



El tamaño del hogar determina la demanda de melón y sandía

El incremento del precio y la estacionalidad caracterizan un mercado variable en cuanto a producción y consumo

SILVIA RESA LÓPEZ. Periodista.

■ RESUMEN

Melones y sandías son frutas frescas de estacionalidad marcada en su consumo, que se realiza en mayor medida a través del supermercado. En mitades, cuartos, envasadas en dados y listas para su consumo son los nuevos formatos tanto para melón como sandía, que se explica por los hábitos cambiantes fundamentados en hogares de menor tamaño.

PALABRAS CLAVE: Melón, sandía, mercados, consumo.

Con casi 70 millones de kilos de melón y más de 95 millones de kilos de sandía vendidos durante el primer semestre de 2018, el supermercado es el auténtico rey de la distribución de ambas frutas estivales, para las que hay tantas variedades como tendencias en los mercados español y foráneos en los que, por cierto, quien gana es la sandía.

“Durante 2018 en el mercado español la categoría de total fruta fresca cayó el 2% en volumen”, dice Ricardo Alcón, New Business Development Manager en Nielsen; “aunque el melón creció el 0,9%, la sandía experimentó un decrecimiento cercano

al 15%, debido fundamentalmente a una subida en el precio del 15,8% que provocó el descenso en su consumo".

Es el supermercado en todas sus acepciones y tamaños el que reúne las mayores partidas en ventas de melones y sandías, tanto en términos de volumen, casi 70 millones de kilos de melones durante el primer semestre de 2018, como en valor, donde ronda los 90 millones de euros para el mismo segmento. En sandía supera los 95 millones de kilos y los 102 millones de euros. Le sigue el establecimiento tradicional, categoría a la que pertenece la frutería, con 17,5 millones de kilos y 27,7 millones de euros para el melón y cerca de 27 millones de kilos y más de 31 millones de euros si hablamos de sandías vendidas entre enero y junio del pasado año. Son datos proporcionados por el ministerio de Agricultura.

En el hiper se vendieron 7,4 millones de kilos de melones con un valor de 8,7 millones de euros, así como 8,4 millones de kilos de sandía con un valor total próximo a los 8 millones de euros. "En Carrefour ofrecemos hasta 155 referencias de sandía y melón en los hipermercados y 84 en los súper", dice un portavoz de este grupo de distribución; "entre ellas se pueden encontrar productos de distribuidores nacionales, locales, en piezas enteras, en piezas partida y troceadas para su consumo inmediato"; "la temporada de mayor demanda de estos productos empieza en el mes de junio y termina en septiembre".



#Quenadatepare



El truco es que no hay truco.
¡La auténtica es fashion!



Un menor consumo de sodio contribuye a mantener la tensión arterial normal. La Fundación Española del Corazón recomienda seguir una dieta variada y equilibrada y un estilo de vida saludable. "Si usted tiene unas condiciones dietéticas especiales o padece alguna enfermedad debe consultar a un profesional de la salud. Las autoridades sanitarias no aconsejan consumir más de 5 gr. de sal al día.

www.sandiafashion.com #quenadatepare #laautenticaesfashion



Escanea este código
y descubre la verdadera
magia de sandía fashion.



En el formato hiper y durante el primer semestre de 2018 (comparado con el mismo periodo del año anterior) se ha producido una caída de 0,3 millones de kilos y de 1,7 millones de euros en el mercado de melones, a pesar de que el precio medio por kilo se ha reducido en 16 céntimos. En sandía y durante el mismo tiempo el volumen ha caído en 6,4 millones de kilos, lo que ha supuesto casi cuatro millones de euros menos en ventas. En este caso el precio medio por kilo se ha incrementado 15 céntimos.

Las ventas de melones en el canal tradicional han experimentado también decrementos de 0,60 millones de kilos y casi dos millones de euros, aunque el precio medio por kilo ha caído seis céntimos. No obstante, fruterías y tiendas de barrio siguen teniendo el precio más alto por kilo tanto en melón, 1,58 euros, como en sandía, 1,16 euros (casi 16 céntimos más en 2018). En las ventas de esta última perdió 9,5 millones de kilos y prácticamente siete millones de euros.

Claro que las reducciones se han dado en todos los formatos minoristas, también en los super; según el MAPA durante el periodo enero a junio de 2018 este canal ha reducido su volumen de ventas de melones en 2,4 millones de kilos y en 1,78 millones de euros. No obstante, en términos tanto absolutos como relativos el retroceso en valor es inferior al que se ha producido en el canal tradicional: 1,9 millones de euros.

En los supermercados españoles las ventas de sandía cayeron en más de 23 millones de kilos, con una reducción de 8,58 millones de euros en valor; tales cifras se explican en parte por el aumento hasta los 1,09 euros por kilo, frente a los 0,96 céntimos de 2017.

“La venta online de producto fresco es baja, menor del 1%” dice Ricardo Alcón, de la empresa de investigación de mercados Nielsen; “naranjas, limones o patatas se compran en este canal; sin embargo, su peso para el caso de estas frutas es menor porque el consumidor necesita tocarlas”.

PIEZAS MÁS PEQUEÑAS

El sector del melón aún sigue enfocado hacia el mercado español; la demanda en los destinos foráneos exige calibres menores, de modo que en la caja en la que se dispone el producto, apta para cuatro piezas, deberían caber cinco melones si su destino fuera la exportación. Fuentes del sector productivo, encabezado por operadores como Anecoop, Agroponiente, Alhondiga La Unión, Cooperativas Agroalimentarias de Castilla-La Mancha y Agrícola Navarro de Haro consideran que la cría del melón implica un mayor coste, dado que se requiere mano de obra especializada y más operaciones de corte. No obstante, reconocen que mientras la sandía ha sabido aprovechar su valor diferencial en momentos en los que el clima acompaña, especialmente en otros países, el sector del melón no ha conseguido convencer al consumidor.

“Mercadona, Carrefour, Eroski y Dia aglutinan el 70% del sector, a través de programas con agricultores y comercializadores

Son las nuevas presentaciones las que enlazan con las demandas del consumidor actual, en mitades, cuartos, envasadas en dados y listas para su consumo son los nuevos formatos, que se explican por los hábitos cambiantes fundamentados en hogares más pequeños

que se lo sirven”, dice un portavoz de Cooperativas Agroalimentarias de Castilla-La Mancha; “las tendencias están cambiando, por lo que hay que adaptarse a la demanda, si bien es cierto que las grandes superficies ahogan a los productores en materia de precios”.

El grupo almeriense Anecoop comercializa más de 812.000 toneladas de frutas y hortalizas, de las que más del 15% corresponde a sandías y el 1,4% a melones que casi en su totalidad distribuye en grandes superficies de Alemania, Reino Unido, Francia o España. “Nuestro programa de sandía Bouquet es de producción 100% nacional”, dice un portavoz de la compañía; “a través de una de las empresas del grupo, Janus Fruit, trabajamos sandía y melón de Cuarta Gama cortados en porciones triangulares o cubos y dispuestos en envases de distintos gramajes dirigidos tanto al canal hogares como el de dos kilos destinado a Horeca”.

En este punto, son las nuevas presentaciones las que enlazan con las demandas del consumidor actual, en mitades, cuartos, envasadas en dados y listas para su consumo son los nuevos formatos, que se explican por los hábitos cambiantes fundamentados en hogares más pequeños, dice el portavoz de Nielsen; “ambos tipos de frutas se podrían beneficiar de la misma tendencia en las ventas y no ha sido así, ya que influye el factor precio de producto básico, es decir, si se aporta un valor añadido vía comodidad, por ejemplo, el consumidor está más dispuesto a pagar un sobre precio”.

VARIEDAD Y SABOR

Según la Guía Práctica de Frutas y Hortalizas, editada por Mercasa, las variedades más apreciadas de melón son la de Piel de sapo o negro, que es a su vez el de campaña más larga, el Galia, más pequeño y redondo, aromático y de carne blanda, el amarillo

liso, de piel lisa y pulpa blanca, el Cantaloup, de tamaño medio y algo achatado, color verde claro rayado, Tendral, con corteza verde rugosa o el Ruidera, una variedad híbrida del negro.

En el caso de la sandía las variedades más demandadas son Sugar Baby, la dulce Crimson Sweet, las golosas Resistant y Reina de Corazones o la Fashion sin semillas.

Por comunidades, Andalucía y Madrid son las más consumidoras de melones y sandías. Así, según datos del MAPA referidos al primer semestre del pasado año, el consumo de melón en el sur de España ha sido de 14,5 millones de kilos, con un valor superior a los 18 millones de euros y un precio medio de 1,27 euros por kilo. En Madrid y para el mismo producto se han consumido 11,3 millones de kilos de melón, lo que ha supuesto un gasto de 15,40 millones de euros, siendo el precio medio de 1,36 euros por kilo.

Comunidad Valenciana, con 8,6 millones de kilos, un valor de casi 11 millones de euros y un precio medio de 1,27 euros por kilo, se sitúa en tercer lugar, mientras otra de las grandes áreas productoras, Murcia, se queda atrás en el consumo de melón: menos de dos millones de kilos, 2,5 millones de euros y, no obstante, el precio más elevado, 1,29 euros por kilo.

En sandía, la comunidad andaluza vuelve a destacar: casi 23 millones de kilos consumidos entre enero y junio de 2018, lo



que se traduce en 23,4 millones de euros a un precio escasamente superior a un euro por kilo. Le sigue Madrid, con 14,3 millones de kilos, un valor ligeramente superior a los 15 millones de euros y un precio medio de 1,06 euros por kilo. No lejos se sitúa la Comunidad Valenciana, con casi 13 millones de kilos consumidos, con un valor superior a los 14 millones de euros y un precio medio de 1,09 euros por kilo. Murcia ha consumido 3,5 millones de kilos de sandía, con un valor de 3,8 millones de euros a un precio de 1,08 euros por kilo. ■

el Abuelo
de los melones

El sabor de siempre

www.meloneselabuelo.com

Facebook Twitter Google+ Instagram