

FERNANDO P. GÓMEZ / Director general de Proexport

“Esta campaña el cliente debe tener una comunicación mucho más cercana con su proveedor habitual”

La campaña murciana de melón arranca sin previsiones. Las intensas y continuadas lluvias de marzo han provocado que parte de la producción inicial se haya perdido y el arranque de la temporada se retrasará previsiblemente entre 10 y 15 días. Tras vivir el mes de marzo más lluvioso de la serie histórica nadie se atreve a realizar estimaciones sobre el volumen de producción disponible. Ante esta situación inicial de dudas, Fernando P. Gómez señala que es importante que “los clientes y la distribución tengan una buena comunicación con sus proveedores habituales para hacer un seguimiento correcto de esta campaña, huyendo de cualquier especulación, y solventando en el día a día la incertidumbre generada por este fenómeno climatológico extraordinario que se ha vivido”.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Qué peso tiene actualmente Murcia en el conjunto de la producción nacional de melón? ¿Hacia que mercados se dirigen las producciones murcianas?

Fernando P. Gómez. La Región de Murcia es la zona productora, y sobre todo comercializadora, más importante de España en melón y la segunda en sandía. Según los datos del ejercicio 2021, en melón los operadores de la comunidad acaparan el 48% del total de las exportaciones españolas con 208.660 toneladas y el 24% en sandía con 240.530 toneladas. El comercio exterior de melón procedente de Murcia generó una facturación de 154.098.856 euros, un 49% del total nacional, y la sandía 99.649.928 euros (21%). Alemania, Reino Unido, Francia y Holanda son nuestros principales compradores.

VF. ¿Qué previsiones de producción manejan desde Proexport para la presente campaña de melón en la Región de Murcia?

FPG. Por primera vez podemos decir que no podemos concretar previsiones. Hemos tenido



Fernando P. Gómez confía en poder desarrollar una campaña positiva. / PROEXPORT

el mes de marzo más lluvioso de la serie histórica y no hay ningún agricultor o empresa que haya vivido esta situación antes.

Es un reto para todos. Habíamos soportado antes hasta una semana seguida de precipitaciones, pero nunca se había producido

un periodo de lluvias copiosas y continuadas durante 25 días en marzo, más agua en abril, y que algunas zonas soportasen entre 300 y 400 litros por metro cuadrado en un mes, el equivalente al agua que reciben habitualmente en todo un año. Es absolutamente extraordinario que la zona con menor pluviometría de Europa haya vivido en marzo unas precipitaciones tan intensas.

Ante esta situación, todos hacemos un ejercicio de transparencia y a nuestros clientes, que evidentemente preguntan, les explicamos lo que está ocurriendo y pedimos su confianza. La campaña no ha comenzado todavía, no perdamos la cabeza. Hay efectos de las lluvias que conocemos, y otros que observaremos conforme se produzcan los cuajes y evolucionen las plantaciones. Es un hecho que una parte de la producción del comienzo de campaña, que debería llegar al mercado en junio, no se ha podido plantar o se tuvo que trasplantar más tarde. En un año normal, a principios de junio ya contamos con algo de melón, pero el arranque de esta tempo-

“El arranque de la presente temporada se retrasará seguramente unos 10-15 días”

rada se retrasará seguramente unos 10-15 días.

De todas formas, todavía queda mucho tiempo y ahora mismo las nubes han desaparecido y en Murcia estamos con temperaturas cercanas a los 30°C.

Tras ese inicio en el mes de julio deberíamos recuperar la normalidad en la Región, como en agosto en las producciones de Castilla-La Mancha, una zona donde los agricultores de Murcia también producen, tanto Piel de Sapo como variedades para exportación.

VF. En esta situación tan atípica, ¿qué mensaje les lanzaría a los clientes?

FPG. La incertidumbre no debe verse como un problema. De hecho, en campañas cortas de verano es lo habitual. Mi consejo para los clientes es que no caigan en el error de la especulación. Lo que yo haría en estos momentos es huir de la especulación y tener una comunicación mucho más cercana y profesional, de confianza, con los proveedores habituales para programar con ellos los pedidos. Es lo que recomendarían las empresas y cooperativas asociadas a Proexport. Es ese proveedor que está presente todos los años, que cuida al cliente y programa sus producciones para poder servirle, el que de verdad le va a ser de gran ayuda este verano. No es menos importante que la comercialización en destino también les anticipe información y prevea la demanda disponible. Un verano caluroso o fresco hace variar mucho el consumo en sandía y melón.

VF. ¿Qué posibles escenarios manejan en esta situación con tantas incertidumbres?

FPG. A nosotros siempre nos gusta ser positivos. La climatología en origen de mayo y junio puede hacernos recuperar las buenas sensaciones y los volúmenes de producción.

En el terreno de la producción habrá que estar atentos a la evolución de la planta y los rendimientos que se pueden obtener en campo. Este aspecto es muy importante para la sostenibilidad del agricultor. En este sentido, habría que felicitar a los compradores que sean sensibles ante esta circunstancia porque el productor ha sufrido mucho. Pero sobre todo no nos olvidemos nunca de que el principal driver de consumo en melón y sandía es el calor. Nada refresca y endulza más que una buena tajada de melón o sandía en verano. Si se dan las circunstancias de clima adecuadas cuando vengán las producciones murcianas, entre mitad y finales de junio, seguro que tendrán una gran aceptación. Y el productor de melón nacional siempre va a intentar dar el mejor servicio a todos sus clientes.

Por lo tanto, que nadie se ponga nervioso, que exista una buena comunicación y confiemos en desarrollar una campaña positiva para los productores, clientes y consumidores.

VF. ¿Por qué variedades de melón están apostando los productores murcianos?

FPG. En cuanto al tema varietal, todos estamos apostando

Agroponiente GRUPO

Naturalmente DULCES

f t in customerservice@agroponiente.com +34 950 583 002

(Pasa a la página 10)



El sector del melón apuesta por variedades que destaquen por su sabor. / PROEXPORT

EXPORTACIONES DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS DE LA REGIÓN DE MURCIA - EN TONELADAS - 2021						
	Murcia 2020	Murcia 2021	Variación %	% MURCIA con respecto España	ESPAÑA 2021	ESPAÑA 2020
MELÓN	237.037	208.660	-12,0	48,44	430.763,00	433.751
SANDÍA	171.511	240.530	40,2	24,13	996.617,00	839.621

EXPORTACIONES DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS DE LA REGIÓN DE MURCIA - EN EUROS - 2021						
	Murcia 2020	Murcia 2021	Variación Murcia %	% MURCIA con respecto España	ESPAÑA 2021	ESPAÑA 2020
MELÓN	175.860.095	154.098.856	-12,4	49,34	312.351.334	321.005.982
SANDÍA	75.754.585	99.649.928	31,5	21,24	469.228.822	444.485.435

Fuente Proexport, a partir de datos de aduanas.

“Esta campaña...”

(Viene de la página 8)

por variedades que aporten sabor, es el driver principal del consumo de melón, y lo sabemos. De la mano de las casas de semillas la mayoría de los productores se está decantando por variedades que tengan consistencia en su desarrollo vegetativo y que a la hora de comer inciten a repetir el consumo. Eso es bueno para nosotros, para el cliente final y para el distribuidor. Variedades de carne crujiente, sabrosas, tamaños y pesos más menudos, vida útil sin perder sabor y ciertas nuevas especialidades que buscan sorprender al consumidor.

Y este objetivo lo estamos intentando en todas las categorías. Por supuesto, en melón Piel de Sapo, que es el melón por excelencia de consumo en España. De hecho tanto empresas marquisitas, como ya en general todo el mundo, está apostando por ofrecer buen sabor, que es lo que quiere el consumidor.

Y en el resto de categorías, que son también nacionales pero que se destinan mucho a la exportación, como el melón Galia, Amarillo, Cantaloup, Charentais y otras, también ocurre lo mismo. La ventaja de

Murcia es la enorme variedad que tenemos, y por ello la diversidad de destinos y de clientes a los cuales servimos durante el verano.

VF. ¿Prevén solapamientos con las cosechas de otras zonas productoras españolas?

FPG. En principio nosotros creemos que no va a haber grandes solapamientos. Nuestro atraso en el inicio de campaña ha provocado que haya más bien una continuidad tras el final de la temporada de Almería. Todavía está por ver, pero prevemos comenzar el ejercicio comercial con un mercado limpio.

Es posible que se produzca un solapamiento entre el final de la temporada murciana y el inicio de Castilla-La Mancha, por lo menos en los melones de exportación, que son los que nosotros cultivamos allí. Pero es probable que el retraso que hemos tenido en junio se acumule al final de la temporada con el objetivo de desarrollar una campaña correcta durante tres meses. Ya veremos. Habrá que ver cómo evoluciona el ejercicio en melón verde, que sí cuenta con elevada producción en Castilla-La Mancha, pero en principio, actualmente, no prevemos grandes problemas de solapamientos. Seamos positivos que esto está por comenzar.

JUAN LÓPEZ / Coordinador adjunto de la Sectorial de Melón y Sandía de Proexport y director-gerente de Pozo Sur

“La principal fortaleza es la profesionalización del sector”

Los productores murcianos afrontan la campaña de sandía con optimismo y con cierta incertidumbre porque las lluvias han alterado los programas de plantación. No obstante, Juan López señala que el devenir comercial de la temporada “dependerá de la climatología del momento”. En su análisis sobre el desarrollo del sector de la sandía en la Región de Murcia en los últimos años destaca que “la principal evolución es la profesionalización de los productores”.

ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Con qué previsiones y expectativas afrontan la campaña de sandía en la Región de Murcia?

Juan López. La afrontamos con optimismo. Los agricultores solemos ser optimistas, por eso año tras año volvemos a plantar... y tanto las previsiones como las expectativas son las mismas de los últimos años ya que los volúmenes han permanecido estables, aunque dependerá del clima que haya en ese momento y de otros muchos factores como la pandemia y ahora la guerra.

VF. ¿Qué incidencia ha tenido hasta el momento la climatología en el desarrollo del cultivo de la sandía de Murcia en la presente temporada?

JL. Lo único que podemos decir es que las lluvias han hecho que los programas de plantación se hayan alterado un poco, pero no somos capaces de predecir lo que pueda pasar.

VF. El presente ejercicio ha llegado marcado por el elevado incremento de los costes. ¿Cómo está influyendo en la fase de plantación y qué efectos puede tener en la comercialización?

JL. Esto ha contribuido a que se haya plantado solo lo programado y se haya reducido las plantaciones libres y especulativas.

VF. ¿Qué dificultades prevén encontrarse este año en los mercados?



El consumo de sandía está muy marcado por la climatología. / POZO SUR

JL. Las mismas de siempre, dependerá de la climatología del momento.

VF. ¿Qué evolución están siguiendo el cultivo de la sandía en la Región de Murcia en los últimos años?

JL. La principal evolución en los últimos años es la profesionalización de los productores de sandía.

VF. ¿Por qué variedades o tipos se están decantando los productores murcianos?

JL. Las variedades más destacadas son las sandías sin pepita, rayadas o negras, y microsemillas como polinizadores

VF. ¿Cuáles son los principales mercados para la sandía de Murcia? ¿Se están explorando nuevos destinos de exportación?

JL. Siempre se exploran nuevos mercados, pero nuestro principal destino es Europa.

VF. ¿Qué innovaciones se están llevando a cabo en este sector para adaptarse a las demandas de los clientes, los mercados y de los propios consumidores?

JL. Plantar en zonas adecuadas buscando en todo momento la máxima calidad y la mayor productividad para conseguir un menor desperdicio y una menor huella.

VF. Para concluir, ¿cuáles son las fortalezas que destacaría del sector de la sandía en la Región de Murcia?

JL. La principal fortaleza es la profesionalización del sector.

**Distribución Nacional
Import-Export**

El Melonero

DE VILLACONEJOS

S.A.T. 9213 HNOS. AGUDO CONTRERAS

ALMACÉN: Ctra. Titulcia, nº 37 - 28360 VILLACONEJOS (MADRID) - Tel.: 91 893 80 81 - Fax: 91 893 93 29
 ANTONIO: VENTAS 609 712 798 - ÁNGEL: ALMACÉN 696 444 102 - EMILIO: COMPRAS 608 591 737
 E-mail: hnosagudo@melonero.com - elmelonero@melonero.com - Web: www.melonero.com