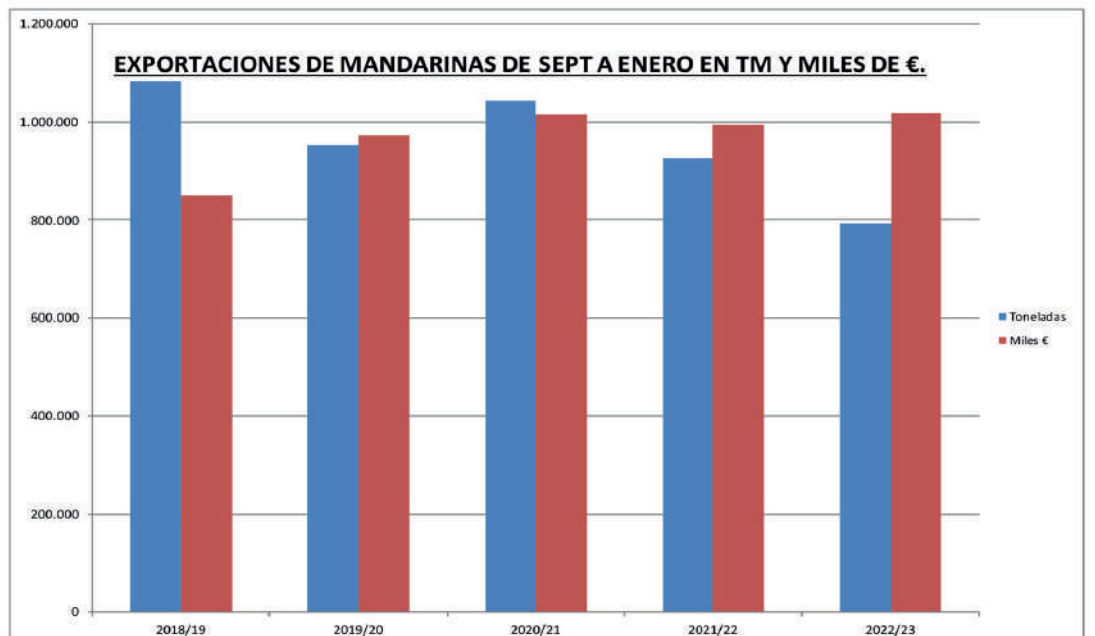
	Exportaciones Cítricos Septiembre a Enero			Diferencias 2022/23 con anteriores		
	Toneladas	Miles €	€/Kg	Toneladas	Miles €	€/Kg
Total 2018-19	2.002.641	1.574.951	0,786	-16,27%	19,51%	42,73%
Total 2019-20	1.979.290	1.796.371	0,908	-15,28%	4,78%	23,68%
Total 2020-21	2.062.385	1.907.598	0,925	-18,69%	-1,33%	21,35%
Total 2021-22	1.966.173	1.899.550	0,966	-14,71%	-0,91%	16,18%
Total 2022-23	1.676.876	1.882.220	1,122			



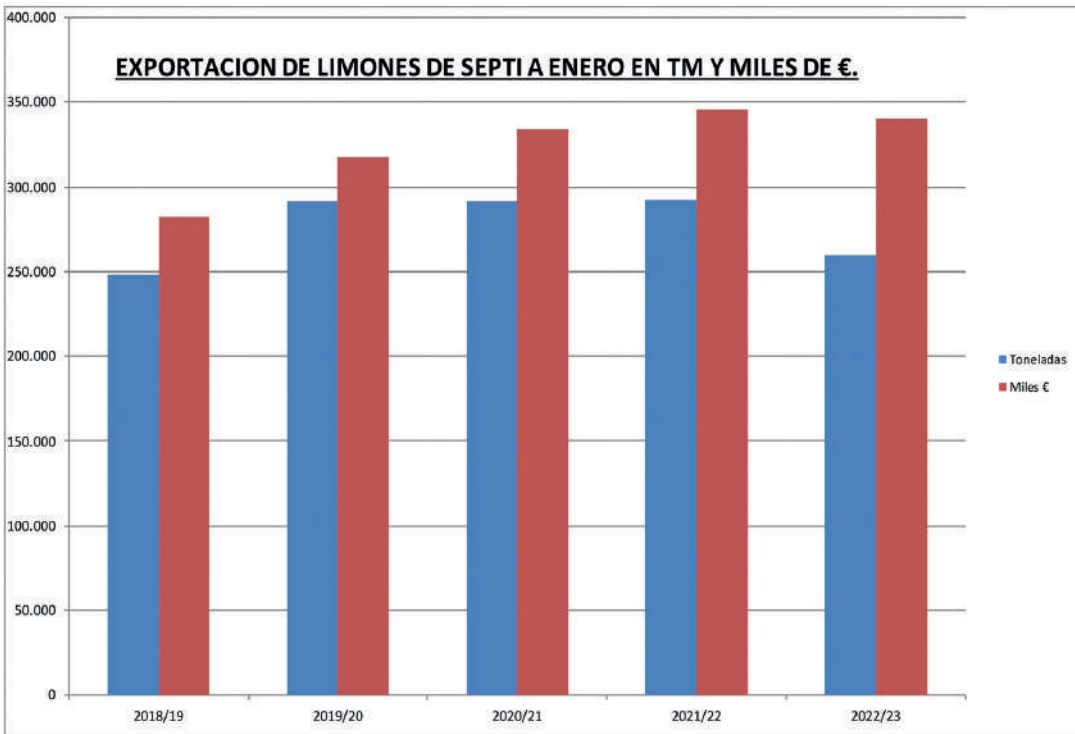
	Exportaciones Naranjas Septiembre a Enero			Diferencias 2022/23 con anteriores.		
	Toneladas	Miles €	€/Kg	Toneladas	Miles €	€/Kg
2018/19	647.629	422.414	0,652	-8,51%	15,79%	26,56%
2019/20	706.712	481.712	0,682	-16,16%	1,54%	21,11%
2020/21	697.425	528.849	0,758	-15,04%	-7,51%	8,86%
2021/22	713.790	524.292	0,735	-16,99%	-6,71%	12,39%
2022/23	592.507	489.112	0,825			



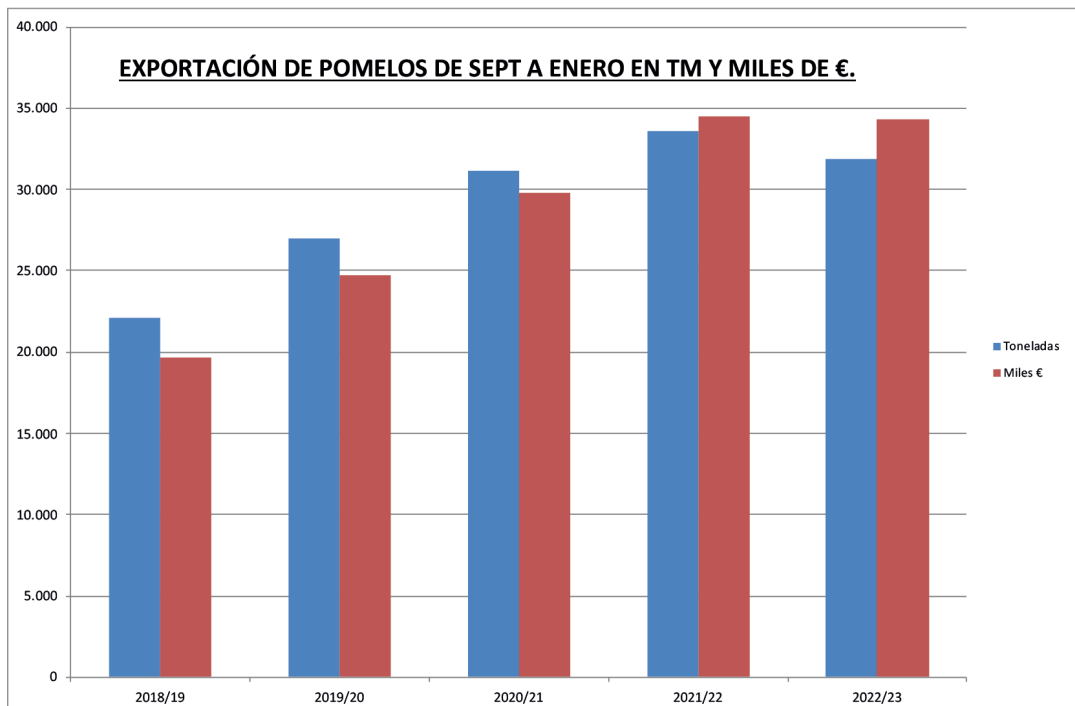
	Exportaciones Mandarinas Septiembre a Enero			Diferencias 2022/23 con anteriores		
	Toneladas	Miles €	€/Kg	Toneladas	Miles €	€/Kg
2018/19	1.084.636	850.300	0,784	-26,92%	19,81%	63,95%
2019/20	953.959	972.298	1,019	-16,91%	4,78%	26,11%
2020/21	1.041.915	1.014.639	0,974	-23,93%	0,40%	31,99%
2021/22	926.762	994.717	1,073	-14,48%	2,41%	19,75%
2022/23	792.604	1.018.734	1,285			



Exportaciones limones Septiembre a Enero	Diferencias 2022/23 con anteriores		
	Toneladas	Miles €	€/Kg
2018/19	248.251	282.570	1,138
2019/20	291.647	317.599	1,089
2020/21	291.859	334.332	1,146
2021/22	292.029	346.073	1,185
2022/23	259.869	340.056	1,309



Exportaciones Pomelos Septiembre a Enero	Diferencias 2022/23 con anteriores.		
	Toneladas	Miles €	€/Kg
2018/19	22.125	19.667	0,889
2019/20	26.973	24.762	0,918
2020/21	31.187	29.777	0,955
2021/22	33.593	34.468	1,026
2022/23	31.896	34.318	1,076



en un 1,71% y por encima de la 2019/20 en un 7,07%.

Es evidente que no van a compensar los incrementos de costos. Si bien hay que resaltar que su punto de partida es mucho mejor que los cítricos frutas (naranjas y mandarinas), por lo que los primeros cinco meses de campaña de limón Fino no están mal.

■ POMELOS

Los pomelos presentan también cifras similares a las otras tres familias, pero con menos diferencias ya que se quedan en un solo dígito. Así con precios un 4,86% por encima y kilos un 5,05% por debajo, se alcanzan unos ingresos con una ligera bajada del 0,43%, que evidentemente sumado a los incrementos de costos no ayudan.

■ CONSUMO

Y, mientras tanto, ¿qué ha pasado con el consumo en Europa?



Según el boletín N°42 del 14 de marzo de este año del ministerio de Agricultura, en el que se hace un seguimiento de las importaciones europeas de

cítricos de países terceros, las cifras de esta campaña, desde septiembre a diciembre, son de 659.919 toneladas, y son las más bajas de los últimos años y un 9,2% por debajo del año pasado.

Como las exportaciones de Italia y Grecia no han crecido, España ha bajado y de países terceros han llegado menos, sin entrar en el detalle del tipo de cítricos, puede deducirse fácilmente que en Europa estamos comiendo menos cítricos.

Es cierto que en general el consumo de frutas ha bajado fundamentalmente a causa de la inflación, pero, en cualquier caso y a falta de datos más concluyentes que se podrán analizar con más detalle en las próximas semanas, no es positivo que en cítricos el panorama general sea de descenso del consumo y de resultados dudosos para la producción.

(*) Consultor Hortofrutícola



Imagen de familia de los participantes en la reunión cítrica. / AILIMPO

El Grupo de Contacto de Cítricos analiza la campaña y los efectos del cambio climático

La cumbre del sector cítrico europeo se ha celebrado por primera en Murcia, con Ailimpo como entidad anfitriona

■ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Grupo de Contacto de Cítricos, compuesto por profesionales, representantes sectoriales y de los ministerios de Agricultura de España, Francia, Italia, y Portugal, analizó el desarrollo de la campaña 2022/23 y los efectos del cambio climático en un encuentro celebrado los días 22 y 23 de marzo. Esta cumbre del sector cítrico europeo, que tiene carácter anual, se ha celebrado por primera en Murcia, con Ailimpo como entidad anfitriona.

En una sesión plenaria que se alargó durante más de cinco horas, se analizaron los datos aportados por cada uno de los representantes designados de los países participantes, que compartieron su análisis sobre el desarrollo de la actual campaña comercial cítrica que se encuentra en su ecuador. Un ejercicio marcado, según se constató durante el encuentro, por el incremento de costes para productores, comercializadores e industriales, así como por el descenso del consumo motivado por la difícil situación inflacionista que afecta a los consumidores europeos. El impacto del cambio climático en los cuatro países productores de cítricos y sus evidencias, tanto a nivel de cosecha como de aparición de nuevas plagas, se convirtió en otro tema relevante durante la cumbre.

El análisis compartido puso de relieve las dificultades encontradas en el transcurrir de la actual campaña y su correlación con años anteriores. Los problemas analizados son muy similares en los cuatro países

participantes en este grupo de contacto y esta circunstancia pone de manifiesto que todos se enfrentan a los mismos retos y oportunidades.

Por otra parte, los representantes de Francia, Italia, Portugal y España, dedicaron parte de la sesión a abordar las iniciativas que en materia de sostenibilidad se están implantando en el sector cítrico europeo. Sobre este asunto Ailimpo presentó un informe de las actuaciones que se están llevando a cabo en el sector, que abarcan aspectos relacionados con prácticas de agricultura regenerativa, medición de la huella de carbono e hídrica, la protección de la biodiversidad y el impulso de la agricultura ecológica. De la misma forma, los diferentes representantes designados aportaron sus respectivas actuaciones en este campo demostrando la relevancia que ha adquirido el tema de la sostenibilidad en el sector cítrico europeo.

La comunicación también tubo su hueco en el encuentro. Se presentó la estrategia y los resultados que se están obteniendo con la campaña de promoción del limón "Welcome to the Lemon Age", para dejar constancia de la importancia de la comunicación como una herramienta más a utilizar a la hora de afrontar los retos del sector de manera global.

Por último se abordaron diversas cuestiones fitosanitarias y los riesgos de introducción de nuevas plagas en la Unión Europea, con el fin de alcanzar un posicionamiento conjunto y trasladarlo a las autoridades comunitarias.



La reunión se ha celebrado en Murcia, con Ailimpo como anfitriona. / AILIMPO