Asaja denuncia los bajos precios de los cítricos por las prácticas desleales de la gran distribución

Noticias
La campaña citrícola está marcada por los bajos precios en origen, muy inferiores a los costes de producción

La citricultura andaluza, que se vislumbraba como uno de los sectores más pujantes de nuestra agricultura por su alto potencial, su fortaleza exportadora y por una estructura de las explotaciones más adecuada y mejor dimensionada que la de otras zonas de España lleva un lustro sumida en la crisis. Las más de 12.000 familias andaluzas cuya renta depende de la producción y comercialización de cítricos no ven la luz al final del túnel. **La campaña 2014-2015 vuelve a estar marcada por los bajos precios en origen, y ya van cinco consecutivas con precios de venta muy inferiores a los costes de producción.**

La marcha de la campaña de comercialización es muy preocupante. El kilo de naranja *navelina,* una de las variedades más cultivadas en la huerta andaluza, se vende a la mitad del precio al que se vendía hace 24 años. Así, **el kilo de naranja de esta variedad, que se pagaba en campo en 1991 a 19 céntimos se paga hoy, 24 años después, a 8 o 9 céntimos de euro,** cuando el precio mínimo para cubrir los costes de cultivo se sitúa entre 17 y 20 céntimos.

Desde ASAJA-Andalucía se ha denunciado está situación a la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía y al Ministerio de Agricultura a quienes instan a que, haciendo uso de su potestad, pongan orden en el sector de la distribución e impidan las prácticas desleales y “banalizadoras” con las que las grandes cadenas de distribución tratan a las naranjas, a las que utilizan como producto reclamo, poniéndolas a la venta de cualquier manera (en mallas de dos, tres o cinco kilos o amontonadas y aplastadas en el fondo de un cajón) con el único reclamo de su bajo precio.

Pese a que este problema no es nuevo -ya en febrero de 2013 el presidente de ASAJA-Andalucía, Ricardo Serra, presentó al consejero andaluz de Agricultura, Luis Planas, un Plan Estratégico para este sector- la situación se ha agravado en el último año, en el que pese a que el aforo de naranjas es levemente inferior al de la pasada, el mercado ha tardado mucho en arrancar, y cuando lo ha hecho ha partido de unos precios ínfimos que no cubren los costes del cultivo.

Por ello desde ASAJA-Andalucía recuerdan la vigencia de las medidas que planteábamos en el Plan Estratégico de 2013 y que pasan por una actualización permanente del censo de especies y variedades; la mejora de la información de precios y volúmenes comercializados en España y en la UE, así como de las importaciones de terceros países; el refuerzo de la vigilancia sanitaria, con el objetivo de evitar la entrada de nuevas enfermedades a nuestros cítricos, la promoción del consumo y la mejora de los mecanismos de control con el incremento de las inspecciones de calidad en los puntos de venta.

Desde ASAJA-Andalucía se considera absolutamente prioritario y urgente que las administraciones pongan en marcha todos aquellos mecanismos dirigidos a revalorizar las naranjas y evitar la banalización de este producto en los puntos de venta. Para ello, es fundamental que se establezcan normas más estrictas de presentación que preserven la calidad de las naranjas en los lineales de la distribución, y al menos, las equipare al resto de frutas. Asimismo instamos a la Administración a que ponga en marcha una campaña de promoción que mitigue el desconocimiento de vendedores y consumidores sobre este producto, aspectos tan básicos como el nombre de las distintas variedades

y sus fechas óptimas de maduración y consumo son hoy prácticamente desconocidos por la mayoría de los consumidores.

Además de esta campaña, en la que deben ser parte activa las grandes superficies, por su enorme responsabilidad en el establecimiento de precios y modelos de venta, **desde ASAJA-Andalucía se insta al Ministerio de Agricultura a que frene las importaciones masivas de naranjas de terceros países que incumplen los estrictos requisitos que ha fijado la UE en calidad, sanidad vegetal y respeto medioambiental.**

Por último, y ante la falta de mecanismos adecuados de regulación de mercados en la nueva PAC, **desde ASAJA-Andalucía instamos al Ministerio de Agricultura y a la Comisión Europea a que pongan en marcha nuevos contingentes de retirada, dado que cuando Rusia decretó el veto a las producciones hortofrutícolas europeas las naranjas de media estación no estaban aún en recolección,** por lo que no pudieron acogerse a los mecanismos de retirada que se articularon en otoño para otras producciones.

La situación de los cítricos andaluces es extremadamente delicada, **cinco años consecutivos en crisis de precios suponen una amenaza muy seria a la continuidad de las 12.000 explotaciones andaluzas de cítricos** que generan 4,7 millones de jornales y aportan más de 600 millones de euros a la producción final agraria en las 86.000 hectáreas que se dedican en Andalucía al cultivo de naranjas, de mandarinas, clementinas y limones.

Asaja Andalucía