

Nacho Ayensa Esparza | Conservero

**"El Espárrago de Navarra siempre tendrá futuro porque es un buen producto"**

[www.diariodenavarra.es](http://www.diariodenavarra.es) / 9 mayo 2014

En el ecuador de una más que prometedor campaña del Espárrago de Navarra, Nacho Ayensa analiza el sector

Las previsiones de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Espárrago de Navarra para la campaña de este año son muy prometedoras. Una calidad de fruto excelente y una producción por encima de los 2,1 millones de kilos del año pasado. Nacho Ayensa Esparza, gerente de Conservas El Escolar de San Adrián, una de las 28 conserveras que transforman Espárrago de Navarra ratifica estas predicciones. Su empresa, fundada por sus padres, Adalberto Ayensa y Teresa Esparza en 1966, en pleno boom del sector en la Ribera de Estella, elabora cada año unos 100.000 kilos de este fruto, uno de los más representativos de la marca Navarra. Ayensa que comenzó a trabajar en la fábrica a los 14 años conoce el mundo de la conserva desde todos sus aspectos.

¿Cómo ha cambiado el sector en las últimas décadas?

Ha ido en descenso, fundamentalmente porque muchas de las conserveras de la zona han llevado su producción a terceros países como China o Perú, donde los costes de producción son más bajos. Los demás no podemos competir con esos precios. Ofrecemos productos de aquí con más calidad, por supuesto, pero eso sí, al doble de precio.

¿Cómo se puede defender el sector local?

Luchando contra el fraude y contra las etiquetas que se prestan a equívocos. En las grandes superficies vemos cómo, con la etiqueta de productos de la tierra, se venden espárragos o pimientos del piquillo producidos en China, Perú o Chile. Que no tienen por qué ser peores. Pero no confundan al consumidor. Nosotros tenemos que troquelar en las latas el registro sanitario industrial, pero los productos chinos y peruanos de otros países no. Pero el que tiene que denunciar es el consumidor.

San Adrián fue la primera localidad en la que se puso el espárrago en conserva.

¿Se ha perdido la identidad conservera de la localidad?

Se ha ido perdido con el paso de los años. Ahora mismo, la base de la economía de la localidad no es la industria conservera, siempre con la excepción de General Mills que absorbe una gran cantidad de trabajadores. Ahora mismo, solo elaboramos tres fábricas en San Adrián. Antes se trabajaba todo. Se acababa el espárrago y ya estábamos preparando la campaña del melocotón. Se acababa el melocotón y estaba empujando el tomate y luego el pimiento y luego el puerro. Ahora no.

¿La empresa familiar, la pequeña y mediana empresa tienen futuro en el sector agroalimentario?

Sí, claro. Tenemos futuro para seguir trabajando y continuar manteniendo un mercado. Pero vamos al día a día. Ya no es como antes que contábamos con la seguridad de que había distribuidores en todas las ciudades. Tenías a tus clientes fijos. Ahora, no. Vende el que tiene el mejor precio

¿Qué factores hacen que un espárrago sea bueno?

Lo más importante es que esté blanco, tierno y que tenga la cabeza prieta. Hablar de calibres es hablar de gustos. En abril, hemos hecho casi el doble del año pasado. Mayo ha empezado con frescura y con humedad, que es lo que mejor le puede suceder. El espárrago de Navarra es un producto de calidad y siempre tendrá futuro.

¿La venta en fresco puede suponer una salida?

En Alemania o en Holanda son pioneros en el mercado fresco de espárragos, Pero, aquí somos consumidores de espárrago en conserva. De todas formas, vender los frutos frescos a más de 3 o 3,5 euros el kilo, como piden en algunos sitios, es un robo.

En fábrica, este año se habla de pagar unos 2,50 euros/ kilo al agricultor. Eso supone 60 céntimos más el kilo que el año pasado y es mucho dinero porque hay que a los 2,50 céntimos finales hay que añadir los costes. Lo más lógico sería subir el kilo de espárrago unos 20 céntimos.