



# El melocotón cierra una campaña de «supervivencia»

La provincia conserva unas 10.000 hectáreas dedicadas a este cultivo, tras perder la mitad de ellas en el último lustro por la competencia y los precios

**Isabel Campanario**

**SEVILLA** ▶ «Sin ser una campaña especialmente buena, ésta mejora ostensiblemente las anteriores»; ha sido una campaña «para seguir vivos». Con estas palabras resume Manuel Altava, vicepresidente de Asaja de Sevilla, los malos tiempos que atraviesa el melocotón en Sevilla, una situación que se refleja en la pérdida paulatina de superficie cosechada ante la fuerte competencia, los precios bajos y los «elevados costes salariales» que, a su juicio, soporta la provincia respecto a otras zonas competidoras porque se trata de una fruta que, por sus características, necesita un especial mimo en su recolección, que tiene que hacer a mano sin la posibilidad de incorporar máquinas. «Es muy sensible y si no coges la fruta hoy, se te madura y se pierde». Poco margen, por tanto.

De hecho, abunda, la mano de obra que absorbe «entre el 60 y 70 por ciento del coste total del producto», a lo que hay que sumar el encarecimiento de la factura energética por los riegos, que supone otro 10 por ciento y que hace unos años representaba «un tres por ciento».

«En los últimos cinco años se ha perdido la mitad de la producción de la Vega», lo que se traduce en que se ha arrancado del orden de entre 10.000 y 12.000 hectáreas de este frutal y deja un saldo actual de unas 10.000 hectáreas dedicadas a este cultivo.

La realidad es que los agricultores prefieren optar por otras producciones porque, según explica Altava, Sevilla ha perdido su ventaja competitiva respecto a otras zo-



Recogida de melocotón en una finca de la provincia sevillana. / Gregorio Barrera

## El apunte

### PROLIFERAN LOS CULTIVOS ALTERNATIVOS

Explica Manuel Altava que una parte de los productores está renovando sus variedades y otra está optando por cambiar de cultivo. Cítricos, caquis, almendros, nogales y olivos se están convirtiendo en las alternativas más escogidas, reseña. «Hace 20 años producías 20.000 kilos por hectárea -de primera, segunda y con defectos de piel- y las vendías. Todo eso se ha acabado».

nas de producción de salir los primeros al mercado en una campaña que suele arrancar entre la segunda quincena de abril o principios de mayo y se extiende hasta final de junio, en función de la climatología.

«Este año, al menos, ha mejorado un poco el nivel de precios y hemos podido vender, porque hay años que no cubrían ni los costes». La razón está en que los productores de Murcia, con los que los sevillanos compiten en fechas por colocar su producción, «han recolectado me-

nos de lo previsto y además han llegado un poco tarde, por lo que nos han dejado hueco», explica. Además, las últimas tormentas registradas por la zona de Lérida, que tanto daño han provocado a sus producciones, también han beneficiado al melocotón local. «Ellos además tienen los costes salariales más bajos y así no somos competitivos», recalca Altava. En el caso de Extremadura se ha repetido la casuística: menos producción y más tardía debido a las condiciones climatológicas.

Y este declive se ha visto acentuado por la crisis porque las campañas de fruta de hueso «siempre se han pagado bien», pero en la negociación de los últimos tres convenios colectivos «se han utilizado para presionar con movilizaciones», sin tener en cuenta que «cuando vivíamos en una época de auge económico todo se vendía y se podía hacer frente a esos costes», realidad que no es la de hoy.

Entre el 80 y el 85 por ciento de la producción de melocotón se destina a la exportación, pero también se han incorporado otras zonas productoras a esos mercados

## // El sector se queja de los altos costes salariales de la mano de obra

exteriores, lo que tirado el precio a la baja.

Los últimos cinco años han sido «especialmente malos», aunque confía en que a partir de ahora la superficie reservada a este frutal de hueso se mantenga estable, después de que la tendencia de arrancar árboles para plantar otras frutas se haya frenado en el último año. Aun así, no se atreve a vaticinar qué ocurrirá en un periodo de 15 o 20 años. «Puede pasarle lo mismo que al espárrago en la provincia, que desapareció en un plazo de 25 años».

El futuro pasa así por la búsqueda de nuevas variedades y la apuesta por parámetros de calidad frente a la «precocidad» que se perseguía antes. «Eso ya no es tan interesante, la gente compra el calibre A (la de mayor tamaño), por el color (que no tenga defectos en la piel) y por el sabor», aclara. Y curiosamente, por ese orden de prioridad. A los agricultores no les queda otra que tratar de conseguir «un mayor rendimiento por hectárea», o lo que es lo mismo, obtener la máxima producción a un menor coste. ■

## Breves

### Un centenar de chefs japoneses aprenden a cortar jamón

**C. E.**

**SEVILLA**

▶143 profesionales de la gastronomía japonesa participaron en el V Concurso de Cortadores de Jamón y el IX Seminario de Cortadores de Jamón Ibérico, que se celebraron en Tokio y Osaka durante los días 23, 24 y 25 de junio. Los ganadores han sido los japoneses Kaito Kakiuchi, de Ibérico-Ya Roppongi, y Yousuke Tezuka, de El Bogavante 346, en las convocatorias de Tokio y Osaka respectivamente.



Los galardonados como cortadores de jamón.

### 'Summer Fancy Food' consolida a 22 firmas andaluzas en EEUU

**C. E.**

**SEVILLA**

▶22 empresas andaluzas del sector agroalimentario participan en la Summer Fancy Food 2015 de Nueva York, para dar a conocer su oferta e incrementar el liderazgo que Andalucía tiene en España respecto al mercado estadounidense en la exportación de alimentación y bebidas. Más de uno de cada tres euros que exporta España proceden de Andalucía, que incrementó sus ventas un 45,7 por ciento.