

# Panorama general de los cítricos en España

➡ Paco Borrás

Consultor internacional senior en temas agroalimentarios y asociativos

**Resumen:** Este artículo hace un amplio análisis de la evolución de los últimos años y la situación actual en el sector de cítricos en España, tanto en la producción y el mercado nacional como, especialmente, en el comercio exterior, en un grupo de productos en los que España ocupa un liderazgo internacional. El autor concluye su análisis destacando los grandes desafíos de la citricultura española entre los que destaca Integrar verticalmente la producción con la comercialización, conseguir buenas variedades de origen español, consolidar estructuras comerciales potentes para relacionarse mejor con la gran distribución y conseguir que las interprofesionales sean más eficientes en la promoción y la apertura de mercados y la defensa del sector.

**Palabras clave:** Cítricos, exportaciones, mercado nacional, interprofesionales, producción.

El comercio internacional de cítricos ha crecido un 51% en lo que llevamos de siglo, si bien con una evolución diferente según el tipo de cítrico. Así, mientras las naranjas están cerca de la media con un 50 %, lo pomelos están muy por debajo con un 15%, las mandarinas la doblan con un 102% y los limones y limas superan el doble con un 132% de crecimiento. El cuadro 1 muestra la evolución de los principales exportadores de cítricos y su evolución en los últimos años.

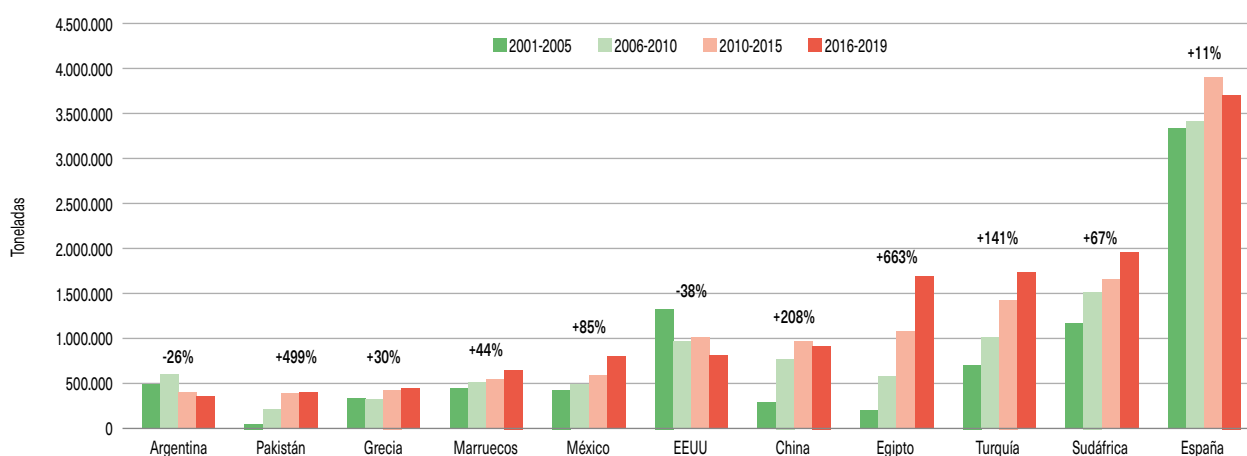
El cuadro nos muestra como España mantiene la posición de líder de las exportaciones de cítricos a nivel mundial, si bien nuestros inmediatos seguidores han crecido más que nosotros. Mientras España crece un 11%, Sudáfrica un 67%, Turquía un 141% y Egipto un 663%. Vemos también como dos países han reducido sus exportaciones, EE UU con un -38% y Argentina

con -26%. Se observa también como China y Pakistán, con su crecimiento, se han posicionado dentro de los primeros países, cuando a finales del siglo pasado ni estaban en este tipo de lista. Marruecos y Grecia ya estaban y han crecido ligeramente por debajo de la media. Y México, uno de los que crece por encima de la media lo hace de la mano de sus limas tanto para su gran mercado en EE UU como para Europa.

Realizando una media de los últimos cuatro años (2016 a 2019) de las que disponemos datos completos de las exportaciones de estos primeros países, la evolución se recoge en el cuadro 1.

España mantiene una primera posición en naranjas, que Egipto en los últimos años ya ha igualado e incluso superado, concretamente en el 2019, aunque en la media que aquí hemos presentado aún no nos alcanza.

**FIGURA 1** Exportación de cítricos por países, 2001 a 2019. Incremento medio +51%



Fuente: Fuente: Trademap.

**CUADRO 1** Exportación de cítricos 2016-2019

	Cuota	NARANJAS	MANDARINAS	LIMONES	POMELOS	
MUNDIAL	15.742.167	6.796.126	4.846.675	3.113.515	959.915	
España	3.718.038	23,62%	1.615.571	1.396.412	643.412	56.831
Sudáfrica	1.966.276	12,49%	1.175.066	238.985	300.474	243.646
Turquía	1.753.450	11,14%	370.009	716.537	505.518	161.310
Egipto	1.704.013	10,82%	1.525.080	93.561	66.054	18.535
China	926.848	5,89%	61.700	609.985	46.703	208.133
EEUU	827.246	5,25%	563.655	42.116	127.069	80.747
México	814.990	5,18%	65.366	5.412	722.595	20.037
Marruecos	666.167	4,23%	138.855	510.280	11.995	5.011
Grecia	453.766	2,88%	326.970	108.962	14.907	1.215
Pakistán	410.334	2,61%	7.046	405.060	228	0
Argentina	383.383	2,44%	85.127	40.374	257.156	726

En mandarinas, la posición de España está muy por encima del resto de países y aún pasaran unos años para que algún país se aproxime a las cifras españolas.

En limones y limas, el liderazgo de México, fundamentalmente por las limas, es prácticamente compartido con España, ya que en el 2019 en particular la diferencia fue escasamente de 20.000 Tm.

En pomelos, Sudáfrica, Turquía y China se mueven en cifras muy similares y la posición de España es poco representativa, aunque es el cítrico que relativamente crece más en España, mientras en el conjunto de los cítricos España ha crecido solo un 11%, sin embargo, en pomelos lo ha hecho un 156%, pero evidentemente partía de cifras muy bajas.

Sobre los comentarios que hemos hecho es importante realizar una matización, los cítricos son frutos que se producen en las zonas templadas y por consiguiente mantienen un elevado grado de estacionalidad. Exceptuando, las limas que son más regulares a lo largo de los doce meses del año, en países cercano a los trópicos, el resto de los cítricos tienen en cada hemisferio una campaña de recolección que oscila entre 6 y 8 meses como máximo. Por consiguiente, aunque siempre se da un cierto cruce entre las cosechas de los dos hemisferios al principio y al final de cada campaña, en los mercados más bien tenemos que hablar de complementariedad de cara al suministro a la largo de todo el año. Aunque por otro lado también es cierto que el consumo de cítricos es más popular y alcanza mayores ratios mensuales en los meses de invierno.

Por ello, los países que son fundamentalmente competencia de España son los del hemisferio Norte y, por orden, Marruecos, Egipto y Turquía en primera aproximación. No consideramos que en estos momentos lo sean de forma relevante los otros dos países de la Unión Europea productores de cítricos, Italia y Grecia. Italia, porque se ha ido centrando en su mercado doméstico, mantiene un liderazgo en naranjas rojas, ha salido de la lista de los primeros países exportadores e incluso se ha convertido en un importador neto de cítricos españoles. En estos momentos es el 5º país de destino para nuestros cítricos y en el año 2020 exportamos 275.000 toneladas a Italia. Grecia, se mantiene muy centrado en sus países vecinos y los roces con ellos se limitan en muchas ocasiones a algunas semanas de enero en Alemania.

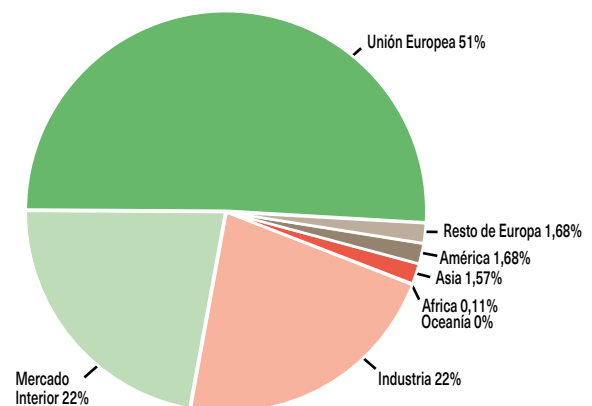
### DESTINO DE LA COSECHA DE CÍTRICOS

Cuando hablamos de cítricos españoles es fácil caer en la tentación de hablar de exportación de cítricos, pero el cuadro 3 siguiente nos enseña que no es to-

**Los tres pilares que sostienen el sector cítrico, por orden de importancia, son la exportación, el mercado interior y la industria. Y los tres necesitan una estrategia del sector singular a cada uno de ellos para que sumen**

talmente acertado hablar de esa forma, ya que solo exportamos en promedio el 56% de la cosecha de cítricos que se recolecta en España.

FIGURA 2 Distribución de la cosecha española



Fuente. Elaboración propia. Datacomex y Ministerio Agricultura

Los tres pilares que sostienen el sector cítrico, por orden de importancia, son la exportación, el mercado interior y la industria. Y los tres necesitan una estrategia del sector singular a cada uno de ellos para que sumen.

El peso de la industria, clave para el resultado de cualquier campaña, no está suficientemente valorado ya que el hecho de ser el absorbente de la fruta de menor categoría hace perder la visión de cómo una buena gestión en este tema puede influir en el resultado final de nuestros cítricos.

El mercado interior es nuestro principal mercado y uno se pregunta cómo defendemos tan poco nuestro mejor mercado, sin ningún tipo de promoción, cuando otros productos están continuamente en los medios y

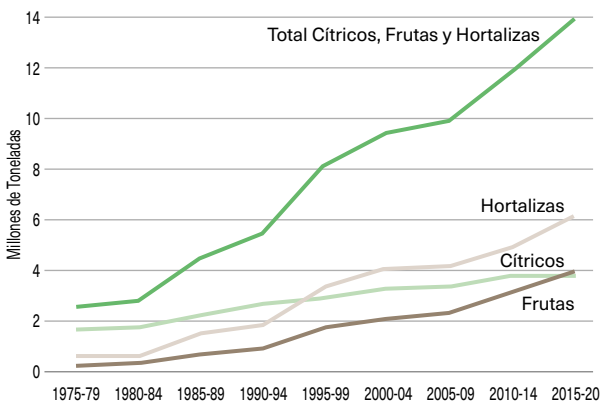
en los puntos de venta, intentando ocupar más metros de lineal, que evidentemente lo van a quitar de clásicos como nuestros cítricos.

En exportación, tenemos dos grandes frentes, los mercados tradicionales con la Unión Europea en cabeza y los nuevos mercados.

**EL MERCADO COMUNITARIO. HITOS QUE HAN MARCADO EL DEVENIR DE NUESTRA EXPORTACIÓN**

Sin la Unión Europea y su Mercado Único, España no sería hoy la potencia mundial en exportación de frutas y hortalizas frescas, como podemos ver en el cuadro que presentamos y que ya se conoce a nivel internacional como el milagro hortofrutícola español.

**FIGURA 3** Evolución de las exportaciones españolas de cítricos, frutas y hortalizas



Fuente. Minsiterio de Comercio (1975-1994). Datacomex (1995-2020)

Teniendo en cuenta que la Unión Europea es el destino de más del 90% de nuestras exportaciones, es fácil entender que sin ese mercado de más 500 millones de consumidores a los que accedemos sin aduanas, aranceles y sin burocracia, España no estaría donde está.

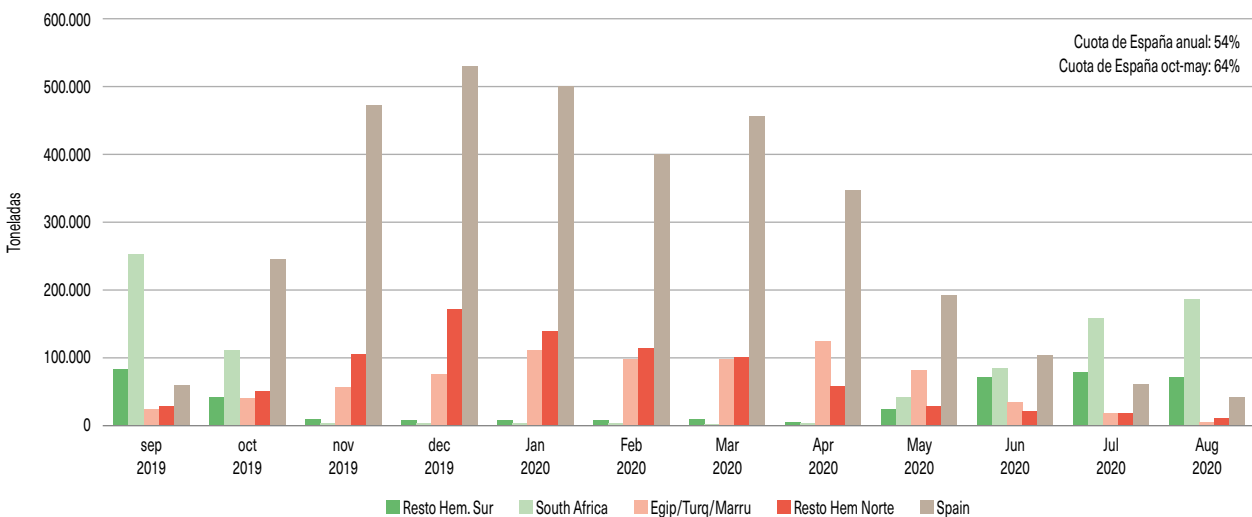
Pero si observamos el cuadro 4 comprobaremos que los grandes crecimientos no se han dado en cítricos. Los cítricos fueron la tarjeta de presentación de los productos españoles, tanto como muestra de nuestras calidades, como la materia prima que nos permitió adquirir un conocimiento de los mercados que fue decisivo para la introducción de las frutas no cítricas y las hortalizas. Desde el momento que entramos en el mercado único en 1993 hasta hoy las frutas no cítricas y las hortalizas han crecido un 250%, mientras que los cítricos solo lo han hecho un 50%.

Los cítricos iniciaron la actividad exportadora de las frutas frescas españolas, pero las hortalizas a finales del siglo pasado y las frutas no cítricas en la segunda década del siglo actual han superado en volumen a los cítricos.

Nuestra posición dentro de la UE es totalmente dominante y más en particular durante los ocho meses centrales de nuestra campaña, de octubre a mayo, como podemos observar en los datos del Intrastat de la Unión Europea para la campaña 2019/20. Esta campaña en porcentajes es similar a las últimas, pero tiene la particularidad de la gran subida del mes de marzo por efecto del Covid.

Si durante los ocho meses centrales de la campaña del hemisferio norte, España supera el 60% de los

**FIGURA 4** Importaciones mensuales de cítricos de la Unión Europea. Campaña 2019-20



cítricos que entran en la Unión Europea, sin ningún tipo de promoción ni posicionamiento estratégico de sus cítricos, ¿qué pasaría si lo hiciera?

Como es lógico, en octubre, junio y julio las exportaciones españolas coinciden con las llegadas del hemisferio Sur. Y también es cierto que las exportaciones de algunos cítricos españoles en agosto y septiembre tienen una cierta componente de reexportación de cítricos que han entrado en España procedentes del hemisferio Sur.

También hay otro dato poco conocido. Es lo que España importa durante su misma campaña de Marruecos. Según Datacomex, 69.597 toneladas de cítricos de Marruecos fueron importadas desde España entre septiembre de 2019 y agosto de 2020. Marruecos fue durante la campaña pasada el principal origen directo de las importaciones españolas de cítricos.

### EXPORTACIÓN AL RESTO DE EUROPA

Las exportaciones al resto de Europa se caracterizan por realizarse con total libertad en cuanto a normativa comercial y en la mayoría de los países España estaba presente en mayor o menor grado desde principios de siglo.

Pero en la última década ese panorama se vio alterado por el veto ruso, que nos ha mermado de forma sensible las exportaciones.

En Noruega y Suiza, las cifras españolas de los dos países en las diferentes campañas oscilan entre 100 y 110.000 toneladas con mucha regularidad. Al efecto es casi como si fueran dos países más de la UE.

Al resto de los países, Ucrania, Bielorrusia, Moldavia o los países de la antigua Yugoslavia, las cifras españolas se mueven entre 14 y 25.000 toneladas, con una tendencia a la baja estos últimos años. En estos países es muy tangible la competencia de los cítricos griegos, que por otra parte es su vecino más cercano.

Las cifras de Rusia, destino histórico de los cítricos españoles en la época de Unión Soviética, sí que nos ha hecho daño. En las tres últimas campañas antes del veto, España exportó una media superior a las 80.000 toneladas de cítricos y 170.000 toneladas de otras frutas y verduras, cifras que no se han recuperado y que, sin lugar a dudas, es un coste que no deberían pagar los agricultores europeos, ya que el comercio de automóviles o de energía sigue vivo, pero siempre parece que pagan los más débiles.



Como conclusión, destacar que la media de exportaciones españolas de cítricos en los últimos cinco años ha ido en un 95,5% al continente europeo.

### EXPORTACIONES A ULTRAMAR

Las exportaciones a Ultramar las tenemos que clasificar en dos grupos totalmente diferentes:

países que nos exigen protocolo de exportación y países que no nos lo exigen.

El protocolo de exportación es un invento americano de mediados de finales de los 60 para blindar su país a posibles importaciones de cítricos de otros países. Este sistema ha ido siendo adoptado por otros países, con el añadido de que, a pesar de la creación de la Organización Mundial de Comercio, se ha permitido con una serie de subterfugios legales seguir usando el sistema, aunque públicamente estos países alardeen de libre comercio.

Básicamente consiste en un sistema de certificación de parcelas y almacenes que luego serán destinados a esos países, pero que hay que notificar meses antes del desarrollo de las campañas, atender y cubrir los gastos de las visitas de inspección de estos países, incluso mantener equipos de inspección durante las cargas, tratamientos de frío especiales, etc. Al final unos costos por kilo que oscilan desde 0,10 a 0,20 €/kg según los volúmenes que al final se exporten a cada país.

El problema en la UE, que es de facto la única zona del mundo que realmente actúa aplicando el criterio del libre comercio, es que, por una compleja historia, en estos momentos, por principio, no aplica protocolo de importación a ningún país ni producto siempre que cumplan las normas internacionales de comercio.

Pero ha dejado en manos de cada país miembro la negociación de las exportaciones de las frutas y hortalizas y esto ha sido aprovechado por una serie de países para bloquear la entrada de productos europeos en sus propios países, simplemente aplicando Protocolos de Exportación tan fuertes que en algunas ocasiones se pueden llamar Protocolo para no exportar. Y estos países a su vez, no tienen problemas de entrar con los mismos países en la UE porque para venir no se les exigen protocolos.

Para entender un tema tan complejo y su situación actual recomiendo leer el documento de Freshfel, presentado el pasado 1 de marzo a la Comisión (<https://freshfel.org/wp-content/uploads/2021/03/01032021-SPS-export-protocols-towards-greater-reciprocity-in-fresh-produce-trade-Freshfel-Europe-Reflection-Paper.pdf>).

## PAÍSES SIN PROTOCOLO

En el cuadro nº 6 se recogen las exportaciones de los últimos años naturales a países a los que vamos sin ningún protocolo y, por tanto, las decisiones de carga son igual de ágiles que a los países de Europa, cumpliendo los requisitos burocráticos y de control de plagas que cada país exige, pero sin ninguna preparación previa.

**CUADRO 2** Exportación de ultramar a países sin protocolo

	2016	2017	2018	2019	2020
Canada	27.401	38.085	63.422	65.822	46.304
Países Arabes (6 países)	32.360	42.263	36.859	53.096	38.542
Brasil	19.414	20.015	22.764	28.799	21.496
Resto América (12 países)	10.519	9.179	8.122	5.857	5.837
Resto Asia (15 países)	6.567	7.390	3.058	6.811	2.735
Resto África (28 países)	7.790	2.045	2.578	2.957	2.477
Sin Protocolo (63 países)	104.050	118.977	136.803	163.343	117.391

Fuente Datacomex.

## PAÍSES CON PROTOCOLO

En el cuadro nº 7 vemos los principales países con los que existe protocolo de exportación para cítricos firmado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación español y los homólogos del país correspondiente. En este caso se da la particularidad que en algunas ocasiones los protocolos son diferentes para los diferentes tipos de cítricos, mandarinas, naranjas o limones. Y en casos extremos distinguen dentro de las familias hasta por variedades.

**CUADRO 3** Exportación de ultramar a países con protocolo

	2016	2017	2018	2019	2020
China	13.324	19.463	25.570	42.774	9.086
Sudafrica	1.822	2.697	1.718	3.054	2.441
EEUU	18.657	20.799	13.332	6.984	740
Corea	2.059	2.917	3.348	2.278	379
Australia	111	382	301	256	316
India	46		46	481	4
Japón	0	0	0	0	0
México	0	0	0	0	0
Nueva Zelanda	0	0	0	0	0
Con Protocolo (9 países)	36.020	46.257	44.315	55.827	12.966

Fuente Datacomex.

Los descensos de China, Corea e India del año 2020 están directamente relacionados con el efecto de la pandemia. Sudáfrica es el único que no nos exige tratamiento de frío, cuyo costo es superior a los 0,06 €/kg. Los datos de Japón y China son especialmente duros porque con estos dos países existe Tratado de Libre Comercio, pero es evidente que este tratado no existe para los agricultores europeos.

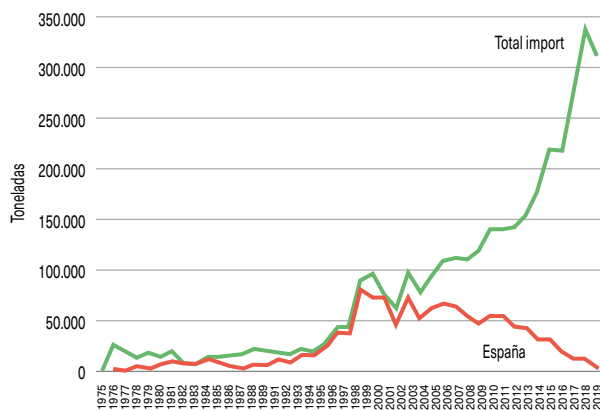
Mención especial merece nuestra triste historia con EEUU, para lo cual se reproduce a continuación una parte del artículo que publiqué en Valencia Fruits el 17 de noviembre de 2020:

### Paradoja de las clementinas españolas en Estados Unidos

Si ahora repasamos la historia de las clementinas españolas dentro del global de las importaciones americanas desde el principio, vemos (cuadro nº 8) que nos enfrentamos a una paradoja muy triste para nuestras clementinas: Llegamos muy pronto, al mer-

cado le encanto el producto y el envase, construimos el mercado dominándolo a pesar del incidente de la larva desde 1994 hasta 2004 y después fuimos perdiendo peso hasta desaparecer, a pesar del gran crecimiento de las importaciones americanas. Y para más desgracia, incluso dentro de las importaciones del hemisferio Norte, Marruecos se ha quedado con prácticamente toda la parte que aún importa EE UU.

**FIGURA 4** Comparativa de la evolución de las importaciones de mandarinas españolas y totales en Estados Unidos



Fuente USDA.

### ¿Que hemos hecho mal nosotros o que han hecho bien los demás?

Los productores americanos lo han hecho bien:

- Observaron, comprendieron y copiaron variedades y envases.
- Invirtieron en comunicación y marketing, cantidades que nunca nos hemos atrevido los españoles a imaginar.
- Invirtieron en el hemisferio Sur para cubrir el año completo.

Los productores marroquíes bastante bien:

- Copiaron el envase
- Aprovecharon su factor favorable de costos.
- Su buena relación política y poco conflictiva comercial con EE UU, en comparación a los conflictos de intereses que los norteamericanos tienen con la Unión Europea.
- El traslado de operaciones comerciales de empresas y marcas españolas desde almacenes valencianos a almacenes marroquíes, con todo su conocimiento y fondo de comercio.

La producción española, bien:

- Creo el mercado, con calidad y presentación.
- Trabajo unida para gestionar los protocolos con los servicios americanos de inspección costeados todos los gastos el sector comercializador.

Pero hizo mal:

- Observar de qué forma llegaban las clemenules californianas, tanto en hectáreas de plantación como en estrategia de marca y publicidad y no reaccionar.
- No entendimos que ante una acción norteamericana conjunta no podíamos mantener actitudes individuales.

Es evidente en este punto, que el incremento del 25% aplicada por la administración Trump al arancel de los cítricos europeos, aunque este no era muy alto, han sido probablemente la gota final, pero como hemos visto en el último cuadro la tendencia ya era evidente.

En conclusión:

- Seguimos siendo los líderes mundiales de la exportación de mandarinas y naranjas sin estrategias comunes en ningún mercado, ni en España, ni en la Unión Europea, ni en el resto de Europa, ni en Ultramar.
- ¿Podemos perder algunos mercados más, Canadá, Brasil, China, por falta de estrategia de país?
- ¿Conseguiremos regresar a Estados Unidos de alguna manera?
- ¿Podemos romper algunos protocolos draconianos como el de México o Japón?

Todo ello no podremos hacerlo si no nos damos cuenta que en un mundo globalizado el sector de las naranjas y mandarinas españolas tiene que tener una estrategia común ante el mercado global que pasa por organizarse, autoordenarse y entender que la promoción, olvidada desde hace más de una década es decisiva en términos generales, incluso en nuestro mismo país. La Unión Europea corre con el 80% de los buenos programas de promoción, ¿que estamos haciendo? Intercitrus lo consiguió en la década 1998 a 2008, por tanto, es posible.

### CAMBIOS EN LA CITRICULTURA ESPAÑOLA DURANTE EL ACTUAL SIGLO

En menos de dos décadas, desde que comenzó el siglo XXI, el número de explotaciones citricolas inferiores a 20 hectáreas se ha visto reducido en 47.480



En menos de dos décadas, desde que comenzó el siglo XXI, el número de explotaciones cítricas inferiores a 20 hectáreas se ha visto reducido en 47.480 lo que supone un 35,17% menos. Sin embargo, las explotaciones de más de 20 hectáreas han crecido en 771, lo que supone un 21,62% más. En consecuencia, las hectáreas totales apenas han bajado un 1,67%

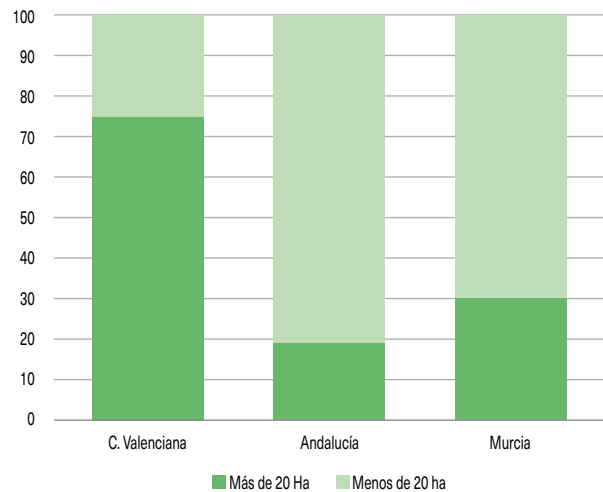
lo que supone un 35,17% menos. Sin embargo, las explotaciones de más de 20 hectáreas han crecido en 771, lo que supone un 21,62% más. En consecuencia, las hectáreas totales apenas han bajado un 1,67%.

Pero, además, hemos visto que en el mismo periodo en que la superficie total española ha bajado ligeramente, la producción total ha subido alcanzando máximos por encima de los 7 millones de toneladas.

En esencia, se están abandonando pequeñas parcelas de las zonas clásicas, nuestro minifundio, especialmente de las provincias de Castellón y Valencia, pero también de Murcia, Málaga o Sevilla, ubicadas en las huertas históricas; y se están construyendo fincas más grandes en zonas en las que hasta hace unos años no se plantaban cítricos. Esta evolución se ha dado más en Andalucía y Murcia que en otras zonas, pero es una tendencia generalizada que por otro lado está dejando alrededor de pueblos históricamente importantes para la citricultura entornos de parcelas cítricas abandonadas que son un problema medioambiental para estos municipios.

Vemos en la siguiente figura las grandes diferencias entre las explotaciones cítricas de las tres grandes zonas de producción.

FIGURA 5 Superficies de las explotaciones cítricas



Fuente: Censo Agrario. INE 2016.

Por otro lado, y claramente relacionado con esta diferencia, se ha producido un gran cambio en la localización de la producción cítrica en España. A principios de siglo, el 65% de los cítricos se producían en la Comunidad Valenciana, el 11% en Mur-

cia y el 22% en Andalucía. En este momento solo el 50% se produce en la Comunidad Valenciana, el 15% en Murcia y el 35% en Andalucía.

La producción absoluta de la Comunidad Valenciana se mantiene alrededor de los 4 millones de toneladas desde hace 30 años, pero el crecimiento lo han protagonizado las otras zonas.

Otro gran cambio ha sido la aplicación al panorama varietal cítrico de la ley de protección vegetal, que ha venido acompañado de la combinación de variedades con Royalty y formación de Clubs con esas variedades, que principalmente han ejercido una función de la creación de “números clausus” para algunas variedades.

En clementinas y en naranjas este tema no ha tenido una repercusión relevante, pero si lo ha tenido en mandarinas híbridas con cosecha a partir de enero. Y aunque no todas las variedades que se han acogido a este esquema de trabajo se han consolidado, en estos momentos hay tres que han alcanzado una producción y un posicionamiento en el mercado que ha cambiado la segunda parte de la campaña de las mandarinas. Hasta principios de este siglo la primera parte de la campaña española de mandarinas hasta mediados de enero se realizaba con Satsumas, Clementinas y Novas, y la segunda parte con Fortunas, Ortaniques y otros híbridos de menor presencia. La distribución mensual era de septiembre a enero comercializábamos el 85% de la campaña y de febrero a mayo el 15%. Los precios eran bastante similares, sobre todo a partir del momento en que la Fortuna empezó a desaparecer por culpa de los problemas de las enfermedades de la variedad y la Ortanique era la variedad dominante en esta segunda parte de la campaña.

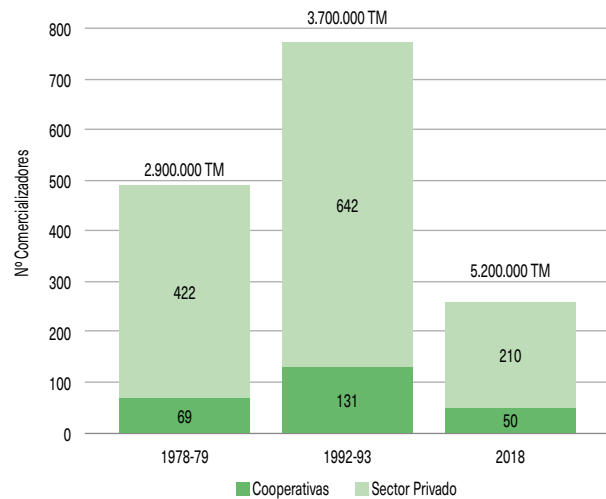
En lo que llevamos de siglo, el crecimiento de Nadorcott, Tango y Orri, que han alcanzado las 400.000 Tm de producción durante la campaña 2020/21, han provocado que ahora la distribución mensual durante en estos momentos es de 75% de septiembre a enero y 25% de febrero a mayo, con lo que se suaviza la curva de la oferta mensual, lo que mejora la capacidad negociadora con el mercado.

Pero lo más importante es que los resultados económicos de estas tres variedades han mejorado mucho, ya que la media de venta de estas tres variedades respecto a las mandarinas de la primera parte de la campaña, ha estado entre los 0,30 y 0,60 €/kg por encima, lo que ha implicado unos buenos resultados para la producción.

## COMERCIALIZACIÓN

Tres han sido los cambios más importantes entre los comercializadores, la concentración, la entrada en la producción y la incorporación de los fondos de inversión al sector.

**FIGURA 6** Evolución en el número de comercializadores de cítricos



El gráfico nº 1 muestra el primer cambio. Mientras que cuando España entró en el Mercado Común Europeo la media en volumen de los comercializadores de cítricos era cercana a las 5.000 toneladas, en estos momentos la media supera las 20.000, pero por el camino han desaparecido más de 500 comercializadores, tanto privados como cooperativas.

Por otro lado, muchos de los comercializadores que hace dos o tres décadas básicamente compraban lo que comercializaban, han pasado a invertir en fincas





con lo que han realizado una integración vertical de la producción hacia el mercado.

Desde al año 2013, en el que el fondo Miura entró en Martinavarro, otros 6 fondos de inversión han entrado en once empresas citrícolas ubicadas dentro de las primeras 25 del sector en facturación. En estos momentos el 40% de la facturación de estas empresas está vinculado a estos fondos. Cuál será el efecto, a medio y largo plazo, de esta irrupción en el sector no es fácil vaticinarlo. Cuando lees los comunicados de prensa y las webs de dichos fondos, el objetivo es profesionalizar al sector y apoyar su crecimiento. Cuando el sector estaba en manos de familias vinculadas al campo, los aciertos o desaciertos de las empresas de alguna manera regresaban al campo. ¿Revertirán los beneficios de estos fondos al campo?

## INTERPROFESIONALES

La entrada en el Mercado Común implicó la desaparición del Comité de Gestión de Exportación de Cítricos por temas legales y la puesta en marcha de Intercitrus en 1994. Inicialmente agrupaba a todos los cítricos, pero en 1998 se escindió el limón y el pomelo pasando España a tener dos Interprofesionales de cítricos.

Intercitrus consiguió desarrollar con bastante éxito una década naranja, de 1998 a 2008, para luego caer en picado y al efecto ser una organización durmiente, en estos momentos intentando recuperar el ritmo.

Ailimpo se ha ido consolidando y en este momento está desarrollando sus funciones con energía, habiendo conseguido fondos importantes de la Unión Europea para promoción, además de otra serie de actividades en su sector.

## PRINCIPALES DESAFÍOS DE LA CITRICULTURA ESPAÑOLA

En producción:

- Resolver el abandono del minifundio
- Integrar verticalmente la producción con la comercialización.
- Conseguir buenas variedades de origen español.

En comercialización:

- Consolidar estructuras comerciales potentes para relacionarse mejor con la Gran Distribución.
- Aprovechar el impulso de los fondos de inversión, pero que los beneficios se queden en el sector.

En las interprofesionales.

- Que funcionen. Fundamentalmente en el tema promocional y en la apertura de mercados y la defensa del sector en Madrid y en Bruselas. ■

## BIBLIOGRAFÍA

- UNA HOJA DE RUTA PARA LA CITRICULTURA ESPAÑOLA. CAJAMAR. <https://bit.ly/2D7Ffja>
- Minsiterio de Agricultura y pesca de España. INFORMES CITRICOLAS.
- VALENCIA FRUITS 17/8/11/2020. Paco Borrás: La paradoja de las clementinas españolas en Estados Unidos
- Valencia Fruits 9/06/2020. Paco Borrás: Donde se producen, desde donde se venden, cuantos se consumen y donde se consumen.
- Datacomex. Base de datos del Ministerio de Comercio.
- Trademap. Base de datos de comercio internacional. ONU y UE.
- QLICKFRESH. Base de datos de FRESHFEL del Comercio de frutas y hortalizas frescas.