

## **El pimiento, a marchas forzadas en su carrera por la innovación**



**La campaña de pimiento de 2019/2020 en nada se parece a las anteriores. Las leyes del mercado están clara (oferta-demanda), y frente a ellas solo tenemos una herramienta para alterarlas, la innovación. Sorprender al comprador parece ser la única salida frente a un lineal saturado de productos.**

Por Marga López, periodista agroalimentaria (@Margalopez77)

Son muchos los factores que determinan el desarrollo de una campaña agrícola. La crisis casi permanente que vive el sector del tomate, ahora agravada por la dificultad de control de la Tuta absoluta, ha llevado a muchos agricultores a mirar hacia el pimiento como una tabla de salvación. No es que se haya convertido en un cultivo refugio, pero sí ha atraído a muchos agricultores ante las buenas cotizaciones registradas las últimas campañas.

**Sin embargo en este ejercicio 2019/2020, la situación dista, al menos de momento, de la de otros años.** Un aumento en la superficie de esta hortícola en la principal región productora, Almería, y especialmente con plantaciones tempranas y de forma brusca; mercados saturados por la presencia de producciones locales en Europa al inicio de la campaña, crisis de precios generalizada, que llevó en el mes de noviembre a organizaciones agrarias y patronal a una acción conjunta sin precedente, un paro agrícola,... ponen también en la cuerda floja a este sector, el del pimiento, que busca cómo reinventarse con innovaciones en tipologías, colores y sabores, pero sobre todo, con valor añadido para el consumidor.

### **Análisis Campaña**

La superficie de pimiento en España, y según el **Informe de Superficies del Ministerio de Agricultura**, se sitúa por encima de las 20.000 hectáreas, de las cuales, algo más de 11.500 hectáreas se encuentran en Almería, una provincia que en esta campaña ha batido récord en cuanto a superficie destinada a esta hortícola, desbancando al tomate, buque insignia de la provincia. Le sigue en extensión Murcia, aunque a gran distancia, con una cifra que ronda las 1.800 hectáreas. Sin embargo, y a pesar de la enorme diferencia productiva, sí es una realidad el posicionamiento que el pimiento murciano está ganando en estos últimos años, logrando hacerse hueco en mercados tan importantes como el alemán, sobre todo en la campaña de primavera.

**Centrándonos en Almería, en la campaña 2019/2020 el pimiento ha vuelto a registrar un incremento en su superficie de cultivo**, con 11.570 hectáreas, lo que supone 445 hectáreas más que la campaña precedente (11.125 has), es decir, un 4% más. Esto se debe a que son muchos los agricultores que apostaron por este cultivo ante los malos resultados de otras horticolas.

Sin embargo, ese buen retorno que el sector esperaba, no se ha dado, al menos por el momento, en este ejercicio: una apuesta excesiva por el producto temprano, el cambio climático que está prolongando las buenas temperaturas en España y sobre todo Europa durante el inicio del otoño, provocó una excesiva oferta en ese inicio de la temporada, saturando los mercados europeos cuando aún había producciones locales. Por poner ejemplos, en la semana 45 de 2018 (primera de noviembre), el pimiento California de Almería, en origen, cotizaba a 0,71 €/Kg, mientras que la misma semana de 2019, la cotización en origen fue de 0,59 €/kg. Misma tendencia a la baja en Lamuyo: Semana 45 de 2018, 0,86 €/kg y semana 45 de 2019, 0,68 €/kg. (Datos del Observatorio Precios Junta de Andalucía).

En términos generales, la campaña 2018/2019 de pimiento California finalizó con unos premios medios de 0,73 €/kg, frente a los 0,56 €/kg que se registran de media este ejercicio 2019/2020.

## **Exportación**

[Según FEPEX, y analizando años completos, no campañas, en 2018 se exportaron más de 745.903 toneladas de pimiento en España \(+ 8,6 % más que en 2017\)](#), de las cuales 726.594 t fueron a la Unión Europea (+7,9% que en 2017), siendo Alemania (263.760 t), Francia (103.919 t), Países Bajos (72.718 t) y Reino Unido (69.849 t) los principales destinos europeos de estos envíos.

En cuanto al valor de dichas exportaciones, estas también se incrementaron entre estos dos años analizados, pasando de un valor 953.945.314 € en 2017 a 977.282.567 euros en 2018.

A falta de los datos de 2019 al completo, FEPEX sí ha señalado que la tendencia apunta a crecimientos en esta hortícola, tanto en volumen como en valor. Así, entre enero y septiembre de 2019, España exportó 563.251 toneladas de pimiento, un 7,9% más que en el mismo periodo de 2018.

Así, con estos datos, la exportación de pimiento sí presenta un buen comportamiento, al igual que su valor económico, un 16% más elevado entre enero y septiembre de 2019 con respecto a 2018. Aunque los precios medios que percibe el agricultor no señalan en la misma dirección.

## **¿Y el consumo?**

Según el [Informe de Consumo Alimentario en España](#) en 2018, elaborado por el Ministerio de Agricultura, el consumo de pimiento se incrementó durante ese año en los hogares españoles en relación a 2017, un 5,7%, situándose la ingesta por persona y año en los 4,91 kg, con un precio medio de 1,84€/kg, siendo un 1,5% inferior a 2017.

Sin embargo, estos datos parecen retroceder en este año 2019. Sin contar aún con el informe anual, y a fecha de octubre (último datos registrados por el MAPA), el consumo de pimiento en los hogares españoles ha descendido un 3,8% entre octubre de 2018 y octubre de 2019, situando el consumo por habitante y año en 4,7 kg.

Datos nada positivos, pues aunque la demanda exterior sigue crecimiento, y España, en materia hortofrutícola es principalmente exportadora, son muchos los ejemplos que tenemos por delante que nos dicen que olvidar el mercado español, no cuidarlo o simplemente no analizar el porqué de sus vaivenes, puede traer a la larga serias complicaciones.

La innovación, la diversificación en tipos, colores y sabores, parece ser una estrategia común hoy en todos los sectores hortofrutícolas, pero lo cierto es que solo si logramos llamar la atención del

consumidor en un lineal repleto de oferta, tendremos alguna oportunidad de éxito. Y en ello, en esa carrera parece que está ya, de pleno, el sector del pimiento.

## **La diversificación, todos hacia ella**

En España, y sobre todo en Almería como principal provincia productora, se cultivan tres tipos de pimiento bajo plástico, California, Lamuyo e Italiano, destacando por encima de todos, el California, que solo en Almería concentra casi 8.000 hectáreas.

**Es el pimiento más demandando por Europa, y que hasta ahora tenía una importante ventana comercial, de noviembre/diciembre a mayo.** Sin embargo, las mejoras variedades, junto con un manejo más profesional del cultivo, nos ha llevado a adelantar las campañas de pimiento español, y comenzar en octubre, buscando una mayor presencia en los lineales.

Pero como hemos apuntado anteriormente, los cambios en nuestra climatología están provocando que Europa alargue sus producciones locales, retrasando sus compras en España. En este sentido, son muchas las voces del propio sector que consideran que esa apuesta excesiva por las variedades tempranas, debe ser más y mejor planificada, enmarcada dentro de una estructura comercial programada, sobre todo porque, propiciado por la buena climatología del invierno, se están prolongando esos cultivos tempranos saturando de igual forma el resto de los periodos comerciales.

Pero lo que sí es una realidad, y aplaudida por todos, es la diversificación en la que está de lleno el sector, con todos los agentes implicados: casas de semilla, productores, comercializadores, distribución, y hasta el propio consumidor. La necesidad de incorporar nuevos colores, sabores y sobre todo experiencias, toca de pleno al pimiento.

Hoy la tendencia nos habla de snack hortofrutícolas y ahí los pimientos están jugando un papel destacado

**Aún es pronto para saber si esa diversificación arañará superficie o consumo a las tipologías tradicionales,** o como ocurriera con el tomate, será un añadido, ahora ya consolidado. Pero lo que sí está claro es que estamos ante nuevas tipologías ya comerciales, aún nichos de mercado, pero a las que las casas de semilla les prestan especial atención, y que productores y comercializadores presentan como cartas de diferenciación ante la saturada oferta tradicional de Californias, Lamuyos e Italianos.

Dentro de esa diversificación de pimiento, el lineal multicolor ha dejado de ser una novedad para dar pasos a otros gustos y sabores. Comenzamos ya hace unos años por los pimientos picantes, al amparo quizás de una nueva gastronomía que buscaba intensificar sabores. Pero hoy la tendencia nos habla de snack hortofrutícolas y ahí los pimientos están jugando un papel

destacado: pimientos minis, dulces tipo Palermo, para picar entre horas, acompañados por salsas, son la gran apuesta del sector en ese camino hacia la diferenciación. Y como colofón, el pimiento chocolate, una gama Premium para un consumidor muy especializado. En definitiva, herramientas que aportan valor al mercado.

### [Syngenta](#), a por los snack hortofrutícolas

Aunque son referencias en la tipología California, la casa de semillas Syngenta tiene la vista puesta en esas nuevas tendencias que los mercados y sobre todo el consumidor, van mostrando como consecuencia de los nuevos hábitos de consumo. Y como hemos comentado, los snacks hortofrutícolas son ya algo más que una tendencia.

Dentro de esta línea, Syngenta se encuentra en pleno desarrollo de los *One Bite*. “Son pimientos tipo snack, dulces que presenta como novedad la ausencia de semillas y con la paleta completa de colores”. Es un paso más hacia esos productos de conveniencia, y que además, de cara al productor, presentan un completo paquete de resistencias”, explica Alejandro Pascual, responsable de Pimiento en Syngenta y Zeraim.

Aún tendremos que esperar unos años para que este material sea plenamente comercial, pero pone sobre la mesa de juego a esta casa de semillas, como entidad puntera en innovación varietal, sin dejar de lado las resistencias a Oidio, Nematodos, Spotted y L4, claves para Syngenta en su portafolio presente y futuro.

### [BASF / Nunhems](#), centrados en los California

Aunque no se pueden perder de vista esas especialidades, es indiscutible la hegemonía que tiene el pimiento California en Almería. Y sobre esta realidad trabajan las principales casas de semillas. “Es importante estar pendiente de esas nuevas tendencias, ver cómo va evolucionando el consumidor, porque estoy seguro de que nada está escrito, y en los próximos años veremos nuevas tipologías. Todo ello sin olvidar que en Almería se cultivan más de 8.000 hectáreas de pimiento California”, apunta David Murcia, responsable de cultivo en BASF.

Para esta casa de semillas, su principal propuesta comercial es la variedad Olimpiakos en el pimiento California tardío, con un claro objetivo de desarrollo varietal hacia materiales para trasplantes tempranos y medios dentro de esta tipología, “aportando un paquete de resistencia lo suficientemente potente como para que el agricultor se sienta tranquilo cultivando nuestras variedades y le permita, en el caso de que opte por producciones ecológicas, desarrollar el cultivo bajo ese sistema de producción”, comenta Murcia.

Además de un programa de mejora en California, también trabajan en Lamuyo, y se muestran muy pendientes del desarrollo de nuevas tipologías, que David Murcia está convencido que seguirán

surgiendo.

### [HM.CLAUSE](#) continúa reforzando su gama “IÓN”

La multinacional de semillas francesa continua ampliando y reforzando su ya extenso catálogo comercial en variedades de pimiento, crecimiento especialmente destacado en variedades que aportan resistencia al oídio y a los nematodos, variedades incluidas en su gama “IÓN”, como son KATIÓN, BASTIÓN y su última novedad HMC57356 (ANIÓN).

KATIÓN F1 es un California rojo para plantaciones tardías entre el 20 de julio y el 5 de agosto, destacando por su precocidad en entrar en la producción, vigor, facilidad de cuaje y elevada producción final.

BASTIÓN F1 es una variedad de pimiento California amarillo para plantaciones medias entre el 25 de junio y el 20 de julio. Destaca por su producción, facilidad de cuaje y uniformidad en los frutos a lo largo de toda la planta.

Y la novedad para esta campaña, HMC57356 (ANIÓN) F1, California rojo para plantaciones tardías entre el 25 de julio y el 5 de agosto. Variedad que destaca por su producción final, buena conservación, vigor y fácil recolección.

Además de su gama “IÓN”, la marca cuenta con variedades como Prometeo, Deseo, Abraham, Aitana, variedades referencia en sus segmentos y las cuales gozan de una amplia representación y confianza por parte de los productores bajo plástico de Almería.

### [Seminis](#), la solución en Lamuyo

En el caso de pimiento Lamuyo las cotizaciones durante los últimos tres años se han mantenido estables, con una media de 1,10 €/kg y 0,80 €/Kg en rojo y verde respectivamente. Para Ana Azor, responsable de marketing de Seminis, es probable que se produzca un aumento de superficie de Lamuyo durante la próxima campaña 2020-2021, en la búsqueda de esta estabilidad y rentabilidad. En este sentido, en Seminis ofrecemos soluciones en Lamuyo para otoño y verano con **Brito**; un Lamuyo rojo para temprano y extra temprano con frutos de excelente color, firmeza y brillo; y **Baquero**: un **híbrido que ofrece frutos grandes y firmes durante el ciclo de otoño, con elevado potencial productivo y rusticidad de planta**. “Este año presentamos un nuevo Lamuyo, SVPH5693/Barden; recomendado para plantaciones del 25 de julio hasta el 10 de agosto. La planta de Barden (SVPH5693) es fuerte, oscura y abierta, y produce así mayoritariamente frutos rectos de primera calidad. Los frutos de este novedoso Lamuyo son de gran tamaño, con buen color en rojo, muy uniformes, con bajo nivel de cracking; y buen aguante en planta.

Para unas fechas de plantación similares; desde mitad de julio hasta principios de agosto; con un menor tamaño en fruto, SV5581PH se consolida como la opción ideal para comercialización de Lamuyos de menor calibre y en supermercados.

Con este nuevo lanzamiento Seminis, amplía su solución de otoño en Lamuyos, ofreciendo variedades para las diferentes fechas de plantación de otoño; con tamaño de fruto diferente y adaptado a las necesidades desde el agricultor hasta el consumidor con Brito, Baquero, SV5581PH y SVPH5693.

En cuanto a California rojo temprano, donde la cotización media en los últimos cinco años es de 0,80 €/Kg, desde Seminis recomiendan variedades líderes, estables y uniformes como Velero, que tras 13 años en el mercado sigue siendo un referente por su rusticidad de planta con una raíz fuerte; fácil manejo, producción, precocidad, calibre G y GG y buen color en verde y rojo

Asimismo, y atendiendo al incremento de las plantaciones de California de otoño con el fin de aumentar la rentabilidad de esta tipología, desde Seminis ofrecen variedades que satisfacen necesidad de obtener mayor producción, permitiendo ciclos más largos; con variedades como el pimiento California Rojo SV1204PB; recomendado para trasplantes de la última semana de julio y primera de agosto; que permite al agricultor aumentar su potencial productivo, y así, su rentabilidad; consiguiendo producciones de hasta 10 Kg/m<sup>2</sup> gracias a su precocidad. El fruto de SV1204PB es muy uniforme en tamaño, forma, y color; asimismo, destaca la firmeza de fruto y el aguante en planta de esta variedad