Grupo Agroponiente se prepara para una buena temporada con el melón y la sandía como protagonistas

Con la llegada de la temporada de primavera, Grupo Agroponiente anuncia estar completamente preparado para dar la bienvenida al melón y la sandía, cerrando así un año de producción y volumen realmente buenos.

Con un aumento en la superficie productiva y una sólida oferta de hortalizas en su portfolio, la compañía se proyecta hacia una temporada que parece que será buena.

El aumento en el número de agricultores que han elegido a Grupo Agroponiente para sus comercializaciones de primavera, junto con la finalización de determinadas producciones, ha propiciado un incremento en la superficie planificada de producción, lo que apunta hacia un aumento del volumen previsto.

Se espera además una mejora en la calidad y una extensión en el tiempo de producción, favorecidos por las condiciones climáticas favorables.

En cuanto al melón, Grupo Agroponiente anticipa una temporada que se extenderá hasta finales de junio, con un aumento en el volumen respecto a la campaña anterior. Se centrarán en variedades como el melón Negro, Piel de Sapo Amarillo, Cantaloup y Galia.

Por otro lado, en el caso de la sandía, se espera alcanzar una producción cercana a los 50 millones de kilos, con un calendario extendido hasta septiembre.

Esto será posible gracias a la combinación de cultivos bajo plástico en el Levante y el Poniente de Almería, cultivos bajo malla y en calle en Murcia, y la inclusión de fincas ubicadas en Sevilla y La Mancha durante el verano.

Además, Grupo Agroponiente continuará comercializando hortalizas durante toda la primavera y el verano, asegurando el suministro constante a sus clientes.

Se destacan el pepino Almería, la berenjena, los pimientos Italiano y Lamuyo, los pepinos Francés y Español, y el calabacín, entre otros productos.

Este anuncio llega en un momento de crecimiento sin precedentes para Grupo Agroponiente, con un incremento acumulado respecto a la campaña anterior que supera el 10 %.

Un logro destacable, considerando que la campaña anterior ya había sido especialmente positiva en términos de aumento de producción para la compañía.