



José Antonio García destaca que las ventas de limón están siendo fluidas tanto en el mercado minorista como en el mayorista. / AILIMPO

JOSÉ ANTONIO GARCÍA / Director de Ailimpo

“El limón podría tener un potencial de cosecha cercano a 1.800.000 toneladas en 2026”

“El limón está de moda”, afirma el director de Ailimpo, José Antonio García. Y no solo entre los consumidores, también entre los productores cítricos españoles, que están apostando fuertemente por este cultivo. Pese a una merma de la producción para esta campaña, las perspectivas comerciales auguran un buen futuro para el limón español —tanto en esta campaña como en los ejercicios venideros— en gran parte, como consecuencia del aumento de la demanda bio y de las garantías que ofrece el cítrico que más ha crecido en los últimos años: “un producto local para Europa, sostenible, de calidad y con una huella de carbono e hídrica disminuida al máximo”.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿Qué previsiones maneja Ailimpo para la presente campaña de limón Fino y Verna?

José Antonio García. Nuestra estimación inicial para esta campaña de limón 2022/2023 es de un volumen de producción cercano a 1.090.000 toneladas en España, lo que supondría un

descenso global del 10% frente al periodo 2021/2022. La merma se notará sobre todo en la variedad Verna, con una caída del 22%, y el descenso en el caso del Fino será del 5%.

VF. ¿A qué se debe el descenso de producción estimado para esta campaña?

JAG. La situación deriva de las adversas condiciones climatológicas de 2022, con episodios de lluvia importantes durante los meses de marzo y abril que afectaron a la floración y el cuaje en numerosas zonas de producción. Además, el pasado verano fue especialmente caluroso para el limón, con un incremento de las temperaturas y ausencia de lluvias, lo cual ha retrasado el desarrollo de la fruta, que ahora cuenta con calibres más pequeños.

VF. ¿Esta merma de cosecha permitirá a España mantener el liderazgo mundial en exportación de limón fresco?

JAG. Sí. Pese a estas previsiones, España continuará a lo largo de la campaña 2022/2023 siendo el líder mundial en exportación de limón fresco. También seguirá como segundo país procesador de limón para zumos, aceites esenciales y cáscara deshidratada.

VF. ¿Cómo ha arrancado la campaña comercial de limón español? ¿La transición entre las producciones del hemisferio sur y el norte ha sido limpia?

JAG. En estos momentos, el equilibrio entre la oferta y la demanda muestra cierta tensión tanto en origen como en destino.

En campo, una vez consolidado el arranque y realizados los primeros cortes de fruta, se ha pasado de forma general a la modalidad de todo limón con cotizaciones de referencia en función del aprovechamiento comercial y del calendario previsto de corte.

Por su parte, la demanda en el mercado es suficiente para absorber la oferta, ya que las ventas son fluidas tanto en el segmento al por menor como en el de la venta al por mayor. En consecuencia, las existencias están siendo limitadas y los precios se mantienen.

Además, aparte de algunos restos muy limitados del hemisferio sur en el mercado, la oferta se concentra básicamente en el origen España. Por tanto, la transición se está llevando a cabo sin problemas y, aunque la incertidumbre se cierne en el otoño e invierno, las ventas son fluidas tanto en el mercado

minorista como en el mayorista.

VF. En una campaña sin problemas, ¿cuál sería el potencial actual de producción del sector del limón español y qué cifras manejan para los próximos años?

JAG. Los productores españoles están apostando por el cultivo de limón. Tal situación nos ha llevado a un crecimiento notable a lo largo de los últimos años y que podría tener un potencial de cosecha cercano a 1.800.000 toneladas en 2026.

VF. ¿Cómo prevén gestionar este previsible aumento del volumen de cosecha para que el sector continúe siendo rentable?

JAG. Al igual que España, países como Turquía, Sudáfrica y Argentina también han crecido de forma notable. Y, como es normal, todo crecimiento conlleva unos riesgos. Así, y de la misma forma que las rentabilidades pasadas no garantizan las futuras, aquellos que se preparan tendrán mayor viabilidad. Seguramente, no será posible la felicidad para todos, sino para aquellos que se preparen mejor.

Sin embargo, tenemos la ventaja de disponer de un producto local para Europa, sostenible, de calidad y con una huella de carbono e hídrica disminuida al máximo.

De igual modo, tenemos que poner la energía en todo aquello que sí podemos controlar: reducir costes, ganar productividad, seguir digitalizando el sector, medir, certificar los procesos, hacer más eficiente la logística, aprovechar el talento de las empresas, etc. El reto es gestionar fincas, almacenes e industrias en base a lo que podemos influir y no distraernos en lo que no tenemos ninguna influencia. En definitiva, prepararnos y mejorar.

VF. ¿Están tratando de expandir la presencia del limón español a nuevos mercados que puedan absorber el previsible incremento de producción?

JAG. Sí, llevamos varios años trabajando para aumentar la presencia del limón español en países tan importantes a nivel comercial como Estados Unidos y Canadá. Estos mercados demandan productos de calidad y, sobre todo, que sean sostenibles a todos los niveles.

De hecho, la campaña Welcome to the Lemon Age, que estamos llevando a cabo junto con la ayuda de la Unión Europea, también se desarrolla en estos países.

(Pasa a la página 20)

www.manzana-nules.com
ramon.manzana@manzana-nules.com
C/Senda Mitjana 25 Apdo 66
12520 Nules (Castellón)



CONCEBIDAS PARA CUIDAR LA FRUTA

Las heridas causadas por los alicates son uno de los principales causantes de los podridos, disminuyendo los resultados en las empresas cítricas. Nuestra gama de alicates **FRUIT CARE**, están diseñados para reducir el porcentaje de heridas.

Con la gama
FRUIT CARE
reduzca un **64%**
las heridas en la fruta



“El limón...”

(Viene de la página 18)

VF. ¿En qué aspectos se diferencia el limón español frente al producido en países terceros?

JAG. La diferencia es máxima. En primer lugar, el limón español se produce siguiendo el Modelo de Producción Europeo, que cuenta con los estándares más exigentes de calidad y seguridad alimentaria del mundo. Así, el limón español tiene mayor sabor y firmeza, se comercializa bajo las máximas garantías y somos capaces de llegar a los principales mercados en solo 24 horas. Esta es la razón por la que nuestro limón no es comparable con el de otros países extracomunitarios. Ni hablamos del mismo producto ni de la misma calidad. Además, España ofrece una fruta completamente auditada, comprometida con el medioambiente y con huella de carbono e hídrica reducidas al máximo.

Por otro lado, detrás de nuestro producto están las casi 23.000 personas que trabajan de forma directa para el sector, de las cuales más del 50% son mujeres, con condiciones laborales que nada tiene que ver con las de otros países productores.

VF. ¿Cómo está afectando el fuerte incremento de los costes sobre el presente ejercicio? Y ante este problema, ¿cómo están respondiendo las grandes cadenas de distribución en la comercialización del limón?

JAG. Como ya ha sucedido en otros sectores alimentarios y con otros productos, el sector de limón de España solicita al retail europeo un aumento en los precios de compra como única fórmula posible para soportar la subida de los costes que afectan tanto a la producción en el campo como a la recolección y confección de la fruta en los almacenes.

Producimos un producto sostenible que fija carbono, con una reducida huella hídrica y con los mayores estándares de calidad



Desde Ailimpo, su director confirma que el limón es el cítrico con mayor porcentaje de superficie ecológica de nuestro país, con 10.300 hectáreas. / AILIMPO

“Pese a estas previsiones, España continuará a lo largo de la campaña 2022/2023 siendo el líder mundial en exportación de limón fresco”

“La demanda en el mercado es suficiente para absorber la oferta, ya que las ventas son fluidas tanto en el segmento al por menor como en el de la venta al por mayor”

“Llevamos varios años trabajando para aumentar la presencia del limón español en países tan importantes a nivel comercial como Estados Unidos y Canadá”

europas y con la capacidad de llevar nuestro producto del campo al lineal de venta en 48 horas. Todos estos esfuerzos tienen que ser compensados con unos precios que contribuyan a la sostenibilidad económica de nuestra actividad.

VF. El interés por los productos bio sigue creciendo. En este sentido, ¿cómo está evolucionando la producción ecológica de limón?

JAG. El limón está de moda, puesto que la superficie en los últimos 9 años ha aumentado en

un 503%, siendo el cítrico con mayor porcentaje de superficie ecológica de nuestro país, con 10.300 ha.

Hace nueve años, apenas existía cultivo ecológico de limón en España. Desde entonces, el crecimiento ha ido en aumento, debido a que los consumidores cada vez demandan más productos bio. Y es que los europeos se interesan por el origen, la calidad y las prácticas de cultivo de los alimentos. Así, países como Alemania, principal consumidor de alimentación orgánica en Euro-

pa, miran a la cuenca mediterránea para satisfacer su creciente demanda

VF. ¿Qué balance realizan del segundo año de la campaña Welcome to the Lemon Age? ¿Qué acciones promocionales se van a desarrollar durante esta temporada?

JAG. El balance del segundo año de campaña de “Welcome to the Lemon Age”, que terminó el abril de 2022, fue muy positivo, ya que pudimos transmitir a millones de consumidores europeos la versatilidad gastronómica y las propiedades saludables que tiene el limón producido en España. Ese periodo también nos brindó la oportunidad de potenciar nuestro limón Verna y poner en valor el trabajo en sostenibilidad que Ailimpo ha llevado a cabo durante los últimos años, al lograr minimizar al máximo las huellas hídrica y de carbono.

Además, en España se volvió a realizar la acción “Sean como sean tus limones, todos los cuerpos son bonitos” el Día Mundial de la Lucha contra el Cáncer de Mama, y en Estados Unidos y Canadá se incidió en la seguridad alimentaria y la calidad de nuestro producto.

Esta temporada seguiremos focalizándonos en los mismos

“El volumen de producción de este año será cercano a 1.090.000 toneladas en España, lo que supondría un descenso global del 10% frente al periodo 2021/2022”

aspectos, aunque con algunas novedades, como la vuelta de los limones gigantes a las calles de Madrid, Berlín y París.

VF. ¿En qué otros proyectos están trabajando actualmente Ailimpo?

JAG. Aunque actualmente existen muchas líneas de actuación dirigidas a la mejora de la sostenibilidad medioambiental, social y económica del sector, existen una serie de proyectos que consideramos que son de gran relevancia para garantizar el futuro del sector del limón y pomelo en España.

En la actualidad, el sector dispone de una gran cantidad de información de calidad a través de la interprofesional en relación a la producción global de limón y pomelo, pero en cambio, la información disponible sobre la demanda (tendencias de consumo y necesidades del consumidor) es limitada. Por ello desde Ailimpo vamos a impulsar diferentes líneas de actuación para conseguir información veraz y contrastada en este sentido.

Otra línea de actuación que consideramos prioritaria es el impulso de la digitalización en el sector con el objetivo de mejorar la eficiencia de los procesos de producción, almacenes de confección e industrias, contribuyendo de este modo a la sostenibilidad económica.

Por otro lado, aunque nuestro sector ha llevado a cabo importantes avances en materia de sostenibilidad ambiental en los últimos años con una huella reducida, tenemos que seguir avanzando en esta materia estando en primera línea ante los retos del Green Deal y sus estrategias de “la granja a la mesa” y “biodiversidad”, apostando por una producción más conservacionista con el suelo y fomentando prácticas de cultivo que favorezcan la retención de carbono.

VF. Y en cuanto al pomelo, ¿qué perspectivas tienen para la presente temporada?

JAG. La estimación de producción de pomelo de Ailimpo para la campaña 2022/2023 señala una previsión de cosecha en España de 76.000 toneladas, lo que supondría un descenso del 10% respecto a 2021/2022.

Aquí también han influido las fuertes lluvias del inicio de la primavera y las altas temperaturas del verano.

VF. ¿Cuáles son los principales objetivos de Ailimpo para el ejercicio que acaba de arrancar?

JAG. Nuestros objetivos no difieren mucho del resto del sector agroalimentario. Pese a los importantes avances que se han producido en el sector del limón y el pomelo, compartimos la necesidad de seguir avanzando hacia un sistema productivo con una mayor sostenibilidad social, económica y medioambiental, esforzándonos en reducir los costes de producción, aumentar la productividad y la innovación en todos los ámbitos.

Montfruits

EXPORTADORES DE FRUTAS

Melocotón • Nectarina • Cerezas • Clementinas • Naranjas



Almacén Central en Santa Bárbara

Ctra. Comarcal 331, km 17,800 • 43570 SANTA BARBARA (Tarragona) • Tel. 977 71 92 71 • Fax: 977 71 94 80

E-mail: info@montfruits.com - www.montfruits.com

Almacén en Benissanet

Ctra. Mora s/n • 43747 BENISSANET (Tarragona) • Tel.: 977 40 76 43