



Carlos Nemesio confirma que desde el inicio de la temporada de la sandía nacional la situación con la oferta está siendo muy convulsa. / GRUPO ANECOOP

CARLOS NEMESIO / Responsable del programa de sandía de Anecoop

“Desde el inicio de la campaña la oferta está siendo muy reducida”

Después del sabor agridulce que dejó la campaña 2021, con un récord de comercialización pero precios bajos, la nueva temporada llega marcada por una reducción de superficie plantada y las consecuencias de una de las primavera más lluviosas de las últimas décadas. Carlos Nemesio no oculta su preocupación en este inicio de campaña en la que ya se está viendo una oferta más reducida y precios más altos. Es probable que esta situación se alargue hasta mediados de julio, y ante este panorama, la lectura que hace el responsable del programa de sandía de Anecoop es que “esta situación no beneficia a nadie, incluido el consumidor final”.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Antes de analizar la temporada 2022 de sandía y melón en Anecoop, ¿qué sabor de boca dejó la campaña pasada? Y ¿cómo va a condicionar lo sucedido el año pasado en el planteamiento de la cosecha de este año?

Carlos Nemesio. La temporada 2021 dejó un sabor agridulce. Ha sido la campaña de mayor volumen comercializado en la historia de la sandía en Anecoop, con 148 millones de kilos vendidos de abril hasta septiembre, y con un crecimiento muy concentrado en la primera parte de la campaña, hasta final de junio.

Sin embargo, a partir de julio, la campaña dio un giro de 180° con un mercado muy farragoso, complicado y parado, con una meteorología adversa, competencia de muchos orígenes, y unos volúmenes disponibles más limitados, que impidieron que se cumplieran los objetivos marcados.

No obstante, en el cómputo general, 2021 se cerró con 5 millones de kilos más de comercialización respecto a la campaña 2020.

La sensación agridulce se debió también a los precios. Si la comparamos con la campaña 2020, que fue la campaña de la pandemia, 2021 fue un año con más disponibilidad y más estabilidad pero con precios más bajos. De media, dependiendo del tipo de sandía, los precios se situaron entre 3 y 4 céntimos por debajo de las cifras de 2020.

En definitiva, a pesar de haber logrado una cifra récord en comercialización, 2021 ha sido

“Con una previsión a la baja en superficie, no está siendo un inicio de campaña fácil”

“Queremos superar el volumen del año pasado y situarnos en torno a los 155 millones de kilos comercializados”

una campaña muy dura, sobre todo en la parte final.

VF. Con este sabor ‘agridulce’ de 2021 ¿cómo ha planteado Anecoop su nueva campaña?

CN. Si tenemos en cuenta el sabor de boca que dejó la campaña 2021, y le sumamos el aumento de costes, la sequía, y luego las lluvias de abril, que a pesar de abundantes no han sido suficientes para paliar la falta de agua, la previsión inicial para 2022 era de un descenso de la superficie de cultivo en todo el territorio nacional y, en consecuencia, una reducción de oferta respecto al año pasado.

A finales de abril se confirma esta previsión en las tres principales zonas de producción nacionales, Almería, Murcia y Castilla-La Mancha. Precisamente en esta última es donde más acusada será la caída de superficie en sandía.

En cuanto al planteamiento inicial de Anecoop, partimos de

la base de que 2021 fue un año récord de comercialización con 148 millones de kilos, sin embargo, esta cifra podría haber sido mayor de haber mantenido el mismo ritmo de crecimiento durante toda la temporada y haber alcanzado así los 160 millones de kilos comercializados. Esta era precisamente la cifra que nos marcamos cuando comenzamos a preparar la temporada 2022 de sandía. Pero la reducción de superficie confirmada nos complicará alcanzar esa cifra. No obstante, queremos superar el volumen del año pasado y situarnos en torno a los 155 millones de kilos comercializados.

VF. Con este ambicioso objetivo en mente y sabiendo que la oferta de sandía en España será más reducida, ¿cómo está transcurriendo este inicio de campaña, con Almería como primera zona en entrar en producción?

CN. En Almería, que representa el 42% de la producción de sandía dentro del programa Bouquet, el plan es crecer respecto al año pasado, que ya tuvimos un crecimiento importante. Sin embargo, somos realistas y no podemos ocultar que las perspectivas no son muy halagüeñas cuando no paramos de encadenar Dana tras Dana desde el 1 de marzo. Estos episodios de lluvias están teniendo unas consecuencias preocupantes en las plantaciones de sandía y melón.

En los cultivos bajo invernadero, las lluvias están causando retrasos en los cortes de la sandía, por lo que la entrada de producto a los almacenes



{FLEXOGRAFÍA}

Productividad más allá de la cantidad.

#marcandoestatierra



El melón en Anecoop

A pesar de que el consumo entre melón y sandía en Europa está en un 40-60% a favor de la sandía, Carlos Nemesio explica que hace cuatro años Anecoop inicio su proyecto para reposicionarse en el mercado del melón. “Evidentemente, los volúmenes que comercializamos en melón no pueden compararse con lo que tenemos actualmente en sandía, nuestro producto estrella. Sin embargo, el reto en un futuro es incrementar estos volúmenes, aun sabiendo las limitaciones que tiene su consumo”.

En estos cuatro años, el grupo cooperativo de segundo grado ha dado pasos importantes. El año pasado, por ejemplo, se lanzó el melón Piel de Sapo Bouquet Etiqueta Negra para el mercado nacional, que según confirma Carlos Nemesio “funcionó muy bien, con volúmenes

reducidos pero regulares durante toda la campaña”. Además del Piel de Sapo, en el resto de variedades, —amarillo, Galia y Cantaloup—, Anecoop también está creciendo en producción y ventas año tras año. “El crecimiento en 2021 ha sido de un 18%, con 22 millones de kilos comercializados”.

El planteamiento de inicio para 2022 es continuar con esta línea de crecimiento. “Es probable que no se alcance el crecimiento del año pasado, debido principalmente a la adversa climatología, pero el reto es mantener esa tendencia alcista”. En el plano comercial, el melón Bouquet está logrando un mayor reconocimiento en el mercado. Por lo que la premisa es “seguir haciendo camino sin perder el ritmo”. ■

“Esta campaña, en la que puede pasar de todo, va a suponer un desafío para toda la cadena, y seguro que sacamos conclusiones que nos ayudan a estar mejor posicionados para el futuro”

está siendo más lenta y reducida de lo esperado. Otra de las consecuencias de las lluvias es el problema que está habiendo con los rendimientos, que están siendo mucho menores de lo normal para estas fechas. Así mismo, las lluvias, las bajas temperaturas y la falta de sol han hecho que la polinización sea irregular, y como resultado ahora se está confirmando una importante incidencia de ‘ahuecado’ en algunas variedades de sandía.

En resumen, no está siendo un inicio de campaña fácil.

VF. *¿Las perspectivas son algo más positivas en las producciones al aire libre de Murcia?*

CN. Aquí también se confirma un retraso de los primeros cortes, que tradicionalmente suelen comenzar a partir del 10 de junio. Este retraso va a hacer que entre el 10 de junio y el 10 de julio haya una bajada generalizada de disponibilidad de producto.

La evolución de las plantaciones está siendo muy irregular en el Levante, por lo que la oferta se va a ver afectada de forma generalizada en España. También hay que tener en cuenta que en todas las plantaciones en las que haya coincidido la puesta de las colmenas con las lluvias, el proceso de polinización habrá sido igualmente problemático, afectando así a la producción final.

En definitiva, desde el inicio de la temporada la situación con la oferta está siendo muy convulsa.

VF. *Este año, con una menor disponibilidad de producto, ¿los precios serán mejores que el año pasado, que se caracterizó por sus bajas cotizaciones?*

CN. En esta campaña puede pasar de todo. Esta situación no es buena para nadie. No es buena para el productor porque no tiene el rendimiento esperado en el campo y por lo tanto tiene que subir los precios para cubrir sus costes. No es buena tampoco para el canal, porque limita su volumen de ventas. Y tampoco es buena para el consumidor porque ante precios más altos, limita su gasto en la cesta de la compra.

Está claro que una menor oferta está ligada a un mayor precio de venta. Ahora mismo, Senegal y Centro América están en la recta final de su temporada, lo que significa que España será en las próximas semanas la única suministradora de sandía en Europa. Esto ayudará a mantener los precios en niveles más altos que el año pasado.

Sin embargo, este precio más alto es un arma de doble filo. Puede ocurrir que, ante una menor oferta española y más cara, el canal esté buscando alternativas al producto español. Esto podría representar una oportunidad para la competencia.

VF. *En este periodo, ¿qué países se considerarían competidores de España como suministrador de sandía en Europa?*

CN. Por ejemplo, Marruecos. Como dato revelador, la importación de Francia de sandía marroquí, que es una variedad alargada, se ha multiplicado por

cinco en los últimos cuatro años. Con esta progresión, ¿quién nos asegura que Marruecos, en los próximos años, no mejorará su producción y con ello su oferta de sandía? O ¿qué pasará en el mes de junio cuando los italianos o los griegos lleguen con su calendario normal de producción y España tenga volúmenes reducidos y precios altos?



Los constantes episodios de lluvias están teniendo unas consecuencias preocupantes en las plantaciones de sandía y melón. / ARCHIVO

Por lo tanto, la situación es delicada. Habrá precios más altos, pero hay que tener cuidado porque estamos abriendo la puerta a que otros países competidores tengan acceso a los programas que, a día de hoy, domina España. En el momento que cedes tu terreno, luego es muy difícil recuperarlo.

VF. *En definitiva, ¿otro año complicado?*

CN. Sí, va a ser otra campaña complicada. Desde luego va a suponer un desafío para toda la cadena y seguro que sacamos conclusiones que nos ayudan a estar mejor posicionados para el futuro.




30 años

producto 100% nacional

PIONEROS en SANDÍAS SIN PEPITAS

RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO

comprando sandías sin pepitas BOUQUET Stars estamos cultivando el futuro de nuestros agricultores

otras iniciativas en bouquet.es



Una BUENA IDEA que te hace la vida más fácil y que perdura en el tiempo GRACIAS A NUESTROS AGRICULTORES.



Y SEGUIMOS CULTIVANDO FUTURO ●●●●●