



valencia fruits •

dossier

Melón

Sandía 2

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Las producciones españolas de sandía y melón se han visto muy condicionadas por los fenómenos meteorológicos de los últimos meses: primero sequía y luego tormentas. Ambos fenómenos en la versión más extrema en décadas.

Tal como explica, Paco Borrás, consultor hortofrutícola, “cambio climático o no, está claro que esta primavera y la del año pasado han sido muy diferentes a lo que estamos acostumbrados. En toda la costa mediterránea, desde mediados de marzo, se han registrado fuertes lluvias, en muchos casos incluso violentas granizadas: fenómenos meteorológicos que han afectado a la fruta en el campo durante su periodo más delicado de desarrollo, el cuajado”.

En mayo, la costa mediterránea se vio afectada por una DANA, que “trajo en un día la misma cantidad de lluvia que se registra habitualmente en un año. Estos fenómenos se produjeron principalmente en Murcia y el sur de Alicante”.

Como consecuencia de los fenómenos climáticos adversos, “las producciones de este año no están alcanzando los volúmenes esperados: primero debido a que muchos productores tenían sus campos totalmente inutilizables por las inclemencias meteorológicas y, por otro, por las menores cantidades disponibles por culpa de los problemas de cuajado registrado”.

La tendencia actual es, tal como señala Paco Borrás, “la de una demanda superior a la oferta” pero, a pesar de todo, “los consumidores siguen comprando a los precios ofertados como si estuvieran resignados”. Por ejemplo, “los precios en España, en la semana del 10 de julio, en una tienda de descuento eran de 1,39 euros por kilo para la sandía negra sin pepitas, 1,29 euros por kilo para el melón Piel de Sapo, y 1,19 euros por kilo para la sandía rayada sin pepitas”.

■ ALMERÍA

Analizando las distintas zonas productoras nacionales, de sur a norte, Almería inició su campaña con las producciones bajo invernadero, en el mes de abril, con volúmenes reducidos, precios elevados, excelente calidad y una moderada competencia de Sudamérica, Senegal y Mauritania, según el análisis del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Sin embargo, en la segunda semana de mayo los precios cayeron precipitadamente debido a la confluencia de una elevada producción y condiciones meteorológicas desfavorables en Europa, que afectaron con posterioridad a España, frenaron la demanda de sandía y provocaron un desequilibrio entre oferta y demanda. Sin embargo, el ascenso de temperaturas a finales de mayo en Europa y España favoreció la subida de los precios en origen, alcanzando los 0,35 euros/kilo. Una tendencia que se mantuvo hasta el final de la temporada de las producciones bajo invernadero a mediados de junio.

Por su parte, la campaña de melón almeriense comenzaba con elevadas cotizaciones que, al igual que pasaba con la sandía, se precipitaban en el mes de mayo, cuando las lluvias y las bajas temperaturas llegaban a Europa y a España. A diferencia de lo sucedido en sandía, los pre-

Sin melones ni sandías en un verano caluroso

La cosecha española se ha visto reducida en todas las zonas productoras debido a las adversidades climáticas



La tendencia actual en el mercado es una demanda superior a la oferta y precios excepcionalmente altos. / ARCHIVO

cios del melón continuaron descendiendo hasta junio. Según los datos del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, el precio medio acumulado del melón hasta la semana 23 se aproximó a 0,58 euros/kg.

■ DURO GOLPE EN MURCIA

Las condiciones climáticas tan atípicas, con temperaturas muy elevadas durante los primeros meses del año junto a las abundantes lluvias a final de primavera, además de adelantar el final de las campañas andaluzas de melón y sandía, han supuesto un duro golpe para las producciones murcianas. Las lluvias y el granizo, que cayeron con virulencia en Cartagena y Lorca —las principales zonas productoras murcianas— han ocasionado grandes daños en las plantaciones. De hecho, Murcia está atravesando una de las campañas más complicadas que se recuerdan, con pérdidas devastadoras. Los productores murcianos calculan que dos tercios del total de la producción prevista se han perdido debido a la adversa meteorología.

Además del detrimento directo de frutos por rajado a causa del exceso de humedad, también se han constatado problemas por defectos en la piel, proliferación de plagas y calibres más peque-



En Castilla-La Mancha, la Interprofesional confirma una superficie total de 3.300 h de sandía y 5.500 h de melón. / ARCHIVO

ños en la fruta que se ha podido salvar... Si a todo esto se suma el aumento de los costes de producción, el resultado: faltan melones y sandías, hay desabastecimiento en los mercados y los precios están disparados. Pero estos precios ‘locos’, que en sandía han alcanzado el euro por kilo en campo, no consiguen que los productores murcianos recuperen todo lo que han perdido.

■ PRESIÓN EN LA MANCHA

Desde la Interprofesional del Melón y Sandía de Castilla-La Mancha, al inicio de la siembra en el mes de abril, se confirmaba una superficie total de 3.300 hectáreas de sandía (un +10%) y 5.500 hectáreas de melón (un -5%).

Después de un inicio de primavera tranquilo en lo meteorológico, a pesar de la sequía constante que sufre la zona, a finales de mayo llegaron las lluvias, y las abundantes precipitaciones provocaron un vuelco en las plantaciones al pasar de una situación de sequía a intensos aguaceros. Las siembras tempranas con manta térmica, que suponen alrededor del 10% de la superficie, fueron las más afectadas al producirse un parón vegetativo y una mayor incidencia plagas y enfermedades. Desde la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya, su presidente, Ramón Lara, advierte que la primera consecuencia de todo esto será el retraso de los primeros cortes. “En sandía, por ejemplo, la previsión es comenzar a cortar en la cuarta semana de julio, casi diez días más tarde respecto al año pasado; y en melón nos moveremos en fechas similares a la sandía, sobre el 25 de julio”.

En cuanto a las previsiones de cosecha, la Interprofesional ha estimado para la campaña manchega rendimientos similares a 2022, esto es, 65.000 kilos por hectárea de sandía y entre los 35.000 y 40.000 kilos de melón por ha.

Sobre las sensaciones que transmite la temporada, Ramón Lara señala que en volumen “no esperamos que sea un ‘campanón’, como mucho, será una campaña normal”. Pero lo que sí se espera que sea una buena temporada en ventas y precios a tenor del ansia que hay por que lleguen las sandías y melones manchegos, después del desastre de la temporada murciana. No obstante, en La Mancha nadie quiere dar por sentada esta sensación. “Con el fallo de producción en Murcia y viendo los precios de mercado, todo parece indicar que La Mancha comenzará en buenos niveles. Pero lo que pueda suceder meses fuertes de campaña es imposible saberlo, todo dependerá del calor que haga en Europa en los meses de agosto y septiembre”.

Efectivamente cerrar una campaña en positivo dependerá de lo altas que sean las temperaturas tanto en España como en Europa —sobre todo en los países más consumidores como Alemania, Francia y Países Bajos—. El año pasado, el final de campaña fue excelente, con un mes de septiembre muy activo en ventas gracias a las altas temperaturas en Europa. Los precios pagados en campo el año pasado alcanzaron promedios de 0,40 euros el kilo de sandía y de 0,21 euros el kilo de melón. Para este año se espera, por lo menos, alcanzar estas cifras y, por qué no, superarlas, ¡qué falta le hace al sector!

La DANA que en mayo afectó a la costa mediterránea trajo en un día la misma cantidad de lluvia que se registra habitualmente en un año

Los productores murcianos calculan que dos tercios del total de la producción prevista se ha perdido debido a la adversa meteorología

Con el ascenso de temperaturas a finales de mayo en Europa y España, la sandía almeriense alcanzó un precio en campo de 0,35 euros/kilo. Una tendencia que se mantuvo hasta el final de la temporada

Los precios en España, en la semana del 10 de julio, en una tienda de descuento eran de 1,39 euros por kilo para la sandía negra sin pepitas, 1,29 euros por kilo para el melón Piel de Sapo, y 1,19 euros por kilo para la sandía rayada sin pepitas

Con el fallo de producción en Murcia y viendo los precios de mercado, todo parece indicar que La Mancha comenzará con buenas cotizaciones



an AgroFresh solution

SmartFresh™ ProTabs lleva tu fruta más lejos.

- Ayuda a mantener la firmeza de la pulpa del melón.
- Retrasa la desecación del pedúnculo.
- Mantiene la apariencia externa.
- Conserva la calidad organoléptica por más tiempo.

AgroFresh

We Grow Confidence™

agrofresh.com

**RESPONSABLE COMERCIAL
ESPAÑA/NORTE:**

Hugo Rodríguez
Tel: 608 092 423
hrodriguez@agrofresh.com

REGIÓN DE MURCIA:

Alvaro Payá
Tel: 696 447 132
apaya@agrofresh.com

SUR/EXTREMADURA:

Daniel Fernández Pastrana
Tel: 696 447 137
dpastrana@agrofresh.com

Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo.

©2023 AgroFresh. Reservados todos los derechos. SmartFresh es una marca registrada de AgroFresh.

AVISO: AgroFresh no emite ninguna declaración ni garantía en cuanto a la integridad o exactitud de cualquier información contenida en este documento. Los términos completos están disponibles en www.agrofresh.com/terms-conditions

Murcia vive una de las peores campañas de melón y sandía

Dos tercios de la producción se ha perdido debido a las inclemencias meteorológicas

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

“Es una de las peores campañas de melón y sandía que recuerdo en Murcia”. Estas palabras del presidente de la Sectorial de Melón y Sandía de Proexport, José Cánovas, plasman el sentir general del sector murciano ante una temporada extremadamente complicada en la que se han perdido gran parte de las cosechas en los campos de la Región debido a la adversa meteorología.

Este año, los productores de melón y sandía españoles se han visto sorprendidos por un cambio drástico de la campaña en un periodo de apenas tres semanas. Una vez más, el clima ha jugado un papel clave en la producción que, del mes de mayo a los meses de junio y julio, han pasado de la sobreoferta en los mercados y el hundimiento de las cotizaciones en origen, al desabastecimiento y a un alza importante de los precios, pero será complicado que compensen las importantes pérdidas de cosecha.

José Cánovas explica que “la campaña arrancó en Almería en un entorno con temperaturas más altas de lo habitual durante los meses de marzo y abril, lo cual tuvo como consecuencia



José Cánovas explica la complicada situación de los productores y pide comprensión al resto de la cadena. / PROEXPORT

directa que se adelantase y acelerase la producción. En mayo, cambió el tiempo y sufrimos el impacto de las numerosas tormentas que se desencadenaron de forma intermitente durante tres semanas seguidas, justo cuando la producción estaba a punto de recolectarse en la

Región de Murcia y el este de Almería”.

A esos fenómenos siguió el granizo, caído junto con las lluvias torrenciales que acompañaron a las tormentas, lo que afectó de forma negativa a las producciones murcianas y muchas de ellas quedaron destrozadas, aparte de generar problemas fitosanitarios de toda clase, como el oídio y el mildiú.

“Hasta el momento, la temporada de melón y sandía en la Región de Murcia se está desarrollando muy mal debido a la adversa meteorología. Agricultores y empresas esta-

mos sufriendo mucho por esta situación”, señala el presidente de la Sectorial de Melón y Sandía de Proexport.

Según explica José Cánovas, el mal tiempo sufrido durante el mes de mayo, caracterizado por fuertes tormentas acompañadas ocasionalmente por granizo, ha provocado que “se pierdan dos tercios de la producción prevista para esta temporada, y el cultivo del melón se ha visto más afectado que la sandía”.

La situación que se vive esta campaña está generando tensiones comerciales. Actualmente el volumen disponible, tanto de melón como de sandía, no permite atender el volumen de demanda existente. En este sentido, el dirigente de la asociación confirma que “hay desabastecimiento en los mercados. Nuestros clientes están informados y estamos manteniendo una comunicación muy estrecha con ellos, haciendo todos los esfuerzos posibles para suministrar de la forma más racional las cantidades disponibles y esperando que la situación se normalice lo antes posible. Esperamos recuperar la normalidad hacia la última semana de julio, en la zona norte de la región”.

“Agricultores y empresas estamos soportando terribles pérdidas no esperadas, derivadas de un factor meteorológico contra el que nada podíamos hacer. Pedimos comprensión a todos nuestros clientes, con los que estamos trabajando estrechamente estas semanas”, concluye el presidente de la Sectorial de Melón y Sandía de Proexport, José Cánovas.

Valencia Fruits donde y como quieras

Recibe **Valencia Fruits** cada semana. Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

valencia fruits

Valencia Fruits y Anuario*

- España: 187,50 Euros (IVA incluido)
- Europa: 320,00 Euros
- Resto países: 395,00 Euros

Anuario Hortofrutícola

- Suscriptor VF: 35,00 Euros (+envío)
- No suscriptor VF: 60,00 Euros (+envío)

(Anotar X en la forma elegida)

* Valencia Fruits incluye el envío del semanario durante un año y del Anuario a la dirección del suscriptor

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

EMPRESA: _____ DNI/NIF: _____
 DE ACTIVIDAD: _____ CP: _____
 CON DOMICILIO EN: _____ NÚMERO: _____ TEL.: _____
 CALLE: _____
 E-MAIL: _____
 DESEA SUSCRIBIRSE AL SEMANARIO VALENCIA-FRUIT, POR EL PLAZO DE UN AÑO, HACIENDO EFECTIVO EL IMPORTE DE LA SUSCRIPCIÓN POR:

BANCO/CAJA: _____ IBAN Nº _____
 Firma _____

Enviar por e-mail a Valencia Fruits: info@valenciafruits.com o por correo postal a Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6 - 46005 VALENCIA



**Sani
Fruit**
Healthy Fruiture

LA ÚNICA SOLUCIÓN DEL MERCADO
PARA EL TRATAMIENTO
EN LA **POSTCOSECHA
DEL MELÓN**



SANIMELON

www.sanifruit.com



RAMÓN LARA / Presidente de la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya

“No es bueno que haya nervios ni tampoco necesitamos que vengan a ponernos nerviosos”

Desde la Cooperativa Nuestra Señora de Peñarroya, su presidente, Ramón Lara, avanza las primeras cifras de la campaña 2023 de melón y sandía en La Mancha. Una campaña que, a priori, transmite buenas sensaciones a pesar de los efectos que las tormentas de primavera han ocasionado en las plantaciones más tempranas. Con la falta de producto en Murcia, los compradores esperan impacientes el inicio de la temporada manchega, pero las prisas nunca son buenas.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Para empezar hagamos un balance de la campaña 2022. ¿Cómo la describiría?

Ramón Lara. El año pasado, en sandía, fue una de las mejores campañas de los últimos tiempos, extraordinaria. En melón, podemos decir que fue una campaña buena. En general, en 2022 muchos agricultores manchegos obtuvieron buenos réditos con sus producciones. ¡Ojalá este 2023 sea igual que el año pasado!

VF. Con este deseo en mente, ¿cuál es la situación en el campo con el tiempo tan atípico que estamos teniendo?

RL. Hay cierta incertidumbre precisamente por las tormentas que se están sucediendo desde finales de junio. La primera consecuencia es una demora en la evolución de las plantaciones, con lo cual se esperan también retrasos en los primeros cortes. En sandía, por ejemplo, la previsión es comenzar a cortar en la cuarta semana de julio, casi diez días más tarde respecto al año pasado. En melón, nos moveremos en fechas similares a la sandía, sobre el 25 de julio, que es la fecha tradicional del inicio de los primeros cortes en La Mancha.

VF. ¿Ha habido mayor incidencia de plagas y enfermedades por las lluvias caídas?

RL. Así es. Estas tormentas primaverales, además de afectar al cuajado de los frutos, también han ocasionado una mayor incidencia de oídio y mildiu. Son enfermedades presentes en las plantaciones, que los productores tratan sin grandes problemas, pero este año, se han tenido que



Ramón Lara explica que hay incertidumbre por las tormentas. / ARCHIVO

pero sí habrá menos volumen en la primera parte de la campaña debido al problema de cuajado de las plantaciones más tempranas bajo manta térmica, dando como resultado frutos de menor calibre. Otras de las consecuencias será un retraso en los primeros cortes y un solapamiento con las plantaciones a campo abierto.

VF. ¿Hay nervios entre los productores ante la presión de

reforzar los controles y pases, lo que ha supuesto un coste más.

VF. ¿Cuáles son las cifras en superficie de producción que presenta La Mancha en su campaña 2023 de melón y sandía?

RL. La superficie de cultivo en La Mancha se ha cifrado en 5.500 hectáreas para melón, un 5% menos en comparación al año pasado, y en sandía hay 3.300 ha, un +10% respecto a 2022. Este +10% es un incremento sostenido que refleja la precaución que ha primado este año entre los productores después del batacazo vivido hace dos campañas, que tras el gran aumento de la superficie, el mal tiempo en Europa hizo caer la demanda y sobró mucha sandía.

VF. ¿Hay nervios entre los productores ante la presión de

los compradores por el fallo de Murcia?

RL. Por el momento, nervio por comenzar no hay porque a las plantaciones todavía les quedan tres semanas. No es bueno que haya nervios ni tampoco necesitamos que vengan a ponernos nerviosos. Ahora mismo, lo que más preocupa son las tormentas y los efectos que esta agua de lluvia tenga en el campo. Desde la cooperativa, el mensaje a los socios es clara y tajante: no cortar en verde. El mercado está esperando a que lleguen los melones y las sandías de La Mancha, y esto es muy buena noticia, pero la clave aquí es que llegue bien, en su momento justo y con producto en su punto óptimo de maduración, no antes, porque por mucha demanda que haya, si defraudas al consumidor, es una venta que pierdes.

VF. ¿Cuáles son las sensaciones del presidente de la Cooperativa de Nuestra Señora de Peñarroya?

RL. En volumen, no esperamos que sea un ‘campañón’, como mucho, será una campaña normal. Hacer previsiones de precios cuando faltan tres semanas para empezar es muy aventurado. Lógicamente, con el fallo de Murcia y viendo los precios de mercado, todo parece indicar que La Mancha comenzará en buenos niveles. Y en los meses fuertes de campaña, todo dependerá del calor que haga en Europa en los meses de agosto y septiembre.

VF. ¿Cuál sería el baremo ideal de precios este año?

RL. Los costes de producción continúan en niveles altos, si bien en los últimos meses los precios de los insumos son más bajos en comparación al año pasado.

Así pues, para la sandía manchega cultivada a campo abierto, 0,80€/kilo para el agricultor sería un precio extraordinario; mientras que en melón, todo por encima de 0,30€/kilo para el productor son buenas cifras.

VF. ¿La Mancha ya es más ‘sandiera’ que ‘melonera’?

RL. La superficie en melón aún sigue por encima de la sandía aunque en volumen, la sandía ya lo ha superado. Es la tendencia de los últimos años. A parte de sus ventajas comerciales, por su buena salida en la exportación, a nivel agronómico también es un cultivo más fácil de trabajar. Por ejemplo, en lo referente a las tierras, el melón es más ‘señorito’ al no poderse cultivar más de dos años seguidos, teniendo que dejar el tercero en barbecho o plantar otro tipo de cultivos como la cebolla, mientras que la sandía, menos exigente, sí se puede plantar año tras año sin tener que descansar o sustituir cultivos. En el tema de tratamientos también hay diferencias, siendo el melón más sensible que la sandía, por lo que exige más control y más gasto. Por lo que respecta a las variedades, la sandía vuelve a ofrecer más ventajas ya que hay tres tipos que funcionan muy bien y responden a las demandas tanto de los productores como de los clientes y consumidores finales. En el melón Piel de Sapo, por el contrario, hay tal oferta de variedades diferentes, sin que ninguna alcance el grado de satisfacción deseado, que no ayuda al agricultor a la hora de decidir por cuál decantarse. Y como última ventaja destacar el rendimiento en campo, donde una vez más gana la sandía al ser mucho más productiva que el melón.

VF. ¿En los últimos años también se ha visto un incremento de las cifras de exportación en La Mancha?

RL. Así es, y este mayor peso de la sandía en La Mancha ha venido propiciado, precisamente, por el incremento de la exportación. Se trata de un producto que en Europa gusta mucho y que cuando hace calor su demanda se dispara. El hecho de que en los meses de agosto y septiembre, La Mancha sea una de las zonas en Europa con producto ha generado una mayor presencia de compradores internacionales. Por ejemplo, el año pasado, Alemania —el primer mercado de exportación para la sandía nacional— importó desde España 200.000 toneladas, de las cuales el 50% procedían de La Mancha.

Estos buenos números en exportación también están ayudando al melón Piel de Sapo en su salida a Europa, ya que muchos clientes que compran sandías también incluyen algunas partidas de ‘melón verde’ (como se conoce al Piel de Sapo en Europa). Son muchos años los que La Mancha está intentando abrirse camino en Europa con este tipo de melón, pero está costando porque no es un producto tan conocido y el consumidor europeo se muestra reticente a probarlo por su color verde exterior y tamaño, muy diferente a los melones tradicionales que se consumen en Europa como el Galia, el melón amarillo o el Cantaloup.

La magia de ser agricultor

@agricolajjf

 info@agricolajjf.es
 www.agricolajjf.es

LIDER VILLACONEJOS[®]

*El Melón por
Excelencia*

Calidad, Servicio y Compromiso



www.lidervillaconejos.com



AGUSTÍN BORJA / Agroborja SL.

“Agroborja sigue creciendo en sandías y melón garantizando calidad en sus productos”

La familia Borja, ‘sandiera’ desde sus orígenes, con paciencia y tesón ha convertido Agroborja SL en una de las empresas con mayor peso en la producción y comercialización en la comunidad autónoma de Castilla La Mancha. Con una superficie de cultivo de 280 hectáreas y una producción de 20 millones de kilos entre sandía y melón, Agustín Borja (segunda generación al frente del negocio familiar) relata cómo ha sido el inicio de la temporada en el campo y cuál es el ambiente comercial a falta de pocas semanas de comenzar a cortar las primeras sandías manchegas.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. Después del buen sabor de boca que dejó la campaña 2022 de sandía en La Mancha, ¿cómo ha planificado Agroborja sus plantaciones este año?

Agustín Borja. Efectivamente, el año pasado fue un año extraordinario si bien faltaron kilos en el mes de septiembre debido a las olas de calor de julio, que afectaron a la floración de las plantaciones más tardías. En general, fue una temporada, que como bien has apuntado, dejó un buen sabor de boca.

En lo que respecta a la planificación de la cosecha de 2023 en Agroborja, no hay cambios en relación a los últimos años. Nuestras cifras giran en torno a 200 hectáreas de producción propia y 80 hectáreas de agricultores asociados en melón y sandía.

VF. ¿Cómo han vivido estos meses marcados por la sequía y las tormentas de primavera?

AB. En La Mancha, los productores vivimos en una situación de sequía permanente, con restricciones en las dotaciones de agua para riego desde hace años, por lo que no hay otra que adaptarse a ello. Está claro que no es lo mismo sembrar en suelo húmedo que seco, como ha ocurrido este año. De todas formas, las primeras plantaciones se están desarrollando de forma correcta. En abril, cuando comenzamos a sembrar las temperaturas eran altas y no hizo falta poner manta térmica.

En lo que respecta a las tormentas, el agua que ha caído en la zona de Manzanares y Daimiel —donde están ubicadas nuestras plantaciones—, ha sido literalmente una bendición. No es el caso de Tomelloso, Argamasilla de Alba y Cinco Casas, donde las lluvias han sido más fuertes y han



Agustín Borja opina que septiembre será un mes fuerte de oferta en melón de Castilla-La Mancha. / AGROBORJA SL

“En melón todavía seguimos buscando esa variedad que cumpla con las expectativas del productor, comercializador y consumidor”

afectado al proceso de cuajado de las plantaciones realizadas en abril.

VF. En estas zonas, precisamente debido a estas tormentas, se ha confirmado una mayor incidencia de oídio y mildiu. ¿En las plantaciones de Agroborja ha ocurrido lo mismo?

AB. Más que problemas de oídio y mildiu, lo que hemos tenido ha sido más trabajo de arado por la longitud que han alcanzado las hierbas además del ajuste en las labores en campo por las diferencias que hay entre el agua de riego y el agua de lluvia. Pero esto forma parte del día a día de los productores, que sabemos lo que hay que hacer.

VF. ¿Para cuándo están previstos los primeros cortes en la zona de Manzanares y Daimiel?

AB. En melón, las fechas de esta zona, es decir, sobre el 25 de julio, día arriba, día abajo. En sandía, es posible que la semana antes ya tengamos producto listo para cortar.

VF. Siendo especialistas en sandías desde sus orígenes, ¿están notando estos últimos años más competencia por el boom que se está dando en La Mancha en torno a su producción y comercialización?

AB. Una máxima en Agroborja es sembrar lo que vendemos. Si cada año sembramos más señal de que vendemos

más, a pesar de la competencia. La buena salida que tiene la sandía en exportación ha hecho que su volumen en La Mancha supere al melón y que más productores y comercializadores apuesten por su cultivo. Evidentemente hay más competencia, pero en Agroborja tenemos una demanda bien asentada y en crecimiento. Muestra de ello es que vamos incrementando superficie de cultivo temporada tras temporada, con una producción que supera los 20 millones de kilos.

Para mover 20.000 toneladas en poco más de dos meses hay que estar bien preparado tanto en el campo como en el almacén. Para ello reinvertimos los beneficios en la propia empresa ampliando y mejorando las infraestructuras; incorporando nuevas líneas de confección y maquinaria con la tecnología más puntera; y estando al día con las certificaciones que demandan tanto la exportación como la gran distribución...

“Para mover 20.000 t en dos meses hay que estar bien preparado tanto en el campo como en el almacén”

Agroborja sigue creciendo en sandías y melón de la Mancha garantizando calidad en sus productos.

VF. Hablando de exportación y la gran distribución, ¿qué peso tienen en la cartera de clientes de Agroborja?

AB. La gran distribución representa el 40% de las ventas, la exportación un 30% y el sector mayorista otro 30%.

VF. ¿Cuáles son las preferencias varietales de grupos de clientes?

AB. En Agroborja no hacemos distinciones varietales por clientes a la hora de planificar nuestras producciones, directamente cultivamos todas las tipologías de sandías comerciales, incluidas las variedades polinizadoras o microsemillas.

Una característica común entre los clientes es la preferencia de las sandías sin pepitas. En el tema calibres, los gustos no han cambiado en los últimos años, España quiere calibres grandes (las más cotizadas) mientras que Europa, habitualmente, pide piezas más pequeñas.

En cuanto al melón, dentro del tipo Piel de Sapo, la tendencia ahora son variedades con carne firme. Es lo que demanda el mercado, aunque opino que esto va en detrimento del sabor. Sea como sea, la realidad en torno al melón es que todavía seguimos buscando esa variedad que cumpla con las expectativas del productor, comercializador y consumidor. La oferta por parte de las casas de semillas es inmensa, todos los años nos ofrecen novedades, sin embargo, a día de hoy, no se ha logrado la variedad perfecta, todas tienen un ‘pero’.

VF. En estas semanas previas al inicio de la temporada de La Mancha, ¿hay nerviosismo entre los comercializadores?

AB. Sí hay muchos nervios debido a los problemas con la campaña murciana, en la que a parte de la gran caída de producción, hay bastantes problemas de calidad.

Pero los tiempos son los que son, y temporada en La Mancha llegará para finales de julio. Al principio los volúmenes no serán grandes y a medida que entremos en agosto, la oferta irá aumentando. Esto no es una novedad, es el inicio tradicional de cualquier campaña. La cuestión es que este año todo el mundo está nervioso porque el calor ha disparado el consumo y la faltan sandías y melones.

VF. Con este telón de fondo, ¿podemos prever que será una temporada con precios altos?

AB. Mejor no adelantarse a los acontecimientos. Está claro que con un mercado sin producto, sin solapamiento con Murcia y una demanda activa, los precios en la primera parte de la campaña manchega serán buenos. Pero ya veremos cómo se desarrolla la temporada cuando llegue la época fuerte y el tiempo que hace en esas semanas. En el campo se ven muchas plantaciones puestas para recoger en septiembre, por lo que será un mes fuerte de oferta. Habrá más o menos venta dependiendo del calor que haga.

**GRUPO NÚÑEZ
GARCÍA FILOSO, S.L.**

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
HORTOFRUTÍCOLAS



Fco. Javier Núñez: 669 955 196 · Paco Núñez: 696 980 499

Carretera Nacional 430, Km 365. Apdo. Correos 15413200, Manzanares (Ciudad Real).
Almacén: 926 614 281 · meloneselcaballeroandante@gmail.com · www.elcaballeroandante.net

SmartFresh™, la solución postcosecha para melones

Mantiene la firmeza de la pulpa por más tiempo, lo que contribuye a mejorar la calidad del producto

► AGROFRESH.

El melón es una fruta que sufre de un rápido deterioro y cuya calidad se ve afectada por largos envíos o por un almacenamiento prolongado. AgroFresh, empresa agrotecnológica especialista en soluciones postcosecha para conservar la calidad frutos, también ofrece soluciones para melones.

SmartFresh™ es la solución postcosecha para ayudar a mantener la frescura deseada por el consumidor. La tecnología actúa directamente sobre el proceso de maduración de los melones al ayudar a bloquear los receptores de etileno de la fruta. De esta manera, se inhibe la acción del etileno y el proceso de maduración se retrasa significativamente.

La firmeza de la pulpa del melón es una característica importante que influye en la calidad y el sabor del producto. Al aplicar SmartFresh™ al melón,

se ha demostrado que se mantiene la firmeza de la pulpa por más tiempo, lo que contribuye a mejorar la calidad del producto. Además, el Sistema de Calidad SmartFresh™ también tiene la capacidad de ayudar a mantener los niveles de azúcares ("Brix") del melón, lo que es fundamental para mantener su dulzura y sabor. Al prolongar la vida útil del melón, se pueden preservar los nutrientes y los sabores del fruto por más tiempo, lo que contribuye a la calidad del producto y al valor nutricional del mismo.

Asimismo, SmartFresh™ favorece el retraso del cambio de coloración de la corteza del fruto. El melón es conocido por su apariencia atractiva y su color vibrante, SmartFresh™ ayuda a preservar esta característica, manteniendo el color de la piel del melón durante más tiempo. Además, también

puede reducir la aparición de manchas marrones en la piel, lo que mejora la apariencia y la calidad del fruto.

Por otro lado, SmartFresh™ también puede contribuir a mantener el aspecto del pedúnculo, lo que es importante para su presentación y calidad en el mercado. La capacidad de SmartFresh™ para reducir la tasa de respiración y la producción de etileno del melón también ayuda a prevenir la descomposición del fruto y mantener su frescura durante más tiempo. El Sistema de Calidad SmartFresh™ es una herramienta valiosa para la industria del melón en postcosecha. Puede prolongar la vida útil del fruto, reducir la tasa de pérdida de peso, prevenir la descomposición y mejorar la calidad del producto. Además, puede reportar beneficios económicos para los productores y minoristas al me-



La firmeza de la pulpa del melón influye en la calidad y el sabor. / AGROFRESH

mejorar la apariencia y aumentar la demanda del producto.

SmartFresh™ está disponible en una variedad de formatos diseñados para adaptarse a las instalaciones o a los requisitos de las centrales hortofrutícolas de melón. Se puede emplear el Sistema de Calidad SmartFresh™ tanto en cámaras de conservación con aplicadores homologados por AgroFresh (SmartFresh™ ProTabs), como

en cámaras de volumen reducidos o en camiones (SmartFresh™ SmartTabs).

Para obtener más información, póngase en contacto con el representante local de AgroFresh o visite su página web Agrofresh.com/es.

Recuerde leer siempre la etiqueta y la información del producto antes de su uso y preste atención a las frases de advertencia y a los pictogramas.

Amador®
CALIDAD SUPREMA



FRANCISCO JAVIER NÚÑEZ / Director gerente de Grupo Núñez García Filoso S.L. El caballero andante

“Las fechas que manejamos en La Mancha es comenzar la campaña el 25 de julio”

La festividad de Santiago marca en La Mancha el inicio de la temporada, si bien esta fecha depende de las temperaturas registradas en primavera, pudiendo adelantar o retrasar los primeros cortes. Este año, en comparación al año pasado, la campaña manchega llega con 10 días de retraso, debido al problema de cuajado que presentan las variedades más tempranas a causa de las lluvias de junio. No es precisamente la mejor noticia visto el nerviosismo entre los compradores por la falta de género.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. A 4 de julio, ¿cuál es la situación en los almacenes de ‘El caballero andante’ a tenor de las últimas información de la acusada falta de producto en Murcia?

Francisco Javier Núñez. Desde el viernes 30 de junio, que vendimos los últimos melones de Montalbán (Córdoba) y Murcia, hemos pasado una semana sin género porque no hay melones ni sandías, y las perspectivas para cargar en esas zonas, por el momento, son pocas en los próximos días.

Contamos con un grupo de agricultores en estas zonas, con los que trabajamos desde hace muchos años, y por las informaciones que nos llegan, la situación en el campo es complicada por la falta de producto.

VF. El agua y el granizo son la razón del fallo de Murcia, pero la falta en Andalucía, ¿a qué se debe?

FJN. Por una parte, ante la falta de garantías de disponer de agua suficiente para riego a causa de la sequía, muchos agricultores —sobre todo de cara a las plantaciones tardías— no han querido arriesgarse a poner más melones ni sandías antes del inicio de La Mancha. Por otra, al no haber género suficiente en Murcia, los compradores y distribuidores se han ido directamente a Andalucía, donde se ha apostado por plantaciones tempranas y ciclo medio, pero no tardío. Con este panorama en campo y una demanda al alza en Europa, el resultado es esta falta de producto tanto en Andalucía como en Murcia.

VF. ¿Esta situación se trata de algo excepcional?

FJN. Realmente es una situación que, personalmente, ya veía venir cuando en primavera baja-



Núñez explica que muchos agricultores no han querido arriesgarse a plantar más melones por la sequía. / EL CABALLERO ANDANTE

mos a visitar las tierras de Córdoba y Murcia y comprobamos que en la zona andaluza no había plantaciones tardías, mientras que en Murcia, las previsiones

eran buenas, aunque luego todo se ha ido al traste por culpa de las tormentas de lluvias y granizo.

Así las cosas, ya preveíamos dos semanas complicadas antes



Núñez afirma que se espera una buena cosecha. / EL CABALLERO ANDANTE

“La filosofía del Grupo Núñez García Filoso es crecer poco a poco, pero con paso firme sin perder nuestra seña de identidad”

del inicio de la temporada de La Mancha, pero la realidad es que estos quince días se han convertido en un mes y la gente está bastante tensa, en general. A pesar de esta inactividad comercial temporal, en estos días el teléfono no deja de sonar con clientes nacionales e internacionales pidiendo melones y sandías. El calor aprieta en toda Europa y cuando las temperaturas suben, la demanda se dispara. La cuestión es que no hay género y hay clientes que lo entienden, mientras que otros no gestionan tan bien esta situación.

VF. ¿Esta tensión por la falta de producto también genera más presión en La Mancha por comenzar lo antes posible la temporada?

FJN. Después de lo vivido estos meses, todos preguntan cómo está la producción en La Mancha, si habrá kilos, cómo van las plantaciones, cuándo están previstos los primeros cortes...

El inicio de la temporada en La Mancha, tradicionalmente, está estipulado entre el 20 y 25 de julio, luego, si se adelanta o atrasa depende de la climatología en los meses de primavera. Si las temperaturas son altas en esos meses, la segunda semana de julio ya se puede empezar a cortar; si por el contrario la primavera ha sido fresca, el inicio puede retrasarse hasta la primera semana de agosto.

“Este año, ante la falta de producto en Andalucía y Murcia, compradores de Reino Unido, Países Bajos, Francia, Austria ya se han puesto en contacto con nosotros buscando sandías y melones”

VF. Hablando de fechas de inicio, ¿cuál es la previsión para este año?

FJN. Viendo la evolución de las plantaciones propias y la de los agricultores con los que trabajamos, todas cultivadas a campo abierto, las fechas en las que nos movemos son más o menos las tradicionales, es decir, entre el 20 y 25 de julio. Es muy probable que nos vayamos hacia el 25 ya que las variedades más tempranas han sufrido por las lluvias de junio, retrasando el cuajado.

VF. ¿Se espera un aumento de los cortes en verde ante la presión comercial?

FJN. Espero que no suceda, pero en el caso hipotético de que pasara, empresas como la nuestra tenemos la obligación de controlar esas prácticas para que a los almacenes lleguen únicamente melones y sandías cortadas en su momento óptimo de maduración.

VF. ¿Qué otros daños están ocasionado las tormentas que se vienen sucediendo desde finales de mayo?

FJN. El agua que está cayendo, en modo de tormentas breves pero intensas, a la planta, no le sienta especialmente bien. Se están dando más problemas de raíces, de oídio o mildiu... y los productos fitosanitarios autorizados no son tan eficientes. Esta falta de eficacia implica realizar más pases con su consiguiente gasto, incrementando así los altos costes de producción que ya tenemos.

VF. ¿Qué podemos decir del volumen de cosecha que espera este año el Grupo Núñez García?

FJN. Salvo estas primeras plantaciones mencionadas anteriormente, que darán menos volumen por problemas de cuaje, el resto, por el momento, evoluciona correctamente, por lo que esperamos una buena cosecha, con calidad y buenos calibres, y con una previsión de crecimiento en ventas.

VF. ¿Hay novedades en la cartera de clientes del grupo?

FJN. La filosofía del Grupo Núñez García Filoso es crecer poco a poco, pero con paso firme sin perder nuestra seña de identidad que es calidad y servicio. Unos años más otros años menos, la empresa va creciendo ampliando su cartera de clientes, tanto nacionales como internacionales.

VF. ¿Han constatado una mayor demanda internacional?

FJN. Sí, en particular estos dos últimos años. El año pasado, en la parte final de la campaña, el calor apretó en Europa y hubo gran demanda de sandías, y fueron numerosas las llamadas de exportadores interesados en trabajar con nosotros.

Este año, ante la falta de producto en Andalucía y Murcia, compradores de Reino Unido, Países Bajos, Francia, Austria ya se han puesto en contacto con la empresa.

Melones Sandías
EL OASIS De La Mancha
C/ Cañizares, s/n 13220 LLANOS (C. Real)
Tel. 926644002 FAX 926644114

Los Llanos
Soc. Coop. de Castilla La Mancha
la sin de llanos

LLANERO
Cañizares s/n 13220 Llanos - C. Real
Tel. 976 644 000 Fax 976 644 111

Soc. Coop. Ltda. del Campo
“Los Llanos”

OFICINAS:
Cañizares, s/n
Tel.: 926 64 40 02
Fax: 926 64 41 14

ALMACENES:
Los Pozos, s/n
losllanos@ucaman.es
LLANOS DEL CAUDILLO (Ciudad Real)

ÓSCAR AGUDO / Jefe de Almacén y Ventas de la SAT Tío Cacheje

“Lo que está pasando este año es algo que no se había vivido nunca”

Sin melones ni sandías que vender en este mes de julio, desde la SAT Tío Cacheje, su jefe de almacén y ventas, Óscar Agudo, explica cómo están afrontando este periodo, nunca visto antes, con los almacenes vacíos de género por el fallo de producción en Murcia y el final adelantado de Andalucía. Una vez más, la climatología juega otra mala pasada. Sin embargo, desde Tío Cacheje no pierden el ánimo y esperan que con la llegada de la temporada manchega, la situación se normalice.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. ¿Cómo definiría la evolución de Tío Cacheje en estos últimos años?

Óscar Agudo. La empresa ha seguido creciendo en volumen de ventas, abriendo nuevos caminos en exportación y mejorando sus infraestructuras instalando placas solares y renovando maquinaria.

VF. Siendo como es la empresa especialista en melón de Piel de Sapo, ¿cómo han vivido el ‘boom’ de la sandía?

OA. En Tío Cacheje seguimos la tendencia del mercado y cada vez comercializamos más sandías, aunque nuestro fuerte sigue siendo el melón Piel de Sapo.

En cuanto al ‘boom’ de la sandía, estamos contentos con los resultados que estamos obteniendo con este producto y con las oportunidades comerciales que nos está brindando. En cifras porcentuales, podemos decir que la media anual se reparte en un 70/30 por ciento a favor del melón Piel de Sapo, ya que Tío Cacheje cubre toda la campaña de melón, incluyendo la contraestación.



Según afirma Agudo, Tío Cacheje se adapta a las tendencias del mercado. / VF

“Las fuertes lluvias de mayo y junio han arrasado las plantaciones que tendríamos que estar recogiendo en estos días y los almacenes ahora mismo están vacíos”

No obstante, en plena campaña de sandías, en los meses de junio, julio y agosto, este porcentaje se sitúa en un 60/40, es decir, baja en melón y sube en sandía.

VF. ¿Ha habido cambios en el circuito comercial de Tío Cacheje?

OA. Nosotros seguimos apostando por nuestros clientes habituales del circuito mayorista,



Tío Cacheje es una empresa especialista en melón Piel de Sapo. / ARCHIVO

pero en los últimos años hemos conseguido posicionarnos bien como proveedores de cadenas de supermercados nacionales, donde se constata una clara preferencia por la sandía, especialmente la negra sin pepitas, que es la variedad que trabajamos en Tío Cacheje junto con el melón Piel de Sapo.

VF. ¿Qué podemos decir de la campaña 2023, marcada por una fuerte falta de producto en origen?

OA. Lo que está pasando este año es algo que no se había vivido nunca, al menos en las empresas comercializadoras de Villacanejos y La Mancha.

Literalmente, no hay producto. Las fuertes lluvias de mayo y junio han arrasado las plantaciones que tendríamos que estar recogiendo estos días y la realidad es que los almacenes ahora mismo están vacíos de género.

VF. ¿No se veía venir este desabastecimiento?

OA. Con toda el agua que cayó, justamente en plena zona de melones y sandías, éramos conscientes de la pérdida de cosecha y de los problemas cualitativos que habría una vez se secaran las plantas. La cuestión es que la realidad ha sido peor de lo imaginado y se está alargando más de lo esperado.

VF. Imaginamos que estarán esperando ansiosos a que comience La Mancha, ¿no?

OA. Así es, pero la temporada manchega también llega con retraso por culpa de las lluvias

de primavera que han afectado al cuajado de las plantaciones más tempranas y la cosecha llega retrasada y con calibres más pequeños.

VF. ¿Cuándo prevé que la situación se normalice?

OA. No será antes de principios de agosto. Esto significa que se ha perdido prácticamente todo el mes de julio de ventas, un periodo muy potente a nivel comercial.

VF. ¿Qué podemos avanzar del tema precios?

OA. Lo único que podemos decir es que en estos momentos los precios están ‘locos’ y no sirven como referencia una vez se normalice la situación.


En La Mancha hay volumen, por lo que la oferta será buena. En principio se prevén precios por encima de la media, pero todo dependerá de la demanda, de la presión que haya en los mercados, y sobre todo del calor que haga en agosto y septiembre.

VF. ¿Hay preocupación en Tío Cacheje?

OA. Analizando la situación actual, hay preocupación y bastante incertidumbre. Preocupación por la pérdida de ventas en un periodo importante comercialmente para la empresa, e incertidumbre ante lo que pasará a partir de ahora.


Pero hay que mantener el optimismo y afrontar lo que resta de la temporada nacional con fuerza y ánimos renovados. ¡No queda otra!

STAY COOL AND RELAX



msc.com/fruit

Con MSC puedes llegar a cualquier mercado del mundo. Gracias a décadas de experiencia, podemos cuidar de tu mercancía 24/7, ya sea en puertos, mares, camiones o trenes. Puedes confiar en nuestros equipos locales para cumplir con los requisitos especiales de tu cadena de suministro.



MOVING THE WORLD, TOGETHER.

ANTONIO AGUDO / Responsable de Ventas de 'El Melonero' SAT Hnos. Agudo Contreras

“Nos encontramos ante un panorama incierto y sin precedentes”

Prácticamente el 80-90% de los melonares que El Melonero tenía previsto recolectar a finales de junio y durante todo el mes de julio, se han secado por completo, generando una importante carencia de producto. En estas semanas tan complicadas desde Hermanos Agudo Contreras están haciendo todo cuanto está a su alcance para satisfacer la demanda de sus clientes mientras esperan al inicio de la campaña manchega. El responsable de Ventas, Antonio Agudo, señala que todo el equipo de El Melonero “trabajamos con ganas e ilusión para remontar el trance tan delicado que nos ha tocado vivir durante esta campaña, y esperamos que los próximos meses se desarrollen con normalidad y nos permitan abastecer a nuestros clientes como siempre hemos hecho”.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. En mayo, en plena campaña almeriense, desde El Melonero se confirmaba que “el volumen de producción no se ha visto mermado, los calibres son adecuados para satisfacer la demanda y la relación calidad precio de nuestra materia prima está garantizada”. ¿Qué balance realiza de la campaña almeriense tras su conclusión?

Antonio Agudo. La campaña de Almería, afortunadamente, se ha desarrollado con normalidad. En lo que a calidad respecta, la materia prima ha sido bastante buena; así como el volumen de producción ha estado en la línea de ejercicios anteriores. Por ello, pese a algún altibajo puntual, la evolución de la campaña almeriense culminó según lo previsto.

VF. Desde Murcia llegan noticias preocupantes de falta de producto debido a los daños producidos por las intensas lluvias. ¿Cuál es la situación real en los melonares murcianos?

AA. Debido a las fuertes lluvias y tormentas acaecidas en las últimas semanas, la gran mayoría de los melonares han sufrido graves enfermedades. Y a raíz de las mismas nos encontramos ante un panorama incierto y sin precedentes, ya que, prácticamente el 80 o 90% de los melonares que teníamos previsto recolectar a finales de junio y durante todo el mes de ju-



Los hermanos Agudo Contreras confiesan que lo vivido este año en Murcia no tiene precedentes. / EL MELONERO

lio, se han secado por completo. En esta tesitura, la carencia de producto durante este periodo es más que evidente, precisamente en el punto álgido de la campaña, ya que el mes de julio es clave en el consumo de melón y su abastecimiento no está garantizado.

VF. ¿Cómo está gestionando esta menor disponibilidad de género El Melonero frente a una demanda al alza con la llegada del calor en toda Europa?

AA. Desde Hnos. Agudo Contreras estamos haciendo todo cuanto está a nuestro alcance

para satisfacer la demanda de nuestros clientes. Proporcionales el mayor volumen de kilos posible en relación a sus necesidades es nuestro objetivo, pero la producción no está siendo suficiente para abastecer la demanda. Se trata de un problema generalizado cuya solución no está a nuestro alcance, por lo que, estamos intentando suministrar a nuestros clientes en base a la materia prima existente.

VF. Esperando como están que comience la temporada de La Mancha, ¿cuáles son las pre-

visiones en esta zona en cuanto a producción, calidades, calibres, fechas de inicio...?

AA. Con los precedentes de los que disponemos en los comienzos de la campaña nacional, hemos aprendido que hacer previsiones es un asunto arriesgado. La agricultura depende del tiempo, un factor ajeno a la voluntad del ser humano.

Nuestra esperanza es que la temporada manchega arranque con buen pie y los estándares de calidad estén a la altura de las necesidades de nuestros clientes.

Sobre la fecha de inicio, en base a años anteriores, esperamos que comience en las últimas semanas del mes de julio.

VF. A pesar de que todavía es pronto para hablar de precios, ¿se esperan buenas cifras para los melones y las sandías manchegas?

AA. En base a lo que se comentaba en la cuestión anterior, este aspecto es bastante delicado, por lo que considero que no es el mejor año para predecir qué va a pasar. Para la producción del melón y la sandía, el factor vital es que el periodo estival se desarrolle con total normalidad. El predominio del sol y las altas temperaturas son fundamentales para tener un buen producto. Y solo contando con un buen producto, podemos augurar buenas cifras en lo que a precio respecta.

VF. Habiendo participado un año más en el Congreso de frutas y Hortalizas de AECOC, ¿cuál fue el tema estrella este año en las conversaciones con los responsables de compra de las cadenas y con otros comercializadores?

AA. El congreso AECOC es un escenario muy interesante para nosotros. Se ha convertido en un punto de encuentro significativo entre proveedores y clientes debido al intercambio de opiniones, sensaciones, puntos de vista e inquietudes de los distintos representantes de sector.

Entre los temas más relevantes, destacamos el interés y la puesta en común de proveedores y clientes en base a la mejora de la cadena de producción con la finalidad de que la materia prima llegue en las mejores condiciones posibles ante el consumidor final, pues realmente es el eslabón más importante del proceso.

VF. Después de lo vivido en la primera parte de esta campaña 2023, ¿cuáles son las sensaciones para la segunda y la temporada fuerte de El Melonero?

AA. Ser optimistas y trabajar por lo que queremos son premisas fundamentales en nuestra compañía. En El Melonero trabajamos con ganas e ilusión para remontar el trance tan delicado que nos ha tocado vivir durante esta campaña. Y así, esperamos que la campaña manchega se desarrolle con normalidad y nos permita abastecer a nuestros clientes como siempre hemos hecho. Proporcionando la mejor calidad y mimando el producto para que el consumidor pueda disfrutar de la mejor versión de las frutas del verano: el melón y la sandía.

Desafíos en la producción de melón y sandía

Las soluciones de Decco ayudan a evitar los daños provocados por el exceso del sol

► DECCO.

El melón y la sandía ocupan un lugar destacado entre la amplia variedad de productos agrícolas de España. Son muy populares durante esta temporada. Debido a su refrescante sabor y su alto contenido en agua son opciones ideales para combatir el calor. Estas frutas icónicas gracias a su versatilidad en la cocina, permiten disfrutarlas de diferentes formas para aprovechar al su máximo sabor y calidad.

Sin embargo, la producción de estas frutas se enfrenta a diversos desafíos en esta temporada. Las tormentas que ocurrieron en mayo en la zona de Murcia y norte de Almería generaron varios problemas afectando la cosecha y causando mermas en el campo. Para esta campaña, en la Región de Murcia en sandía no se prevén saltos en la producción mientras se esperan rendimientos inferiores, sobre todo en melón debido a las altas temperaturas

y el estrés hídrico que se está sufriendo en las últimas semanas en la región. A pesar de los avisos del ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación sobre que España sigue perdiendo producción y superficie para estos cultivos debido a menor disponibilidad a los recursos hídricos, durante esta temporada la superficie de cultivo se mantendrá estable respecto a la campaña pasada.

El estrés hídrico tiene un efecto negativo en el rendimien-

Las tormentas que ocurrieron en mayo en la zona de Murcia y norte de Almería generaron varios problemas afectando la cosecha y causando mermas en el campo

to del melón y la sandía puesto que ambos cultivos requieren condiciones climáticas óptimas para su desarrollo. Junto con las temperaturas altas que estamos observando y un incremento en el tiempo de la exposición solar pueden dar a lugar a los resultados bastante desfavorables como las manchas en la piel de los frutos y las quemaduras por el sol, problemas comunes que pueden afectar la apariencia y la calidad.

La luz solar es importante para un buen desarrollo de las plantas y ayuda a conseguir una calidad deseada. No obstante, la exposición solar excesiva puede causar daños no reversibles y crear desajustes en el crecimiento afectando negativamente los parámetros que se requiere para la comercialización como: la calidad, nivel de azúcares, el crecimiento y el calibre. Para ayudar a evitar los daños provocados por el exceso de sol, desde Decco recomendamos el uso de nuestra solución nearharvest, Decco Screen, a base de Carbonato Cálcico al 60%, que crea una capa protectora sobre la fruta que difunde la radiación permitiendo que potencie la fotosíntesis y así aporta mayor calibre y homogeneidad de la producción. Aparte de estos beneficios, está certificado para la agricultura ecológica.

JUAN PEDRO MADRIGAL / Agrícola JJF

“El inicio de la campaña en Castilla-La Mancha va a ser complicado”

Las lluvias han mermado el volumen de cosecha de melones tempranos en Castilla-La Mancha. Actualmente, debido a los problemas sufridos en Murcia, está faltando producto para satisfacer toda la demanda y la temporada castellano-manchega llega con cierto retraso. No obstante, Juan Pedro Madrigal señala que el problema inicial afecta exclusivamente a las plantaciones más tempranas. “A medida que avancen los días se alcanzarán los estándares habituales en esta zona productora, y considero que no habrá problemas para atender la demanda de producto”.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué perspectivas mantienen en Agrícola JJF para esta temporada?

Juan Pedro Madrigal. Es complicado vaticinar cómo se va a desarrollar la temporada de melón y sandía en Castilla-La Mancha, pero parece claro que arrancará con precios elevados porque falta género en todas las zonas productoras. No obstante, a medida que avance la campaña, creo que todo volverá a su orden habitual.

El inicio va a ser complicado porque hay poca mercancía y sin mucha calidad, sobre todo en melón. Pero, a medida que avancen los días, se alcanzarán los estándares habituales en esta zona productora.

VF. ¿Cómo ha afectado la meteorología al desarrollo de los cultivos?

JPM. La campaña se ha retrasado. El desarrollo de los cultivos se estaba produciendo de forma óptima con el calor de los últimos días de abril y principio de mayo. Sin embargo, todo se complicó

con casi un mes de lluvias. Debido a los efectos adversos de la meteorología, en Agrícola JJF tenemos previsto arrancar hacia el 22 de julio en sandía y en melón a finales de mes.

VF. ¿Han causado las lluvias pérdidas de producción?

JPM. Sí, sobre todo en melón, hay cosechas enteras pérdidas en los primeros melonares que se sembraron. Las plantaciones más tempranas se encuentran muy tocadas.

VF. ¿Los problemas de falta de producto en Murcia puede beneficiar la comercialización del melón y la sandía de La Mancha?

JPM. Ante los problemas que están sufriendo en Murcia, los mercados ahora se encuentran desabastecidos, y no es lo mismo iniciar la temporada con los destinos saturados que, como ocurre este año, esté faltando producto para satisfacer la demanda. Es el primer año que ocurre esto. No sabemos cómo evolucionará nuestro ejercicio pero está claro que para nosotros, inicialmente, no es una circunstancia perjudicial. Evidentemente, para ellos ha sido una temporada pésima.

“Casi un mes de lluvias han provocado un retraso en el inicio de la presente temporada”

VF. ¿Agrícola JJF contará con producción suficiente para atender todas las demandas de sus clientes?

JPM. Creemos que sí. Vamos a empezar con cierto retraso, sobre todo en melón, pero el problema en Castilla-La Mancha afecta exclusivamente a las plantaciones más tempranas. Siempre contando con una meteorología favorable, considero que no habrá problemas para atender la demanda de producto.

VF. Las lluvias han retrasado el inicio de la presente temporada, pero ¿la sequía y la falta de agua para regar es un tema preocupante en Castilla-La Mancha?

JPM. En este ámbito no hay novedades respecto a las variedades plantadas el año pasado porque nos fue bastante bien. Las más sembradas en melón son Alcaez y Almadén. Luego contamos con Grand Bernabéu de Sakata para finales de la temporada. En sandía las variedades predominantes son Bazman y Style.



Agrícola JJF sigue apostando por el producto de calidad. / AGRÍCOLA JJF

JPM. Esta temporada la producción se ha salvado pero nos preocupa que el año que viene podamos sufrir recortes de agua y haya que sembrar menos y bajar hectáreas en melón y sandía. Esta campaña la superficie plantada es similar a la registrada en 2022, pero si no se da un invierno muy lluvioso, la situación será complicada en 2024.

VF. En el terreno varietal, ¿con qué novedades cuenta la firma Agrícola JJF?

JPM. En este ámbito no hay novedades respecto a las variedades plantadas el año pasado porque nos fue bastante bien. Las más sembradas en melón son Alcaez y Almadén. Luego contamos con Grand Bernabéu de Sakata para finales de la temporada. En sandía las variedades predominantes son Bazman y Style.

VF. En este escenario tan complejo, ¿qué objetivos se ha marcado la compañía para esta temporada?

JPM. Seguimos apostando por la calidad y el objetivo principal es contar con melón y sandía para satisfacer a nuestros clientes en España y el resto de Europa. Crecer resulta complicado, y este año esperamos sobre todo mejorar los kilos que obtuvimos en el ejercicio 2022 en una campaña que fue muy corta en volumen de producción.

VF. ¿Qué lugar ocupa la exportación en Agrícola JJF?

JPM. Un 35% de nuestra producción se destina a la exportación. La gran mayoría del melón y la sandía lo enviamos a Holanda y desde allí lo distribuyen por casi toda Europa. También mandamos producto a Noruega y Finlandia.



Melones y Sandías • Mercado Nacional

SAT TIO CACHEJE

Camino de la Cooperativa, s/n • 28360 VILLACONEJOS (Madrid)
Tel.: 91 893 85 79 • Móvil: 626 867836
E-mail: tiocacheje@tiocacheje.com • www.tiocacheje.com



► ÓSCAR ORZANCO. MURCIA.

Julio arrancó con la celebración de los 'Melon & Watermelon Innovation Days', unas jornadas en las que las principales firmas de semillas españolas e internacionales, con centros y fincas de experimentación en la Región de Murcia, abrieron sus puertas a los profesionales del sector agrícola para mostrarles sus últimos desarrollos en variedades de melón y sandía.

Desde Proexport destacan que se trata de una iniciativa que sitúa a Murcia en el epicentro mundial de la innovación agronómica y genética de estas frutas propias del verano. Fernando Gómez, director general de la asociación, incide en que "la inversión en I+D+i es fundamental para la agricultura. En el caso del melón y la sandía los productores buscamos materiales vegetales que aporten más sabor, colores, aromas y texturas atractivas, resistencias a plagas y enfermedades, optimización de insumos o adaptación al cambio climático, entre otros muchos factores. Pero el sabor sigue siendo capital".

La Región de Murcia lidera las exportaciones de melón a nivel nacional con un 50% del total, mientras en sandía con un 20% ocupa el segundo lugar tras Andalucía. En 2022 exportó 169.019 toneladas de melón por valor de 143 millones de euros. En cuanto a sandía, los envíos al exterior ascendieron a 129.861 toneladas, por un valor de 82,8 millones. Y en este escenario, firmas como BASF, Seminis (Bayer) y Semillas Fitó, entre otras, mostraron su catálogo varietal para el sector del melón y la sandía.

■ BASF (NUNHEMS)

BASF celebró una nueva edición de su Melon and Watermelon Business Event for Experts en su centro de investigación en la Finca Lo Ruiz ubicada en La Palma (Murcia). Bajo el título 'What's next?', la multinacional, que opera en el mercado de semillas hortícolas bajo la marca Nunhems, mostró los distintos caminos para alcanzar un único objetivo: la satisfacción del consumidor.

"Trabajamos sobre cuatro pilares, esto es, productividad y calidad, confianza, conveniencia e innovación", explicó Juan Pedro Pérez, Regional Crop Lead de melón y sandía en EMEA de BASF. Y todos ellos conducen a "la satisfacción del consumidor; un objetivo innegociable para toda la cadena de valor".

En productividad y calidad, el objetivo es desarrollar variedades que maximicen los rendimientos en campo y la calidad de los frutos obtenidos en segmentos claves de consumo, como son el Piel de Sapo, Charentais o Cantaloup, en melón, o las tipologías Sugar Baby o Jubilee en sandía.

En este sentido, introducen este año un nuevo melón Charentais para ciclo temprano, CH511 F1°. Se trata de una variedad que aúna resistencias (oídio y pulgón) con un alto rendimiento, calidad y conservación. Además, "tiene un sistema radicular muy potente, que permite a su planta llegar muy fuerte hasta el final del ciclo", detalló Diego Maestre, Crop Coordinator Product Development de melón, quien añadió que, gracias a ello, "el CH511 F1° alcanza entre 15 y 17 grados Brix".

Asimismo, y para aquellos productores de melón Piel de Sapo que elijan el camino del rendimiento y la calidad, la novedad de Nunhems es el PdS152 F1° una

La firmas de semillas muestran sus desarrollos varietales

Los 'Melon & Watermelon Innovation Days', celebrados en Murcia, se convierten en un escaparate de la innovación agronómica y genética en melón y sandía



BASF mostró en su centro de investigación en la Finca Lo Ruiz su amplio catálogo varietal para el sector del melón y la sandía. / FOTOGRAFÍAS ÓSCAR ORZANCO



variedad con "una superplanta, que garantiza una gran calidad de fruta hasta el final y bajo condiciones extremas", resaltó Maestre. Está recomendado para el ciclo temprano y, sobre todo, tardío de La Mancha.

Por último, en Cantaloup, continúan apostando por Magverik F1, una variedad dentro de su línea Magenta que se está introduciendo con fuerza en Almería.

En sandía, Nunhems sigue teniendo sus mayores bazas en variedades como Style F1, Bazman F1 o Bengala F1, tres variedades ya consolidadas en el mercado.

La confianza es el segundo camino que puede conducir al éxito en melón y sandía, entendido como "la garantía de alta calidad de forma consistente", afirmó Juan Pedro Pérez. Prueba de ello son algunos de los proyectos más rompedores de BASF, entre los que se encuentran Fashion F1, en sandía, o las marcas Galkia®

y Sunup®, en melón. "En todos ellos, el factor común ha sido establecer un partnership con nuestros clientes, uniendo visión y esfuerzos para brindar la mejor experiencia al consumidor", apuntó Pérez.

En cuanto a conveniencia e innovación, ambas responden a dos tendencias actuales, fruto del estilo de vida del consumidor y las nuevas unidades familiares, así como de su interés por probar cosas nuevas. Para responder a esa demanda de productos de conveniencia, en melón, Nunhems introduce un nuevo Piel de Sapo en línea con la alta calidad gustativa de Kumara F1, pero de mayor calibre: PdS122 F1°. Es una variedad recomendada para plantaciones tardías de Murcia y medias de La Mancha, que cuenta con resistencias a oídio y pulgón.

En sandía, BASF lanza este año su 'Premium Universe', concepto bajo el que se engloban

variedades como Premium F1, Kalanda F1 y Kalimba F1. Todas ellas tienen un tamaño fácil de manejar y consumir "sin sacrificar un ápice de calidad", indicó Juan Pedro Pérez.

Por último, y para quienes tienen en la innovación el *leit motiv* de su negocio, Nunhems aboga por su gama de sandías unipersonales, que nutre con nuevas variedades como Ayami F1 y la INN02 F1°. Y también por variedades con doble aptitud para el mercado en fresco y mínimamente procesado, donde ya cuenta con referencias como Harmonium F1 e introduce este año la INN812 F1°.

En melón, su apuesta para revolucionar el mercado es su nuevo Dino Crispy y el concepto Tiare, entre otros.

■ SEMINIS (BAYER)

Seminis mostró en la décima edición de su Melon&Watermelon Week sus principales innovacio-

nes para este sector, y por primera vez la firma pudo contar con variedades tanto de melón como de sandía en el campo demostrativo en sus instalaciones de Cartagena.

Tras una larga temporada sin introducir materiales de sandía, Seminis ha retomado esta línea y ha incrementado la inversión. Gracias a este trabajo, la firma está desarrollando una nueva variedad rayada sin semillas que se encuentra en fase de ensayo. Está indicada para fases de plantación tardía desde febrero a principios de marzo en invernadero de Almería, y su cultivo también se adapta a campo abierto en la Región de Murcia y en Castilla-La Mancha. "La principal característica de la variedad es que es muy productiva. Presenta buen vigor de planta y el cuaje es extraordinario, y esto se traduce en ese incremento de producción en comparación con los rendi-



Sheila Cruz, responsable de desarrollo de sandía de Seminis.



José Guirado, responsable de desarrollo de melón de Seminis.

mientos de otros tipos. El calibre es homogéneo, entre 4 y 6 kilos, e ideal para la exportación. La calidad interna también destaca por su intenso color rojo y unos grados Brix superiores a las variedades estándar”, detalló Sheila Cruz, responsable de desarrollo de sandía de Seminis (Bayer).

Por su parte, José Guirado, responsable de desarrollo de melón de Seminis, fue el encargado de mostrar las novedades de la firma en este campo. En la tipología de Galia, la compañía presentó una novedad para el segmento extratemprano que completa la gama Cyro Line. Esta variedad encajaría en plantaciones de finales de febrero e inicios de marzo. “Con esta variedad buscamos el objetivo de adelantar la campaña murciana al aire libre y podríamos comenzar a tener suministro de melón Galia en Murcia entre el 15 y el 20 de mayo, adelantando en 15 días las fechas habituales en el Campo de Cartagena. Se trata de un Galia larga vida pero que en calidad organoléptica se aproxima más a un melón tradicional”, explicó José Guirado.

Durante el recorrido por el campo de ensayos, el responsable de desarrollo de melón resaltó que la variedad Albizu “se está convirtiendo en nuestro buque insignia en Galia. Es la variedad que más se está comercializando de esta tipología en Ibérica porque cumple con las premisas de sabor tradicional, resistencias y es rentable para el productor”.

Por otra parte, la variedad de melón Galia SV5133MG ha sido líder de ventas durante muchos años en Murcia y La Mancha, pero su comercialización se encuentra en retroceso porque no cuenta con resistencias contra oídio y pulgón. Y en esta línea Seminis está ensayando una variedad, que se encuentra en fase precomercial y que saldrá al mercado en un plazo de dos años, que cuenta con un paquete de resistencias de base.

En el segmento de Cantaloup, Seminis mostró un Sugarlup con resistencias a oídio, pulgón y al virus del amarillero. Según señaló José Guirado, “esta variedad genera un planta más sana, fuerte, y más rústica ante condiciones climatológicas cambiantes”. La fecha de trasplante recomendada es del 15 de marzo al 15 de abril en Campo de Cartagena.

En melón amarillo, Seminis es líder en la línea Chester Line, que está formada por tres variedades: Chester, Rochester y la última incorporación es Manchester, que completa el portafolio para aire libre en plantaciones del Campo de Cartagena.

En la parte de especialidades destaca Orange Candy, melón premium amarillo de carne naranja. “La variedad SVMA6558 se ha afianzado a nivel global como nuestro buque insignia en ventas en este segmento porque tiene resistencia a oídio y pulgón y se ha incorporado el gen de larga vida. Este gen nos permite tener producciones en contraestación y proveer al mercado europeo con Orange Candy durante los 365 días del año”, explicó José Guirado. La novedad en esta tipología llega este año de la mano de una nueva variedad con calibre un poco inferior que se adecúa más a las exigencias del mercado y de los consumidores.

También en especialidades Seminis ha lanzado este año un Branco de Ribatejo. “Se está trabajando para el mercado portugués y lo que aporta nuevo a su



José Antonio Zafra, responsable comercial para la Península Ibérica de Melón y Sandía de Semillas Fitó.

tipología tradicional es una planta más sana y vigorosa, y su calidad organoléptica. Esta variedad está despertando mucho interés porque hay un mercado creciente en EEUU para una tipología originaria de China conocida como Hami Melon. Esta creciendo su consumo y se buscan nuevas variedades, y este Branco de Ribatejo encajaría en este segmento porque el fruto es muy parecido. Consideramos que en los próximos años se va a producir un crecimiento a nivel global porque es un producto diferente”, concluyó el responsable de desarrollo de melón de Seminis (Bayer).

SEMILLAS FITÓ

Semillas Fitó mostró en su Melon Show Murcia, en pleno Campo de Cartagena, su amplio catálogo varietal de melón y sandía, las novedades comerciales para la próxima campaña y las líneas de desarrollo de la compañía. Como novedades mostraron la sandía Raquel, el melón Galia denominado Bristol, el Cantaloup Marme y un Piel de Sapo para Almería denominado Callejón.

En sandía han apostado por variedades polinizadoras con microsemilla. En Semillas Fitó consideran que existe una oportunidad de negocio en este sector y José Antonio Zafra, responsable

comercial para la Península Ibérica de Melón y Sandía, aseguró que “se puede dar un impulso a la calidad de producto en este segmento ya que hemos detectado que faltaba calidad gustativa en el mercado de las polinizadoras”.

“Se trata de sandías mini, de 2 a 4 kilos, que se destinan sobre todo a la exportación. Hemos apostado por un producto con microsemilla, que se pueden comercializar en los mercados exteriores, y que cumplen la función de polinizar perfectamente. De esta forma aportamos este plus de calidad en exportación”, añadió el representante de Semillas Fitó.

En esta línea, en 2022 sacaron al mercado Pilar, una sandía con una media de 3 kilos. Este año la novedad es Raquel, una rayada diploide de 2 kilos que estará disponible el año que viene, y la SAM190046, una variedad que todavía se encuentra en proceso de registro y que presenta un tamaño aproximado de 4 kilos. El objetivo de Semillas Fitó es contar con una gama de producto que se mueve en una banda de 2 a 4 kilos, con poca cantidad de semilla, microsemilla muy pequeña, y una calidad interna alta.

Durante el Melon Show, la compañía también mostró una variedad en vías de desarrollo, la SAT190176. Una sandía triploide

rayada con gran calidad interna, con un tamaño medio de 6 a 8 kilos, destinada al mercado nacional. Una de sus propiedades es que cuenta con una piel dura que permite realizar un corte limpio en los supermercados para venderla por porciones.

Como variedades ya asentadas, Semillas Fitó cuenta con Rhiana, una sandía negra triploide para realizar trasplantes en los invernaderos de Almería.

Aunque el melón ha ido perdiendo terreno respecto a la sandía en superficie de cultivo, en Semillas Fitó siguen apostando por este segmento lanzando variedades de gran calidad y sabor para incentivar el consumo.

“En Galia somos líderes en Almería con Grazalema y Mojácar, pero nos faltaba una variedad para cubrir el ciclo de Murcia”, señaló José Antonio Zafra. En esta línea han lanzado Bristol, un melón larga vida con mucho sabor, para trasplantes en la Región de Murcia medios y tardíos, a partir del 10-15 de abril hasta el 10 de mayo, y en todo el ciclo de La Mancha. La variedad cuenta con resistencias a las cinco cepas de oídio y pulgón.

Otra novedad es el Cantaloup denominado Marme. Una variedad ideal para trasplantes del mes de abril en Murcia que viene a

sustituir a Loire, mejorando las resistencias a las cepas de oído. Se trata un melón de un formato muy homogéneo y gran calidad.

En Piel de Sapo, Semillas Fitó también cuenta con un abanico varietal muy completo. En este segmento, como novedad la compañía cuenta con Callejón. Un melón indicado para cultivar en invernadero, para trasplantar en Almería a partir del 10 de febrero, y para desarrollar todo el ciclo de cultivo invernadero en Murcia.

Además, la firma ofrece también otras variedades para Murcia como son Paredes, Ceferino, Arroyo y Montiel. Estos dos últimos tipos también se trasplantan en Castilla-La Mancha, y se comercializan con el distintivo Flavourite, un sello que garantiza una alta calidad y gran sabor.

Por otra parte, la línea Little Planet continúa su desarrollo de la mano de Ice Green. El objetivo que se ha marcado la compañía en este proyecto es lograr que este tipo de melones estén presentes en el mercado diez meses al año. Por último, Waikiki también ocupó un lugar destacado en la Melon Show Murcia.

SAKATA

Sakata ha conseguido cerrar el suministro de melón Piel de Sapo durante los 12 meses al año con su nueva variedad de invernadero, Don Gregorio, manteniendo unas características comunes en cuanto a calidad interna. “Nuestro próximo objetivo será conseguir nuevas variedades con unos calibres más reducidos y adaptados a las nuevas unidades familiares, manteniendo su genética tradicional de sabor e intentando recuperar antiguos consumidores de melón”, señala Joaquín Navarro, product promoter de cucurbitáceas de la compañía.

Sakata también prepara la sustitución de las variedades antiguas que tantos éxitos les ha dado (Don Quixote y Cordial) por otras más modernas con más resistencias a oídio y gen VAT. En esta lista entran San Miguel, Milagro y Grand Bernabeu.

GLOBALGAP®
IFS
Food
GRASP
Global GAP

AgroBORJA S.L.

Ctra. N.430 Manzanares - Daimiel • Tels.: 620 729 747 / 639 882 418
E-mail: agroborja.sl@gmail.com • Web: www.agroborjasl.com

Producción y Comercialización de Melones y Sandías

AÍDA ESCANDELL / Comercial de Frutas Escandell

“Distribuimos en exclusiva melón y sandía Líder de Villaconejos en Mercabarna”

Aida Escandell, comercial de Frutas Escandell, empresa ubicada en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna, comenta diversos aspectos relacionados con la distribución y comercialización de melón y sandía Líder de Villaconejos en el ámbito de esta unidad alimentaria.

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA. **Valencia Fruits.** Entre su oferta cuenta con melón y sandía de la marca Líder de Villaconejos...

Aida Escandell. Si, así es. Es la tercera campaña de verano que contamos con melón y sandía Líder de Villaconejos. De hecho, contamos con la distribución en exclusiva de esta marca para el Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna.

En cuanto a melón y sandía, esta exclusividad nos proporcionar un valor diferencial frente al resto de operadores de este mercado mayorista.

VF. ¿A qué es debido este valor diferencial en cuanto a melón y sandía?

AE. Esta marca de melón y sandía encaja con la filosofía de trabajo desarrollada en Frutas Escandell, hoy ya la cuarta generación en el negocio, de ofrecer al cliente frutas y hortalizas de calidad.

De la tradición melonera desde 1925 de Líder de Villaconejos se desprende su experiencia y conocimiento del melón tras pasado generación tras generación, manteniendo la selección manual y artesana de la fruta, y

también su capacidad de adaptación y evolución a cada época.

VF. ¿Qué similitudes existen entre ambas empresas?

AE. Como acabamos de comentar, quizás su capacidad de adaptación y evolución a cada época con nuestra capacidad de adaptación a las realidades del mercado durante el transcurso de los años que en nuestro caso, por ejemplo, se ha traducido en expansión internacional, incrementando nuestros indicadores de exportación. Además de valores añadidos como la especialización y el asesoramiento en



Aída Escandell, comercial de Frutas Escandell. / FRUTAS ESCANDELL

la compra. La especialización es un valor añadido que el comprador aprecia de forma positiva ya que, entre otros aspectos, sabe que en Frutas Escandell encontrará ese producto de calidad.

VF. De cara a su cliente, ¿qué proporciona la incorporación de estos productos?

AE. Con la incorporación de melón y sandía de Líder de Vi-

llaconejos completamos, si cabe, nuestra fuerte y consolidada oferta de calidad de frutas y hortalizas de verano donde también tienen cabida cerezas, melocotones, nectarinas.... Me gustaría destacar el origen de proximidad de todos estos productos y desde estas páginas aprovechar para ensalzar la gran labor de los agricultores a pie de campo.

VF. Desde el punto de vista de Frutas Escandell, una valoración de la campaña de melón y sandía.

AE. De todos es sabido que estamos inmersos en una campaña compleja por la reducción del volumen de producción debido principalmente a factores relacionados con el clima. Agricultores que dejaron de sembrar por la inseguridad de disponer del suficiente regadío por la sequía, episodios de lluvia y granizo de finales de mayo y principios de junio que afectaron de forma negativa al campo, periodos de calor con temperaturas más altas de las habituales que influyeron en el desarrollo del cultivo... Con todo y desde el punto de vista comercial, nuestra labor es vender el producto para que toda la cadena obtenga un rendimiento óptimo de su trabajo.

JOSÉ MARÍA GARCÍA / Presidente de la Cooperativa Los Llanos

“La merma productiva en melones tempranos es importante”

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Las lluvias han cambiado el paso de la campaña de melón y sandía en Castilla-La Mancha. Debido a las precipitaciones se ha perdido un volumen importante de melón temprano y la temporada se ha retrasado entre 10 y 15 días. En la Cooperativa Los Llanos esperan arrancar la comercialización a últimos de julio o principios del mes de agosto y prevén, según señala José María García, “una campaña corta en kilos y esperamos que buena en precios”.

Valencia Fruits. ¿Qué previsiones manejan en la Cooperativa Los Llanos para la presente campaña?

José María García. Preveemos una temporada más o menos similar a la del ejercicio 2022. Una campaña corta en kilos y esperamos que buena en precios.

VF. ¿Cómo ha afectado la meteorología al desarrollo de los cultivos?

JMG. Debido a las lluvias se ha retrasado mucho la campaña, entre 10 y 15 días. Por ello, si todo va bien a partir de aho-



ra, este año preveemos arrancar la comercialización a últimos de julio o principios de agosto. Las precipitaciones abortaron los cuajes de los trasplantes tempranos y a últimos de mayo no se pudo sembrar, por lo que se ha plantado 20 días más tarde de lo habitual. Además, a causa de las lluvias se ha perdido bastante producción. Debido al exceso de

agua la mayoría de los meloneros tempranos se han visto afectados por hongos y se han secado. La merma productiva es importante en esta franja.

El resto de la producción hasta el momento se está desarrollando con 10 días de retraso pero con normalidad. Esperemos que la meteorología nos respete a partir de ahora y no llueva.

VF. ¿Por qué los productores de Castilla-La Mancha están apostando más por el cultivo de sandía que por el melón?

JMG. Este año la plantación de melón se ha reducido un 5% y la superficie de sandía ha crecido un 10%. El motivo es que se trata de un cultivo más resistente. El melón es un producto muy delicado y resulta muy complicado de cultivar y recolectar.

VF. ¿Qué repercusiones puede tener llegar más tarde a los mercados?

JMG. En principio, vamos a estar solos en el mercado. En la Región de Murcia han tenido también muchos problemas y

Sevilla está a punto de acabar. De todas formas, vamos a ver cómo se comportan la demanda y los precios cuando nosotros arranquemos.

VF. En un contexto tan complejo como el de este año, ¿qué objetivos os habéis marcado en la cooperativa para esta temporada?

JMG. El objetivo es mantener satisfechos a los clientes con la calidad que nos caracteriza y que el agricultor obtenga rentabilidad.

VF. En cuanto a la rentabilidad, ¿cómo está afectando la inflación y el incremento de costes?

JMG. Los costes en los últimos años, aunque en 2023 han bajado ligeramente, se han incrementado en torno a un 40% y esto afecta al bolsillo del agricultor. Y repercutir en su totalidad este incremento en los precios de venta resulta complicado en un mercado que se rige por la ley de la oferta y la demanda. Además, cuando un producto como el melón y la sandía, al igual que ocurre en otras frutas, presentan precios elevados el consumo se resiente.

**Distribución Nacional
Import-Export**

El Melonero

DE VILLACONEJOS

S.A.T. 9213 HNOS. AGUDO CONTRERAS

EST. 1988

ALMACÉN: Ctra. Titulcia, nº 37 - 28360 VILLACONEJOS (MADRID) - Tel.: 91 893 80 81 - Fax: 91 893 93 29
E-mail: hnosagudo@melonero.com - elmelonero@melonero.com - Web: www.melonero.com