

ROGER LLANES / Secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana

“El objetivo del Plan Integral Citrícola es configurar un sector rentable y competitivo”

La presentación oficial del Plan Integral Citrícola se hizo a finales de marzo en el Palau de la Generalitat Valenciana y recientemente se ha realizado una ronda con todos los agentes del sector con una exposición más detallada. “De momento la acogida está siendo muy favorable”, señala Roger Llanes. El secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural desgrana los principales puntos de un proyecto que busca realizar una planificación estratégica, sostenida en el tiempo, para lograr alcanzar las metas fijadas. “El objetivo fundamental del plan ha sido definir una línea de ruta para relanzar al sector, que nos marque por dónde podemos ir y con la que todo el sector se sienta cómodo”, destaca Roger Llanes.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Valencia Fruits. La citricultura de la Comunitat Valenciana ya cuenta con un plan integral para relanzar al sector. ¿Qué ha motivado el desarrollo de esta planificación y qué líneas estratégicas se abordan en este proyecto?

Roger Llanes. Este plan ofrece una visión actualizada sobre la actividad citrícola y las líneas estratégicas de desarrollo para relanzar un sector que tiene una gran influencia y repercusión económica, medioambiental y social.

El germen del desarrollo de este plan surgió en una serie de reuniones que mantuvimos la Administración con el conjunto del sector en la Mesa de los Cítricos hace ya algún tiempo. En estas conversaciones se planteó la necesidad de abordar la cuestión citrícola desde un punto de vista estratégico y desarrollar una planificación que ahora se ha plasmado en el Plan Integral Citrícola 2023-2030. Este proyecto contiene líneas nuevas y algunas que ya se estaban trabajando en paralelo a la redacción del plan, como la promoción o las estructuras agrarias.

VF. ¿Qué diagnóstico del sector citrícola ha realizado el equipo técnico encargado de desarrollar este proyecto? ¿Qué problemas se han detectado?

RL. Hay un diagnóstico muy claro. Por un lado, las cifras macro muestran la fortaleza del sector. El valor de la producción de cítricos representa más del 40% del valor total de la producción vegetal agraria, aproximadamente 1.200 millones de euros, y esto genera 2.500 millones en exportaciones, acaparando el 46% de los envíos de origen vegetal al exterior. Estos datos muestran la importancia económica de la citricultura. Pero, además, proporciona empleo a 85.000 personas y la superficie cultivada ocupa 145.000 hectáreas de la Comunitat Valenciana. Unas tierras que generan una producción anual de más de tres millones de toneladas. Los números muestran el enorme potencial del sector citrícola.

Teniendo en cuenta estas positivas cifras macro se ha realizado un diagnóstico que ha detectado algunos de los problemas que sufre la citricultura y se han abordado desde un punto de vista estratégico. Es decir, este



Roger Llanes señala que una de las metas del plan es mejorar la cohesión de la cadena citrícola. / ÓSCAR ORZANCO

plan ha determinado cuáles son los puntos débiles que se deben abordar de manera inmediata y los puntos fuertes que generan oportunidades en el mercado y sobre los que hay que incidir de una forma positiva.

El objetivo es configurar un sector rentable y competitivo. Dar un impulso a la citricultura de la Comunitat Valenciana para volvernos a situar como líderes mundiales en este campo, con una gran vocación exportadora y una buena articulación de todos los operadores que conforman la cadena. Durante el desarrollo de estos análisis se han puesto de manifiesto algunos aspectos que indican cierta atonía en cuanto a la evolución de la citricultura. Ahora contamos con cifras claras sobre estos problemas y esto nos ha permitido diseñar una serie de indicadores para desarrollar las distintas líneas incluidas en este plan.

VF. ¿Cuáles son los principales puntos débiles que habría que abordar de forma inmediata?

RL. Uno de los puntos débiles, sobre el que ya está trabajando, es la dimensión de

“Este plan ha determinado cuáles son los puntos débiles que se deben abordar de manera inmediata y los puntos fuertes que generan oportunidades en el mercado y sobre los que hay que incidir de una forma positiva”

“Se trata de dar un impulso a la citricultura de la Comunitat Valenciana para volvernos a situar como líderes mundiales en este campo, con una gran vocación exportadora y una buena articulación de todos los operadores”

las explotaciones y la excesiva parcelación. Este problema ya era conocido, pero se podía estar infravalorando. Hace décadas que se debate sobre esta cuestión. Parte del sector consideraba que formaba parte de la idiosincrasia de esta comunidad, un aspecto que no se podía cambiar, e incluso en ocasiones se percibía como una ventaja. Ahora, con los datos que aporta este proyecto, todo el sector

ya tiene plenamente conciencia de que el minifundismo supone una lacra. Se ha podido relacionar de forma clara que afecta a la escalabilidad de las explotaciones, la dimensión económica, la capacidad tecnológica, organizativa y social.

La reducida dimensión provoca que en esas explotaciones la carga económica sea muy baja, no permitiendo la dedicación completa, ni tener una visión

“En la Comunitat Valenciana el 49% de las explotaciones se pueden definir como de subsistencia, que son las que generan menos de 2.000 euros”

empresarial y apostar por novedades tecnológicas.

También se ha detectado un estancamiento en el volumen productivo, que ronda unos tres millones de toneladas por campaña. Y en las zonas clásicas de producción se va produciendo un abandono de la actividad y la superficie cultivada en estas comarcas históricas está descendiendo.

Los análisis aportados muestran también que contamos con una baja superficie cultivada en ecológico y en variedades ‘club’. No existe una correlación directa, pero observamos que otras comunidades españolas que están obteniendo mejores resultados cuentan con explotaciones de más tamaño, una superficie ecológica mayor y un número más elevado de hectáreas dedicadas a cítricos privados gestionados por clubes. Son indicadores que nos dan menos diferenciación y acceso a mercados que son capaces de pagar mejores precios por ciertos productos más selectos.

Desde el punto de vista social tampoco descubrimos nada si confirmamos que el eslabón de los productores está muy envejecido y falta relevo generacional, formación, y también hemos detectado cierta pérdida de confianza y desánimo en cuanto al futuro del sector.

Estas son algunas de las debilidades claras y a esto hay que sumarle que existen ciertas zonas productoras que presentan una mayor productividad, no sólo en países terceros que basan su rentabilidad en los costes laborales, sino dentro del propio territorio español.

VF. ¿Qué muestran los datos analizados para la realización de este plan sobre la situación de la citricultura de la Comunitat Valenciana respecto a otras zonas productoras españolas?

RL. Hay datos llamativos. Por ejemplo, la superficie media de la explotación. En la Comunitat Valenciana este indicador se sitúa en 2,8 hectáreas por explotación. El objetivo es aumentar esta media como mínimo hasta 8. En Andalucía la superficie media es de 7 hectáreas y en Murcia de 6. Esto demuestra que, en este sentido, las regiones españolas que también producen cítricos han avanzado mucho más que nosotros.

Todos los estudios que se han realizado alertan sobre este problema. Y, además, analizando el censo agrario de 2020 hemos estudiado cuáles son las dimensiones económicas de las explotaciones en las diferentes zonas productoras españolas y los datos son tremendos. En la Comunitat Valenciana el 49% de las explotaciones se pueden definir como de subsistencia, que son las que generan menos de 2.000 euros, o muy pequeñas, con menos de 8.000 euros por año de ingresos. Y como explotaciones grandes sólo tenemos el 2,7%.

En contraposición, Murcia cuenta con un 33,6% de explotaciones de subsistencia o muy pequeñas, pero ya dispone de un 10% de superficie gestionada

por grandes explotaciones. Y Andalucía tiene un 30% de tierras de subsistencia y como grandes cuenta con una extensión del 20%. La dimensión económica por explotación es muy diferente y este factor determina la capacidad de poder vivir profesionalmente de esta actividad. Si generas pocos ingresos, y a eso se añade que la rentabilidad es baja, esto dificulta la competitividad. En definitiva, el análisis de la dimensión económica ofrece datos muy claros que son los que hemos tratado de trasladar al sector.

En cuanto a superficie de cítricos ecológicos, a pesar del incremento registrado al poner en marcha el plan de agricultura ecológica de la Comunitat Valenciana, se sitúa en un 3,5% del total, mientras que en Andalucía la cifra supera el 13% y en la Región de Murcia el 10%.

Lo mismo ocurre con el peso de las mandarinas 'club' que ya hemos mencionado. El porcentaje de superficie en la Comunitat Valenciana es muy bajo, aunque en Alicante comienza a subir. En contraposición en Murcia estas variedades suponen un 40% y en Sevilla un 54% de la superficie está plantada con mandarinas de royalty.

Una situación similar ocurre con la dimensión organizativa, la formación e incluso con la dimensión comercial. Aunque en este último aspecto las cifras están más parejas, también es conveniente incidir en la integración para aumentar el tamaño de las comercializadoras.

Otro dato que nos parece muy importante es el rendimiento. Nosotros tenemos un rendimiento medio anual de 22 toneladas por hectárea. Es un rendimiento que corresponde a una citricultura con árboles más envejecidos y que provoca que la rentabilidad económica sea menor que en otras zonas productoras. Con variedades más adaptadas a las condiciones actuales y plantaciones más rejuvenecidas se podría obtener una mayor productividad.

VF. *¿Qué objetivos persigue el Plan Integral Citrícola de la Comunitat Valenciana?*

RL. Hemos definido diez objetivos específicos. El primero de ellos es mejorar la rentabilidad de las explotaciones porque este factor permitirá dar un fuerte impulso al sector. Un segundo punto es crecer en tamaño y la orientación hacia lo que está pidiendo ahora el mercado.

Tenemos que ganar resiliencia ante el cambio climático, es decir, la elección de variedades, de patrones, la disposición de marcos o los métodos de manejo no pueden ser los mismos que hace 40 años porque el clima ha cambiado y hay que adaptarse. Y actualmente contamos con un gran número de explotaciones que no se encuentran adaptadas a las nuevas condiciones.

El cuarto objetivo es impulsar la imagen de la citricultura y el quinto es crecer a través del fomento del consumo de productos cítricos. El punto seis se centra en la formación de líderes empresariales agrarios; el séptimo en potenciar la profesionalización y la incorporación de talento; el octavo en mejorar y favorecer el cambio tecnológico; el noveno en fortalecer la articulación de toda la cadena de valor, del productor hasta el distribuidor; y, finalmente, creemos que es muy necesario mejorar la gobernanza del sector.



Llanes destaca que desde Conselleria se va ejercer la labor de impulsar, coordinar, planificar o acompañar. / Ó. ORZANCO

VF. *¿Cómo se pretende alcanzar estos objetivos?*

RL. Estos objetivos se pretenden alcanzar a través de seis líneas estratégicas de trabajo: la mejora de las estructuras agrarias, la línea de promoción y diferenciación, la profesionalización y formación, I+D+i y la transferencia, fortalecimiento de la cadena y, por último, el lobby citrícola.

Dentro de cada una de estas estrategias hay sublíneas de trabajo. Por ejemplo, en la mejora de las estructuras agrarias hay una vía dedicada a desarrollar un plan de reestructuración varietal que esté adaptado al cambio climático. En promoción y diferenciación se ha plasmado un apartado para promocionar naranjas y mandarinas con enfoque territorial pero también para fomentar el consumo de cítricos en general, argumentado en los beneficios que reportan para la salud. En un mercado competitivo hay que estar recordándole al consumidor de forma constante lo que le ofrece, y hace tiempo que no lo estábamos haciendo y otros productos han ido ocupando este nicho. En la línea de fortalecer la cadena queremos fomentar la integración, mejorar la información del sistema y, en profesionalización, la formación y visión empresarial.

Cada una de las sublíneas tiene a su vez acciones ligadas.

“Se han definido seis líneas estratégicas de trabajo: mejora de estructuras agrarias, línea de promoción y diferenciación, profesionalización y formación, I+D+i y transferencia, fortalecimiento de la cadena y, por último, el lobby citrícola”

“Se va a crear un Consejo Citrícola, con unas funciones definidas, que gestionará la ejecución del plan. Se trata de un organismo independiente y permanente, formado por profesionales del sector y personal de la Conselleria”

Por ejemplo, en el plan de reestructuración varietal un punto se centrará en el inventario y mapa citrícola y una segunda vía abordará el apoyo a la renovación varietal orientada hacia el cambio climático.

El apartado promocional de naranjas y mandarinas desarrollará una línea de promoción nacional, otra centrada en un enfoque ambiental, y una tercera por diferenciación de origen, que es la que ya hemos iniciado este año con la salida de la marca Naranjas Valencianas. Es importante tener en cuenta que el consumo per cápita de cítricos, y de frutas y hortalizas en general, en España y Europa no ha dejado de

descender. Tenemos que lograr, vía promoción, incrementar el consumo anual.

También tenemos la intención de crear un observatorio español del sistema citrícola o impulsar estrategias de economía circular y aprovechamiento de los subproductos. Y, lógicamente, necesitamos continuar aumentando la presencia del sector citrícola en foros estatales e internacionales, y que el Foro Citrícola continúe ejerciendo esa labor de lobby.

VF. *¿Cómo se va a gestionar la ejecución del Plan Integral Citrícola?*

RL. El último objetivo mencionado se centra en mejorar la

gobernanza. Creemos que existe un problema en este sentido y por eso otra meta es mejorar la cohesión de la cadena citrícola. Consideramos que este aspecto puede mejorarse con un instrumento destinado a este fin. Para ello se va a crear un Consejo Citrícola, con unas funciones definidas, que gestionará la ejecución del plan. Se trata de un organismo independiente y permanente, formado por profesionales del sector y personal de la Conselleria, que tendrá la función de desarrollar las medidas de acción que se acuerden en cada momento, realizar el seguimiento del avance del plan y se convertirá en un espacio de debate continuo donde se adopten las decisiones estratégicas.

Una de sus funciones será desarrollar líneas para alcanzar los objetivos marcados e ir evaluando periódicamente el funcionamiento del plan. Un plan que también establece los tiempos con una priorización de las líneas que se deberán abordar de inmediato, y en las que ya estamos trabajando, a corto plazo, que se iniciaran en breve, a medio plazo, y otras líneas que se pueden acometer en el futuro.

No obstante, el día a día del plan será revisado por una Comisión de Seguimiento y Orientación Técnica, que dependerá del Consejo Citrícola, que estará formado por técnicos especializados, que irán analizando la información sobre las medidas que se han tomado, los avances que van logrando y que prepararán todos los informes de seguimiento y evolución. Un organismo que ejercerá una función dinamizadora y coordinará todos los estudios y análisis.

En definitiva, buscamos una planificación estratégica, sostenida en el tiempo, para lograr alcanzar las metas fijadas. El objetivo fundamental del plan, como hemos comentado, ha sido definir una línea de ruta para relanzar al sector, que nos marque por dónde podemos ir, y con la que todo el sector se sienta cómodo.

VF. *¿Qué labor va a desempeñar a partir de ahora la Conselleria en el desarrollo de este plan?*

RL. Pretendemos ejercer la labor de impulsar, coordinar, planificar o acompañar. No hay que olvidar que hablamos de un sector privado y a la administración no le corresponde ejecutar el plan. Pondremos en marcha una serie de incentivos, que luego deben ser recogidos por el sector para desarrollar una serie de acciones.

VF. *¿Qué papel debe jugar Intercitrus en el desarrollo del Plan Integral Citrícola?*

RL. Una de las líneas estratégicas está relacionada con la revitalización y expansión de las actividades de Intercitrus, que todavía funciona al ralentí y queremos que cumpla un papel determinante.

VF. *Recapitulando, ¿por qué y con qué objetivo se ha realizado el Plan Integral Citrícola?*

RL. El objetivo de la Conselleria de Agricultura ha sido dotar al sector citrícola de un plan para desarrollarse. Un proyecto que tuviese en cuenta todos los problemas de falta de competitividad y rentabilidad que estamos observando para impulsar soluciones. Por ello, el objetivo prioritario del Plan Integral Citrícola es mejorar la rentabilidad y competitividad del sector.

Buena acogida del sector

La presentación oficial del Plan Integral Citrícola se realizó a finales de marzo en el Palau de la Generalitat Valenciana y posteriormente se ha realizado una ronda con todos los agentes del sector con una exposición más detallada. “De momento la acogida está siendo muy favorable”, señala Roger Llanes.

Este plan contempla también un presupuesto estimado, que no es inamovible, de 40 millones de euros para un periodo de siete años. “Tras las consultas con el sector sobre el presupuesto, consideran que es una cifra adecuada porque está dedicada únicamente a relanzar un sector que ya se encuentra en marcha, y que además ya cuenta con otras líneas de ayudas como por ejemplo para sanidad vegetal o seguros”, afirma el secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana.

Roger Llanes destaca que “con anterioridad a este proyecto se habían emprendido acciones para ejecutar cambios varietales o de patrones, pero nunca se había elaborado un plan con una hoja de ruta y una planificación que incluya un abanico de medidas tan amplio y con vocación de permanencia. Una de las cosas que tenemos



clara es que el plan no puede finalizar en 2030. Este proyecto se desarrollará durante siete años con unos objetivos que se irán revisando anualmente. Pero cuando termine este periodo habrá que realizar una revisión amplia y elaborar otro plan para seguir adaptando el sector a la nueva realidad de ese momento” ■