



# Melón: en busca de la calidad interna y externa

El melón está de moda. Su consumo crece año tras año tanto en Europa como en América. Igualmente las superficies de cultivo se ven incrementadas y las casas de semillas están trabajando fuertemente en busca de variedades de mejor calidad interna y externa. Igual como sucedió hace unos años en tomate, el término «larga vida» será la clave para mejorar los aspectos de la poscosecha de esta especie. Las variedades con mejor calidad, y las que sufran menos en su poscosecha, serán las que se impondrán en los mercados.



Por: **Anna Villarreal**

annav@ediho.es

**S**egún las palabras de Vicente Navarro en la pasada edición de FITECH «el aumento de la calidad de los melones ha propiciado un aumento del consumo». FITECH es el Forum Internacional de la Tecnología Hortícola, que el pasado mes de octubre clausuró su cuarta edición en Valencia. En esta última edición, el tema del Forum fue el «Juego Varietal» -ver Horticultura Internacional nº22 del pasado mes de noviembre y el reportaje del Salón de la Tecnología Hortícola en la presente revista- y la principal referencia sobre melones fue la expuesta por Vicente Navarro de la empresa Nunhems Semillas, quien trató extensamente el tema de la «Larga Vida» en esta especie. Según Navarro, el melón Larga Vida ya se está imponiendo en algunos mercados gracias a su mejor manejo posrecolección. Las variedades actuales de Larga Vida han mejorado mucho en calidad: contienen mayores porcentajes de azúcar y son menos sensibles a la vitescencia, además de obtenerse muy buenos rendimientos de plantación. En general, la mejora varietal en melones ha sido la clave del aumento de consumo de este fruto, siendo las variedades del tipo Galia las que prevén una mayor demanda.

### La campaña melonera en España

El melón tipo Galia, confirmando el contenido del párrafo anterior, es el más importante de cara a la exportación. España exporta del orden de las 170.000 toneladas de este tipo de melón hacia los diversos mercados europeos -un 40% de las ventas totales-, siendo su demanda a lo largo de los 12 meses del año.

De variedades tipo Piel de Sapo existen una 40.000 ha de cultivo, y su importancia es de cara al mercado interior. Estas variedades son de larga conservación de por sí, pero llegados a finales de diciembre-enero, España importa estas variedades de contraestación.

Los melones tipo Cantaloup alcanzan producciones cercanas a las 400.000 toneladas. Este grupo de variedades representa el 95% del mercado francés de melón, sin llegar al 10% de los mercados del resto de la Unión Europea.

Murcia es la principal zona productora de melón en España, siendo los Galia, Amarillo y Cantaloup los principales tipos cultivados. Según datos de Proexport -Asociación de Productores Exportadores de Tomate, Lechuga y Melón de Murcia- las exportaciones de melón Galia y Amarillo se han multiplicado por dos en las últimas cinco campañas. En el caso del Amarillo, en la campaña de 1992-93 se exportaron poco más de 20.500 toneladas, mientras que en la de 1996-97 se sobrepasaron las 47.000 toneladas. En el caso del Galia producido en la Región de Murcia, se pasó de las casi 33.000 toneladas del 1992-93 a las 63.200 toneladas de la campaña 1996-97. El principal mercado de los Amarillos y Galia producidos en Murcia es el Reino Unido, aunque otros mercados exteriores importantes son Alemania, Holanda, Bélgica, Suiza y Suecia.

Almería es la segunda gran zona productora española. Como en otras hortalizas, el melón de Almería es importante por sus producciones tempranas desde el mes de abril hasta junio. En la presente campaña Almería ha cultivado unas 100.000 ha de melón, de las cuales el 30% han sido del tipo Galia, el 8% de Cantaloup, 12% de Amarillo y 50% tipo Español -sobre todo Piel de Sapo-.

**Las empresas de semillas tienen en marcha toda su maquinaria para la selección y mejora de variedades de melón. Ellos saben que la última palabra la tiene el mercado y en sus folletos promocionales publican esquemas como el que se reproduce en la imagen de la derecha, perteneciente a la empresa de semillas Rijk Zwaan**

### La campaña en Francia

Según un artículo publicado en la revista Eurofruit del pasado mes de agosto, las previsiones de producción de melón en Francia, según estimaciones del Ministerio de Agricultura francés del mes de junio de este año, la producción francesa ha aumentado en un 13% respecto a la campaña anterior. Este aumento de producción -estimado en unas 306.000 toneladas-se debe al aumento del 2% de la superficie de cultivo -en total 16.148 ha-.

Las propias fuentes de este Ministerio afirmaban que con este aumento de la producción, el país alcanzaría el equilibrio perdido en la anterior campaña del 97 en la que los rendimientos habían sido deficitarios.

La producción francesa es interesante por su carácter tardío, empezando la cosecha importante a mediados de julio. Las previsiones de esta campaña estiman que las producciones de agosto y septiembre han superado en un 30% las previsiones de la anterior campaña.

### Contenido nutricional del melón

Una porción de 1/4 de melón de tamaño mediano



# Sus Necesidades Son El Principio De Nuestra Investigación.



(134 gramos) tiene el siguiente contenido nutricional:

- calorías: 50,
- grasa: 0,
- proteínas :1 g,
- carbohidratos: 12 g,
- sodio: 25 mg.

Además, el melón también contiene potasio, carotenoides (pigmentos amarillos y rojos que actúan

como antioxidantes), adenosina (un «purine nucleoside» que previene la coagulación de la sangre), «glutathione» (antioxidante y anticancerígeno). También se le atribuyen propiedades para la prevención de infecciones y enfermedades cardíacas.

De las cantidades alimentarias diarias recomenda-

das, dicha porción contiene: vitamina A 100%, vitamina C 80%, calcio 2 % y hierro 2 %.

### Nuevas oportunidades para el melón

Los estudios realizados en EE.UU. indican que la introducción de nuevas variedades de melón y de nuevas prácticas de producción, combinadas con servicios mejorados de marketing, ofrecen importantes oportunidades al mercado del melón, generando mayores beneficios y nuevos perfiles de consumidor.

La clave para que estas oportunidades de nuevos

**Murcia es la principal zona productora de melón en España, siendo los tipo Galia, Amarillo y Cantaloup los principales tipos cultivados. De esta región destaca que las exportaciones de melón Galia y Amarillo se han multiplicado por dos en las últimas cinco campañas**

mercados para el melón lleguen a consolidarse, se encuentra en el compromiso por parte de los productores a desarrollar una producción completamente integrada y programas de servicio de marketing.

Según publicó Glem Sullivan del Departamento de Horticultura del estado americano de Indiana, los estudios indican que el plan de producción debe empezar con la determinación de los requerimientos del mercado, que resultará en un programa de producción integrada/manipulación posrecolección que satisfaga estos re-

querimientos.

Asimismo, los estudios demuestran que el cambio en las preferencias del consumidor y las condiciones de mercado comporta primero que el productor ofrezca nuevas variedades de melón y servicios de marketing que garanticen una calidad del producto y un abastecimiento regular y uniforme durante el periodo de comercialización de este producto.

Conseguir un abastecimiento regular requiere el compromiso del productor:

- debe cultivar variedades que se adapten a las necesidades del consumidor

**Almería es la segunda gran zona productora española, importante por sus producciones tempranas de abril a junio. En la presente campaña Almería ha cultivado unas 100.000 ha de melón, de las cuales el 30% han sido del tipo Galia, el 8% de Cantaloup, 12% de Amarillo y 50% tipo Español**

- debe adoptar prácticas de cultivo mejoradas que aseguren la calidad del producto, tales como riego, control integrado de plagas, y calendario estratégico de producción

- se debe invertir en tecnología de calibrado y selección, envasado, refrigeración y distribución que ayude a mantener la calidad del producto en un sistema de mercado de 10 a 12 días.

De cara a las nuevas oportunidades, los españoles ya no sólo son los mejores del mundo produciendo sino que en el comercio también tienen que decir. En Es-

## HUGO GIAMBANCO DE ENA

Inspector del SOIVRE



## Historia del melón

Los botánicos como el francés Pyramus de Candolle lo creen originario de la India y Beluchistán en el Sudeste Asiático y de Guinea en el Continente Africano, aunque con un cultivo inferior a los 2.400 años a.C. No obstante, se han encontrado semillas de plantas cucurbitáceas en los antiguos palafitos de Parma (Italia), donde habitaba el hombre primitivo.

Se pueden clasificar las etapas del melón, a grandes rasgos, de la siguiente forma:

- Egipto, 2.400 años a.C., los llamados melones antiguos, comidos por egipcios y hebreos, y citado en la Sagrada Biblia.
- Siglo XI, los melones árabes españoles o tradicionalmente escriturados
- Siglo XIII, o de las cruzadas a su vuelta de Tierra Santa, llamados melones de Malta, persas y bálticos
- Siglo XVI, las variedades traídas de Italia por el rey francés Carlos VIII, casado con Ana de Bretaña el año 1495, y que son los melones cantaloupes y lisos
- Siglo XVII, los melones exóticos o chinos (melones verdes de invierno), traídos por los navegantes portugueses
- Siglo XX, melones modernos, o americanos, o israelitas (llamados rugosos).

✓ Los melones llegaron a Egipto en tiempos de Calígula, y se cultivaron en la Campania, en las fincas de recreo de los generales y Césares (Siglo I). Después se popularizó como ingrediente principal en las ensaladas.

✓ Los romanos eran muy aficionados al cultivo y disfrute del melón. Se cuenta que el emperador Tiberio no concluía una comida sin comer melón, y que Albino tomaba diez como entremés, antes de empezar la comida.

✓ Los árabes conocen el melón y lo cultivan en sus huertos de Valencia y Murcia, por sus propiedades medicinales y digestivas.

✓ Con las Cruzadas, pero sobre todo con el viaje a Italia del rey francés Carlos VIII, en 1495, se da un impulso fuerte al cultivo y comercialización del melón en Francia, fruto del cual serían los melones cantalupos, traídos de la villa papal de Santa Lupi, cerca de Roma, consumido por los papas. Gracias a estas nuevas plantaciones surgieron los melones cantalupos de Charentais y Bellegarde.

✓ En nuestra península, la vieja variedad de melón de Villaconejos, estudiada en la Estación de Horticultura de Aranjuez, y los lisos de invierno, darían merecida fama y cuenta a los paladares más exigentes. Los conquistadores españoles llevaron a EE.UU. el cultivo del melón.

✓ El botánico sueco Carlos Linneo le pone al melón el nombre científico de *Cucumis melo*, siendo el primer nombre citado así por el médico griego Pedaneo Dioscórides. "Kukumeren", serpentino y retorcido a modo de culebra, el fruto de algunas cucurbitáceas y "melo", por su etimología latina.



pañá existen marcas de melón de reconocido prestigio. En este sentido, la cooperativa Anecoop ha lanzado al mercado los nuevos melones marca «Bouquet». Con esta misma marca, Anecoop ha conseguido consolidar a la sandía sin semillas en mercados que hasta hace poco tiempo era impensable el consumo alcanzado en sandía.

### «...», pruebe un melón»

«Para un trato dulce, pruebe un melón» es el eslogan de una campaña que encargó la empresa Asgrow para promover una nueva variedad de melón en México, con el objetivo de apoyar a los productores de melón de la ciudad de Torreón. El objetivo se vería cumplido si se incrementaba el consumo de melón en México.

### Los españoles ya no sólo son los mejores del mundo produciendo melones sino que en el comercio también saben implantar sus marcas de calidad

Con el apoyo del Garde Manger Chef Harvey Rosen, se propuso organizar un tour por todo México para promover los beneficios de un híbrido de melón cuya dulzura, sabor, color y consistencia habían sido mejorados. Así, se organizó un evento de promoción nacional para implementarlo en sólo tres días.

Día 1. La promoción inició en Monterrey con la aparición en televisión en el pro-

grama local «Magazine» y una sesión fotográfica y una entrevista en la sección «Buena Mesa» del periódico El Norte, uno de los periódicos matutinos diarios de mayor circulación a nivel nacional. Adicionalmente a estas dos apariciones, se llevó a cabo un minitaller con los chefs del Hotel Fiesta Americana, reconocido por la excelente presentación de su buffete dominical y la presentación de sus platos. Después del minitaller, se hizo una entrevista con el chef José Angel Alonso, quien comentó que el taller había sido muy ilustrativo y representativo, debido a que el hotel utiliza más de 1000 melones por semana.

Día 2. Veracruz fue la segunda ciudad que se visitó durante la campaña. El día se inició con una demostración en Chedraui, un super-

**El aumento del consumo mundial del melón en primer lugar se debe al aumento de calidad de las variedades, pero en segundo lugar ha sido importante el gran trabajo de selección y mejora en todos los tipos de este fruto. Lo cierto es que existen mercados que consumen varios tipos, pero como por ejemplo Francia la demanda se centra en variedades de Cantalupo. Imagen de juego varietal de melón reproducido del catálogo de Petoseed**

mercado destacado de la ciudad. El mismo día en Veracruz también se hizo una retransmisión en el show de televisión «Pasarela», programa que conduce el presentador Ignacio Bravo.

Día 3. La promoción finalizó en la Ciudad de México con la aparición en el programa «Un Nuevo Día», programa que conduce César Costa y Rebeca de Alba, cuya popularidad lo sitúa en los primeros lugares a nivel nacional. Adicionalmente se hicieron demostraciones en los supermercados «Superama» y minitalleres con los Chefs del Hotel Presidente.

Con el objetivo de medir el impacto de las apariciones en medios de comunicación, se puso a la venta una serie de utensilios de cocina para preparar y cortar el melón, así como un recetario de cocina. El éxito fue tal que se recibieron después de la intervención en cada programa de televisión, más de 2.000 llamadas telefónicas a nivel nacional.