

JOAQUÍN GÓMEZ CARRASCO / Presidente de Apoexpa

“La fruta de hueso en España comienza en primavera y es cuando hay que empezar a consumirla, no solo en verano”

Esta es una de las grandes reivindicaciones del sector de fruta de hueso de la Región de Murcia. Desde Apoexpa, su presidente, Joaquín Gómez hace hincapié en este mensaje ya que para la región sería un gran espaldarazo teniendo en cuenta que su temporada comienza a mediados de abril y cuenta con una producción de calidad y totalmente adaptada a las preferencias del mercado nacional y europeo en general.



Joaquín Gómez Carrasco, presidente de Apoexpa. / APOEXPA

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. ¿Cómo ha ido el arranque de la campaña 2021 para la fruta de hueso murciana?

Joaquín Gómez. Los primeros frutos comenzaron a recolectarse a mediados de abril, lo que supone un retraso de unos 8-9 días respecto al año pasado. La falta de sol en este último mes es una de las razones de este retraso.

La campaña 2021 ha arrancado con dos factores positivos para la Región de Murcia. El primero es la mala climatología registrada en las zonas productoras de Europa, pero que aquí no se han dado, y el segundo factor, la gran calidad que presentan nuestras producciones de fruta de hueso. En melocotón, nectarina y paraguayos los niveles cualitativos son considerablemente mejores respecto al año pasado.

Llevamos poco más de dos semanas desde el inicio de la recolección de las variedades más tempranas y las expectativas, por el momento, son buenas. Todo parece indicar que hasta bien entrado el mes de junio, estaremos solos en el mercado europeo, por lo que tenemos por delante unos meses importantes para comercializar nuestras frutas en buenas condiciones.

VF. ¿Cuáles son las cifras de superficie de cultivo que presenta este año la Región de Murcia?

JG. En la Región de Murcia la superficie de fruta de hueso se mantiene estable, en 27.000 hectáreas dedicadas a frutales. Hay variaciones dependiendo de las especies de un año a otro, pero en general la superficie es estable y similar a la de los últimos años.

VF. Por grupos, ¿cómo está repartida este año la producción de fruta de hueso? Y ¿cómo está siendo su comportamiento en campo?

JG. El reparto por especies es muy parecido a la campaña pasada.

El fruto que más falla en esta zona sigue siendo el albaricoque. Las nuevas variedades no terminan de adaptarse climatológicamente. No es un tema de heladas o granizo, porque este año no ha habido problemas de este tipo, pero lo cierto es que los árboles siguen sin dar los rendimientos esperados. Por lo tanto, este año también se confirma una merma productiva de un 40% en el albaricoque de exportación.

En el resto de grupos —melocotón, nectarina y paraguayos— las previsiones de cosecha son parecidas a la temporada 2020.



En la Región de Murcia en fruta de hueso, el paraguayos sigue siendo el cultivo más afianzado. / ARCHIVO

“La campaña 2021 de fruta de hueso ha arrancado con factores positivos para Murcia”

“Parece que hasta bien entrado el mes de junio, estaremos solos en el mercado europeo”

“Tenemos dos meses importantes para vender nuestras frutas en buenas condiciones”

VF. ¿Para cuándo se esperan los volúmenes importantes de la campaña murciana?

JG. Los volúmenes importantes llegarán a final de este mes de abril, será entonces cuando podremos decir que Murcia ha arrancado su campaña de fruta de hueso. Está siendo un inicio tranquilo, sin prisas ya que, si bien hay un retraso en la cosecha, en Europa ahora mismo no está haciendo calor lo que ayuda a gestionar las primeras exportaciones.

VF. ¿Qué efectos ha dejado este primer año de pandemia en el sector y que aún continúan afectando al día a día de las empresas?

JG. Los sobrecostes que ha generado la pandemia en el campo



Se confirma una merma de un 40% en el albaricoque de exportación. / ARCHIVO

y en los almacenes se mantienen o descienden ligeramente debido al abaratamiento de ciertos productos, que se han convertido en indispensables en el día a día, como las mascarillas o el gel hidroalcohólico. También se mantiene la inquietud frente a la COVID sobre todo en los almacenes, por lo que de cara a este año se han intensificado las medidas de seguridad. Pero dentro de toda

esta situación, tenemos la ventaja de la experiencia adquirida durante este año de pandemia, que es muy importante para afrontar la presente campaña con más posibilidades de éxito. Y quién sabe si para mediados de mayo recibimos la noticia de que llegan las vacunas suficientes y se puede dar un ‘empujón’ a la vacunación y alcanzar la tan esperada ‘inmunidad de rebaño’.

VF. ¿También se mantienen los cambios en el consumo tras la irrupción de la COVID?

JG. En este aspecto no hay cambios, se mantiene la preferencia por el producto envasado y formatos tradicionales. El caso más relevante es Francia, que reduce el uso del plástico y apuesta por el cartón. Pero es una normativa que afecta a todos los productos en general.

Este aumento del producto envasado, que exige la gran distribución en toda Europa, ha derivado en el incremento de las materias primas como el plástico o el cartón, que se añade al apartado de los sobrecostes que generado esta pandemia.

VF. ¿Qué podemos decir del consumo durante 2020? Y ¿de las perspectivas para 2021?

JG. El comportamiento del consumo ha sido bueno y esperamos que se mantenga así también este año. Tal como comentamos el año pasado, la fruta de hueso en el canal Horeca no tiene mucho peso, su consumo se concentra principalmente en el ámbito familiar. El año pasado el consumidor respondió bien por lo que no esperamos ninguna sorpresa ‘desagradable’ en este sentido.

VF. ¿Cuáles son las previsiones de exportación tras las noticias de las pérdidas que se esperan en otras zonas productoras europeas debido a la mala climatología?

JG. Las perspectivas en exportación son buenas. Tal como he comentado al inicio, preveo que hasta bien entrado el mes de junio estaremos prácticamente solos en el mercado. Esto nos va a permitir establecer estrategias comerciales con el objetivo de que los precios no se hundan.

VF. ¿Cómo está resultando la apuesta del Región de Murcia por la renovación varietal en fruta de hueso?

JG. Salvo el caso del albaricoque, donde aun con las nuevas variedades hay problemas en la fase de cuajado y no se ha dado con el manejo adecuado para solucionarlo, en el resto de especies, la renovación varietal está dando muy buenos resultados con variedades totalmente adecuadas a las preferencias de los consumidores europeos. Incluso en albaricoque, con todos los problemas que tenemos, cuando el año es bueno en producción, la fruta que llega a Europa es de gran calidad.

VF. ¿Cuáles diría que son actualmente las preferencias y ten-

dencias en Europa en la fruta de hueso?

JG. Analizando las producciones de la Región de Murcia, el paraguayo sigue siendo el cultivo más afianzado. Pero después de diez años de constante aumento productivo, creo que ya ha alcanzado su techo, sobre todo tras el cierre del mercado ruso, que era un gran consumidor de paraguayo. Sin expectativas de reapertura de este mercado, lo que toca ahora es mantener las producciones que tenemos y no crecer excesivamente.

El paraguayo es un producto que viaja bien, tiene buen comer y aguanta bien en los lineales, con cual es atractivo para todos —productores, comercializadores, supermercados y consumidores—. De hecho, estas son las razones por las que ha fagocitado al melocotón, sobre todo al rojo, que no deja de caer en producción y consumo.

En nectarina, las nuevas variedades —de carne amarilla y carne roja— se adaptan perfectamente al gusto de consumidor y son producciones que se mantienen.

Ahora mismo, en la Región de Murcia, salvo una hipotética apertura de Rusia o la entrada en nuevos mercados, tenemos una producción —en volumen y variedades— que se ajusta a la demanda y gustos de Europa.

VF. Respecto a estos posibles nuevos mercados, ¿dónde se están concentrando los esfuerzos?

JG. Ojalá se pudiera repetir el éxito obtenido con la uva en el mercado chino... Sin embargo, hay que tener en cuenta que



En la Región de Murcia la superficie de fruta de hueso se mantiene estable, en 27.000 hectáreas. / ARCHIVO

la fruta de hueso no tiene las mismas condiciones de viaje, es más delicada y su vida comercial es más reducida. Por lo tanto, adentrarse en mercados fuera del continente europeo no es tan sencillo y la opción del transporte aéreo no resulta rentable. De todas formas, nuestro sector no deja de intentar abrir nuevos caminos...

VF. Hasta ahora nos hemos centrado en la exportación, ¿pero qué peso tiene el mercado nacional para la fruta de hueso murciana?

JG. La venta de fruta de hueso en el mercado nacional es muy importante. Es más interesante incluso que Alemania. La gran distribución española

“El aumento del producto envasado ha derivado en el incremento de las materias primas como el plástico o el cartón, otro sobrecoste generado por la pandemia”

“La venta de fruta de hueso en el mercado nacional es muy importante. De hecho, es más interesante incluso que Alemania, nuestro primer país receptor”

absorbe un volumen importante de la producción nacional y tiene la ventaja de que es un producto que el consumidor conoce bien. Otro factor que explica el peso del mercado nacional es que España, en verano, es un país con más de 100 millones

de habitantes, si incluimos a los turistas, lo que lo convierte —como consumidor— más interesante que cualquier otro país europeo.

VF. Al igual que ha ocurrido en otros productos, ¿han notado una mayor preferencia de la

gran distribución por el producto nacional?

JG. La apuesta por la fruta de hueso nacional por parte de la gran distribución ha sido una lucha constante en nuestro sector. Son años ya intentando que las cadenas adelanten su temporada y la hagan coincidir con el inicio de la temporada murciana. Este año parece que van en esa dirección. De hecho, los programas de fruta de hueso se han adelantado en comparación a otros años, algo que para nosotros es muy interesante y positivo ya que la producción murciana de fruta de hueso se concentra entre abril, mayo y junio.

Tenemos que seguir insistiendo en esta dirección, de que la fruta de hueso no es un producto exclusivo del periodo estival, si no que también podemos disfrutarla desde finales de abril.

La temporada de fruta de hueso en España comienza en primavera y es en primavera cuando hay que empezar a consumirla y no esperar hasta el verano.

VF. Después de todo lo expuesto, ¿esta puede ser una buena temporada para la fruta de hueso murciana?

JG. En principio, tenemos todos los factores para tener una buena campaña, pero ya sabemos que cualquier incidencia puede echar al traste estas buenas expectativas. De todas formas, mejor ser optimistas y pensar que tenemos por delante unos meses muy interesantes comercialmente que estarán apoyados con fruta de muy buena calidad.

bienvenido a la colaboración cercana por toda Europa



Descubre el atajo a un equipo local experto, soporte al cliente, disponibilidad garantizada y colaboración dedicada con nuestra cobertura Europea



together towards a sustainable future