

CONSEJO NACIONAL CITRICOLA

ACUERDO DE COMPETITIVIDAD DE LA CADENA DEL CITRICO Y SU AGROINDUSTRIA 2016 – 2020

Introducción

La presente actualización del Acuerdo de Competitividad de la Cadena Productiva de Cítricos tiene como propósito poner en contexto los cambios del sector desde diciembre 2000 cuando fue constituido el primer Acuerdo de Competitividad de la Cadena.

Esta actualización es el resultados del proceso de diagnostico realizado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural durante el desarrollo de talleres con los agricultores, industria, comercializadores, así como la consulta de fuentes secundarias, tales como DANE, FAO, ICA, Corpoica, Secretarías de Agricultura entre otras.

La estructura del documento busca establecer la visión y estrategias que el sector debe asumir para enfrentar los retos que la citricultura nacional requiere.

I. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

En Colombia, la producción en 2015 alcanzo 1.747.161 Tn de fruta cítrica, con un crecimiento del 14% frente al año 2010 con 1.165.610 Tn. Durante el mismo periodo el área nacional cosechada en cítricos es de 75.511 Ha. en el 2015 con un crecimiento del 33% sobre el 2010. Adicionalmente se tiene un potencial de incremento de la producción en el corto plazo por la dinámica creciente de siembra de nuevas áreas que aún no entran en producción, aproximadamente 20.000 Ha.

La cadena de los cítricos ha tenido un crecimiento acelerado en la siembra, pues ha sido una alternativa para sustitución de cultivos. Sin embargo la cadena no ha experimentado el mismo crecimiento y desarrollo en el área comercial y procesos de poscosecha. Lo cual ofrece una oportunidad de desarrollo de los mercados y alternativas de comercialización más allá de fruta fresca. La calidad de la fruta continua siendo inferior a los estándares internacionales y requerimientos de la industria. Con respecto a los precios la cadena cuenta con gran número de intermediarios lo cual distorsiona los precios y no permite una distribución equitativa del margen de ganancia a lo largo de la cadena productiva, lo cual representa una desventaja para los productores y el consumidor final.

II. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

Los cítricos dentro de los frutales continua siendo un renglón importante con una participación del 21% para el año 2015 a nivel nacional. En el caso de algunos departamentos se encuentra en segundo o tercer renglón de importancia como es el caso de Antioquia, Caldas, y Quindío. En el caso de los departamentos de Nariño, Santander la siembra de limón tahity presenta un incremento a través del fomento de la exportación. Por otra parte en el departamento del Meta se ha fortalecido un núcleo importante en la producción de naranja común y mandarina arrayana.

2.1 La Producción de Cítricos en Colombia

A pesar que se pueden encontrar cítricos en la mayoría del país, la producción de cítricos en Colombia se concentra en seis (6) núcleos priorizados por la organización de cadena:

- ✓ **Costa Atlántica:** Atlántico, Magdalena, Cesar, Bolívar.
- ✓ **Nor – Oriente:** Santander, Norte de Santander, Boyacá.
- ✓ **Centro:** Cundinamarca, Tolima, Huila.
- ✓ **Llanos orientales:** Meta, Casanare.
- ✓ **Occidente:** Antioquia, Valle del Cauca, Caldas, Risaralda, Quindío.
- ✓ **Sur:** Cauca, Nariño.

En la región de occidente se concentra la mayor producción del país con el 29% del total para el 2015 y el 24% del área cosechada en el país.

El departamento de Cundinamarca es uno de los departamentos con mayor área sembrada, sin embargo los cultivos en su mayoría son de traspatio. Lo cual no representa un cultivo formalizado pero si un foco de vigilancia para *Diaphorina Citri* vector de la enfermedad *Huanglongbing* – HLB.

EL cuadro 1. Muestra la dinamica de crecimiento de los principales departamentos productores del país y su participación a nivel nacional.

Cuadro 1. Área Cosechada 2014 – 2016

DEPARTAMENTO	ÁREA (Ha.)			PRODUCCIÓN (Tn.)			RENDIMIENTO (Tn. / Ha.)		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ANTIOQUIA	4.668	5.403	5.985	94.551	112.153	119.259	20	21	20
ATLANTICO	897	932	941	19.577	17.150	17.869	22	18	19
BOLIVAR	663	826	859	9.671	12.702	11.559	15	15	13
BOYACA	1.795	1.926	1.945	19.342	20.971	22.020	11	11	11
CALDAS	5.656	5.894	6.489	91.470	103.443	109.200	16	18	17
CASANARE	204	217	239	2.882	3.044	3.652	14	14	15
CAUCA	1.038	1.262	1.375	7.769	15.633	17.709	7	12	13
CESAR	1.726	1.788	1.789	15.871	16.493	16.658	9	9	9
CUNDINAMARCA	9.480	8.175	8.338	67.161	59.977	60.577	7	7	7
HUILA	1.053	1.089	1.098	8.336	8.593	8.765	8	8	8
MAGDALENA	3.117	2.712	2.747	61.154	51.861	52.235	20	19	19
META	5.984	5.888	6.065	146.675	109.175	119.445	25	19	20
NARIÑO	4.572	4.777	4.986	21.094	21.234	21.659	5	4	4
NORTE DE SANTANDER	2.539	2.778	2.802	25.506	28.592	29.163	10	10	10
QUINDIO	4.454	3.662	3.911	111.011	87.758	91.493	25	24	23
RISARALDA	929	1.025	1.046	36.432	28.754	29.041	39	28	28
SANTANDER	13.234	14.471	15.639	213.736	234.093	247.567	16	16	16
TOLIMA	4.410	5.198	5.458	51.149	59.415	63.574	12	11	12
VALLE DEL CAUCA	5.920	6.061	6.256	150.752	143.399	146.192	25	24	23
TOTAL	72.338	74.085	77.968	1.154.142	1.134.440	1.187.640	16	15	15

Fuente: Evaluaciones Agropecuarias. Datos 2016 son estimados.

Para poder desarrollar la producción del país y alcanzar rendimientos de 40 Tn./Ha. es necesario mejorar los paquetes tecnológicos con los que cuenta la citricultura Colombia a través de la mejora del material vegetal garantizado no sólo en el aspecto fitosanitario sino con el desarrollo o importación de variedades acorde a la demanda nacional e internacional según el mercado objetivo, así como naranjas y mandarinas sin semillas (*seedless*) y fáciles de pelar (*easy peeling*).

Actualmente, la citricultura Colombia enfrenta el mayor riesgo fitosanitario con la declaratoria de emergencia sanitaria en diciembre 2015, así como la declaración de cuarenta del departamento de la Guajira por presencia de la plaga HLB en material vegetal en el departamento. Enfermedad que amenaza con acabar la citricultura en el país si no se toman acciones rápidas y eficaces.

2.2. LA INDUSTRIA PARA EL PROCESAMIENTO DE LOS CÍTRICOS

El desarrollo de la industria en la última década ha sido escaso, principalmente porque la producción no es constante, no tiene la calidad requerida y los precios no son ajustados para ambas partes, dicha problemática existe hace muchos años y no se han desarrollado estrategias innovadoras que permitan subsanar las necesidades de la cadena.

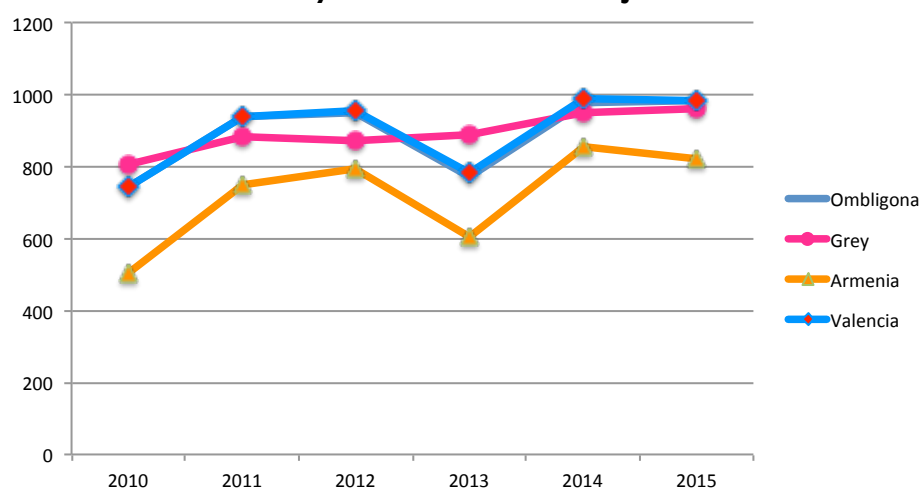
Actualmente, existe algunas iniciativas privadas que lideran los procesos agroindustriales en el país en Antioquia, Caldas y Tolima, como es el caso de las empresas Agrícolas Unidas (Frudelca), Túnez, Asoconzumo, Dichas empresas han realizado desarrollo de productos, especialmente en jugos y concentrados. Sin embargo, la agroindustria colombiana tiene mucho por desarrollar en cuanto a productos derivados de los cítricos como harina cítrica para suplemento animal, aceites esenciales y aceites para la industria entre otros.

La industria requiere el desarrollo de núcleos productivos que permitan garantizar volúmenes constantes de fruta, así como las calidades que se requieren.

2.3 DINAMICA DE PRECIOS

El Cuadro 2 muestra el comportamiento de los precios de la naranja en la principal plaza mayorista del país.

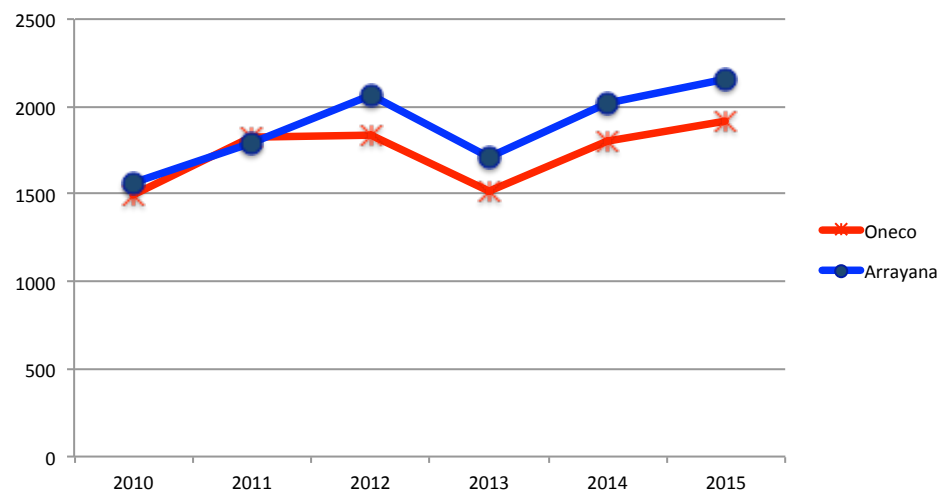
Cuadro 2. Precios Mayoristas de la Naranja.



Fuente: SIPSA

Los precios de la naranja tiene un comportamiento cíclico, ya que cada dos años caen los precios por sobre oferta del mercado. Este efecto es debido a la falta de desarrollo de estrategias de información que permitan identificar épocas de cosechas por regiones y así utilizar herramientas tecnológicas que permitan inducir las floraciones.

Cuadro 3. Precios Mayoristas de la Mandarina

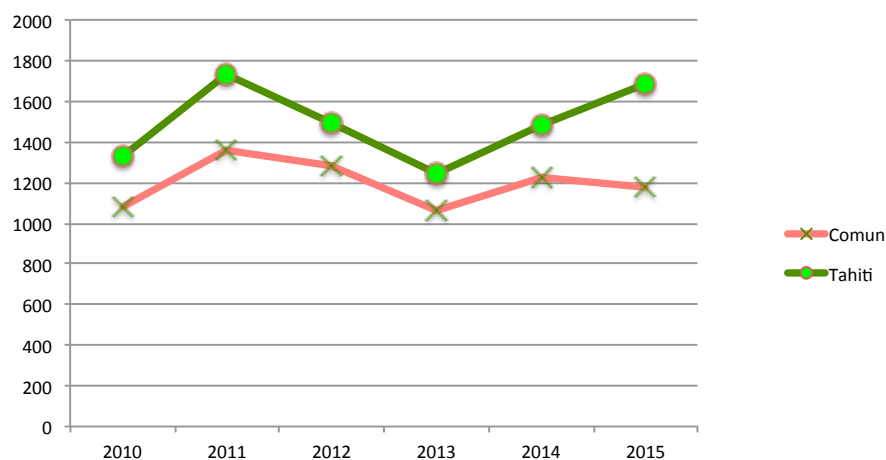


Fuente: SIPSA

El cuadro 3. Muestra el comportamiento de la mandarina, los precios de las mandarinas presentan cambios bruscos por la estacionalidad de la producción. La mandarina arrayana tiene su principal mercado en las plazas de Bogotá, Santander, Caldas y Quindío. Mientras que las mandarinas oneco tiene su principal mercado en Antioquia y un nicho creciente en Bogotá, es utilizada especialmente para la industria porque tiene menos pectinas en su piel. Es importante tener en cuenta que los precios reportados en Sipsa corresponde a precios de venta en la mayorista, lo precios que realmente reciben los productores corresponde a un 60% menos de dicho precio, lo cual deja en evidencia la distribución inequitativa del margen de precio a lo largo de la cadena productiva.

Actualmente, la importación de mandarinas en fresco ha tenido un incremento importante para surtir la demanda en cadenas de supermercados.

Cuadro 4. Precios Mayoristas de Limón



Fuente: SIPSA

El cuadro 4. Muestra el comportamiento de los precios del limón en los últimos 5 años. El limón tahiti tiene una oportunidad importante en la exportación, sin embargo para alcanzar este objetivo es importante establecer los cultivos en las condiciones climatológicas indicadas y con los manejos agronómicos que el cultivo requiere. Así mismo el limón común tiene un potencial en la industria de los aceites que aún no ha sido desarrollado.

III. Propósito del Acuerdo

La visión de la cadena se enfoca en el aumento de la capacidad productiva y la protección de la citricultura Colombia de la enfermedad *Huanglongbing* – HLB y así garantizar el bienestar de los trabajadores que soportan este sector. El Acuerdo incluye un código honor con el fin de generar un compromiso de los citricultores y demás eslabones de la cadena para proteger y tomar acciones positivas que beneficien el desarrollo del sector.

Visión

Incrementar la producción nacional hasta alcanzar las 30 Tn/Ha en los próximos cuatro años. Garantizando la sanidad del material vegetal de propagación y estableciendo las acciones necesarias para mantener controlada la enfermedad HLB y lejos de los principales centros productivos del país. Así como el desarrollo de las agroindustria cítrica nacional.

Valores del Código de Honor:

- Honestidad
- Respeto
- Transparencia
- Servicio
- Trabajo
- Excelencia
- Compromiso

Áreas estratégicas y objetivos estratégicos

Para alcanzar la situación planteada en la visión, la cadena contempla realizar acciones en seis áreas estratégicas, cada una orientada por un objetivo estratégico:

1. Producción y Transferencia

El objetivo estratégico es desarrollar herramientas que permitan superar las principales barreras en la producción e industrialización de los cítricos, tales como: la baja calidad de la producción y los bajos rendimientos

- 1.1. Promoción y fomento de la citricultura.
- 1.2. Modernización de los paquetes tecnológicos por región.
- 1.3. Fortalecimiento de alianzas y de organizaciones de productores e industria.
- 1.4. Fortalecimiento gremial y asociatividad.
- 1.5. Fomento del consumo de los cítricos.
- 1.6. Ampliar la capacitación de asistencia técnica en citricultura tropical a nivel técnico y especializado.

2. Implementación del Plan de Contingencia de HLB y Enfermedades Cuarentenarias (Leprosis)

El objetivo estratégico de esta área es garantizar la inocuidad fitosanitaria del cultivos de los cítricos y protegerla citricultura de su extinción en el país.

- 2.1. Programas de comunicación del riesgo.
- 2.2. Desarrollo de un marco normativo para manejo de la enfermedad HLB.
- 2.3. Desarrollo de los arcos regionales para manejo del vector (*Diaphorina Citri*).

- 2.4. Desarrollo de sistema de información para control del vector a través de la detección temprana y plan de manejo regional.
- 2.5. Desarrollo del plan de manejo de la enfermedad.
- 2.6. Consecución de recursos financieros.
- 2.7. Consecución de recursos para la investigación.
- 2.8. Evaluación de biocontroladores para el vector (*Diaphorina Citri*).
- 2.9. Establecimiento y fortalecimiento de laboratorios de análisis.

3. Investigación e Innovación

El objetivo estratégico en esta área es identificar y generar soluciones técnicas y científicas que contribuyan a elevar la competitividad y sostenibilidad de la cadena en los campos de la producción, la comercialización y la agroindustria de los cítricos.

- 3.1. Establecimiento del plan de certificación de material vegetal.
- 3.2. Mejoramiento genético del material vegetal, a través de la importación de variedades patentadas mundialmente de acuerdo al objetivo de mercado.
- 3.3. Evaluación e implementación de sistemas, modelos y tecnologías de poscosecha eficientes.

4. Desarrollo de programas de Comercialización y Agroindustria.

El objetivo estratégico en este eslabón es ajustar la actual estructura de comercialización mediante una mejor participación de los productores, diferenciación de las variedades y lograr las características necesarias para ampliar el mercado internacional.

- 4.1. Creación de redes de valor entre los agricultores, representados en las asociaciones de agricultores y la industria o el comprador final, eliminando la intermediación.
- 4.2. Elaboración de fichas técnicas para cada variedad de naranja, mandarina y limón y con respecto al mercado nacional e internacional.
- 4.3. Centros de poscosecha para el acopio, selección y empaque de la fruta. Que permitan tener volúmenes de negociación.
- 4.4. Sistema de información de precios, generados desde el Consejo Nacional de los Cítricos.
- 4.5. Apoyo a organizaciones de productores para la comercialización.
- 4.6. Sistema de pronóstico de cosechas.

5. Planes de contingencia cambios climáticos.

El objetivo estratégico es desarrollar un citricultura amigable con el medio ambiente a través del uso racional de los recursos y su optimización.

- 5.1. Desarrollo de sistemas y modelos de riego eficientes en la citricultura tropical, que permita implementar la agricultura de precisión.

6. Asunto Institucionales

El objetivo estratégico en esta área es disponer de una cadena que articule políticas públicas y privadas, que permita tener relaciones de cooperación, transparencia, confianza, equidad y representatividad entre los actores de la misma, que contribuya a generar y aprovechar sinergias, y que optimice las relaciones con agente externos en beneficios de todos sus miembros.

- 6.1. Seguimiento al Plan de Acción y al desempeño de la cadena.
- 6.2. Ampliar la representatividad de los productores de cítricos en el Consejo Nacional de los Cítricos, incluyendo departamentos que no se encuentren presentes.
- 6.3. Ampliar la representatividad de la industria con la inclusión de nuevos representantes.
- 6.4. Regionalización de los objetivos y metas del Acuerdo de Competitividad y del Plan de Acción.
- 6.5. Fomentar las empresas asociativas de trabajo al servicio de la citricultura.
- 6.6. Acuerdos de cadenas afines.
- 6.7. Fortalecimiento de la representación de los citricultores en los espacios decisorios de la cadena.
- 6.8. Fomento a la asociatividad de los productores.
- 6.9. Articulación a la cadena de los programas y proyectos de desarrollo cítrícola que se adelantan a nivel municipal y regional.
- 6.10. Fortalecimiento de las relaciones con organismos internacionales y entidades de cooperación.
- 6.11. Censo nacional cítrícola.

IV Plan de Acción – Responsables – Indicadores

El Plan de Acción 2016 – 2018 detalla las actividades, resultados esperados y metas, indicadores de cumplimiento, año de

ejecución, entidades ejecutoras, colaboradoras y líderes, costo aproximado y fuentes de recursos.

Acuerdo aprobado en la sesión No. **31** del Consejo Nacional de los Cítricos.

Bogotá D.C., Agosto 23 de 2016