

N. ORTIZ
SEVILLA

«**U**na campaña razonablemente buena». Así define Ricardo Serra, presidente de Asaja Sevilla, la campaña de cítricos actual, que ya ha comenzado la segunda parte, una fase que acaba de empezar y se prolongará hasta el mes de mayo e incluye variedades de naranjas tardías como salustiana, lane late o valencia late.

«El mercado se ha animado bastante después de la época de navidad y los precios son buenos», explica Serra, que muestra su alivio por la buena marcha de la campaña «tras la del año pasado, que fue normal pero que vino precedida por tres campañas desastrosas».

Respecto a las variedades, las navelinas, que ya se han recolectado casi por completo y que suponen una de las más frecuentes en la provincia de Sevilla, han tenido buenos precios, una producción adecuada y una calidad «excelente», aseguran desde la patronal agraria.

En el buen ritmo de esta campaña también influye la industria del zumo, que está teniendo buenos precios que hacen de «precio suelo» y retiran del mercado las calidades que, desde el punto de vista comercial, son menos valiosas debido a calibres más pequeños o superficies rameadas.

Los aforos se cumplen

Además, desde Asaja Sevilla destacan que «se están cumpliendo los aforos» previstos por la Junta de Andalucía. Según la previsión para la campaña 2017/2018 presentada en septiembre, la producción andaluza será de 2.018.048 toneladas, una cifra que supone un 1,6% más que la media de las últimas cuatro campañas.

Por especies, del total de cítricos estimados, el 75% corresponderá a las naranjas dulces (1.505.524 toneladas), un 17% serán mandarinas (345.695) y un 6% limones (128.756 toneladas). En cuanto a las provincias, se estima que Sevilla será la primera provincia productora cítricos, con un 39% del total. También encabeza la producción de naranja dulce, obteniendo el 47% de la producción total de Andalucía, seguida por Huelva. En mandarina, ocupará el segundo lugar, con un 19% de la producción, y la provincia onubense el primero, con el 57% del volumen total de mandarinas.

Así, se prevé que la producción de naranja de Andalucía supondrá un 47% de la producción nacional, la mandarina un 18% y el limón un 13%.

Además, el aforo revela que las exportaciones andaluzas de cítricos mantienen una tendencia al alza, superando las 370.000 toneladas y los 290 millones de euros en la campaña 2016/2017. Los principales destinos son Alemania, con más de 80.000 toneladas, Francia, con 60.000, y los Países Bajos, con más de 30.000.

En cuanto al consumo interno de cítricos, ha descendido ligeramente



Cítricos

Una campaña marcada por los buenos precios y la calidad de la fruta

Desde Asaja Sevilla advierten del peligro que corre la próxima campaña debido a la falta de lluvias y las altas temperaturas

y en el año 2016 se situó en 1,24 toneladas con un valor de 1.389 millones de euros.

Temor por el futuro

Sin embargo, pese al buen balance de la campaña actual, desde Asaja Sevilla muestran su preocupación por la campaña que viene, que se puede ver lastrada por la falta de lluvias y las altas temperaturas. «La campaña actual es fruto de los cultivos del pasado año que, afortunadamente, tuvieron una

dotación de riego normal, aunque sí sufrieron las altas temperaturas. Sin embargo, tememos mucho lo que pueda pasar a partir de este verano si no llueve», asegura Ricardo Serra, que califica la situación de «muy grave».

«Nos preocupan los meses que vienen. A estas alturas, difícilmente vamos a tener una campaña normal de dotación de riego, por lo que se presentan un verano muy complicado para todos», explica el presidente de la patronal agraria, que detalla que el

panorama es «especialmente duro» para la fruta, ya que «los agricultores con cultivos leñosos tienen el problema de que no solo se pone en juego la campaña, sino también la arboleda». «Estamos ante un problema muy serio que tiene difícil situación si no llueve, un nubarrón importante que lastra las buenas sensaciones de la campaña actual», insiste.

Ricardo Serra también recuerda que adelantar la recolección y poner a la venta fruta todavía verde, como ya se advirtió desde Asaja al principio de esta campaña, «es muy perjudicial para el sector productor». «Llevar al mercado fruta que no ha alcanzado el índice de maduración suficiente, que aún no tiene el color, el dulzor y el zumo que le corresponde solo por adelantar el calendario supone una retracción del consumo y la depreciación del producto», avisa. Para evitarlo, reclaman a las autoridades que se «realicen inspeccio-

Previsiones

Se estima que la producción andaluza de cítricos alcanzará las 2.018.048 toneladas

Actualidad

Comienza la segunda fase de la campaña, que se alargará hasta marzo con las variedades tardías



ALBERTO DÍAZ

nes a la salida de almacén para asegurar que la fruta no ha sido desverdizada, es decir, sometida a un proceso para acelerar artificialmente la desaparición del verde de la cáscara. «Eso es falsear la realidad y engañar al consumidor», sentencia Serra.