

LAUREANO MONTESINOS / Presidente de la sectorial de melón y sandía de Proexport y director comercial de Fruveg

“Estamos incidiendo en producciones con sabor”

Valencia Fruits. *¿Qué porcentaje de la producción de melón y sandía murciana aglutinan los asociados de Proexport?*

Laureano Montesinos. En la campaña de verano pasada nuestras empresas asociadas comercializaron más del 50% de la producción regional y durante este año, concentraremos el 60% de la producción de la Región de Murcia, incluyendo todas las variedades de melón y sandía.

VF. *¿Cómo se presenta la campaña?*

LM. El mal tiempo de esta primavera, con temperaturas bajas y muy húmedas ha provocado que las producciones se retrasen en relación a otras temporadas. Debido a la ausencia de altas temperaturas y días más soleados, en esta campaña la producción está siendo más lenta, a la que vez que esta climatología ha provocado la falta de calibre. A las mermas que podemos tener por estas inclemencias del tiempo, hay que añadir que esta campaña se ha plantado entre un 5 y un 10% menos que la pasada entre los asociados a Proexport.

VF. *¿Qué clase de producto demandan sus principales mercados?*

LM. Nuestro mayor mercado se encuentra en la Unión Europea, pero cada vez hay un nicho mayor fuera de ella, ya que clientes de Estados Unidos, Japón y los países árabes han confiado en nuestras distintas variedades. Entre todas ellas, prefieren principalmente el Amarillo, Galia, Cantaloupe y Charentais aunque cada vez el melón verde y la sandía están teniendo mayor presencia en los mercados europeos. En este punto, no quiero dejar pasar la oportunidad de reclamar que los supermercados deben concienciarse de que sus márgenes comerciales deben distribuirlos en toda la cadena

● **“Creemos que deberíamos ir hacia una producción más controlada”**

de producción, si no es así, en un corto espacio de tiempo será inviable poder sobrevivir.

VF. *Siguiendo las tendencias del mercado que demandan productos con más sabor, ¿qué acciones se están haciendo al respecto?*

LM. Estamos incidiendo en producciones con sabor y textura interior, evidentemente todo ello dentro del marco larga vida. De hecho, desde la Asociación se está haciendo mucho hincapié en el corte de la fruta en su punto óptimo de grados brix, que dependiendo de las variedades debería estar entre 10° y 14°, y tratamos de mentalizar al sector que primero hay que apostar por la calidad y después por la cantidad, aunque todos sabemos que el volumen en nuestro negocio es pieza primordial.

VF. *¿Hacia dónde va el futuro de las producciones murcianas? Desde su punto de vista, ¿es un sector de futuro?*

LM. Nosotros creemos que deberíamos ir hacia una producción más controlada y sobre todo apostar por la calidad, que nos haga diferenciarnos de las zonas de producción que apuestan más por lo comercial, ya que con nuestra filosofía al final ganaremos todos. Por otro lado, cada vez cobra mayor fuerza la producción de IV gama o lo que se llama fruta preparada/procesada para el consumo ya que, como está pasando con las ensaladas preparadas, es una gran alternativa que se impone por el sistema de vida actual. Además, con estos formatos podemos potenciar el consumo de fruta entre la gente joven. Cada vez son más las compañías de nuestra Asociación que producen el melón durante los 12 meses al año, gracias a sus inversiones en países, como Brasil, Costa Rica, Marruecos o Senegal. Este es el camino para poder conseguir la fidelidad del supermercado a lo largo de todo el año.



En 2007 los asociados de Proexport comercializaron más del 50 por ciento de la producción regional. / SP