

La innovación y la sustentabilidad se ubican como uno de los principales pilares de acción de las empresas, en especial en la industria hortofrutícola.

La pandemia del Covid-19 generó que las firmas implementaran nuevas estrategias para fortalecer estos pilares, lo cual fue acompañado con los cambios de hábitos en los consumidores, que entre 2020 y 2021 aumentaron el consumo de frutas, entre ellos los cítricos como el limón y el pomelo.

Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España, el consumo en los hogares de limón aumentó un 20% durante 2020 respecto a un año antes.

De acuerdo con [AILIMPO](#) (Asociación Interprofesional del Limón y Pomelo de España) “al inicio de la pandemia en 2020, el consumo de limón en España y en Europa se disparó, alcanzando un incremento del 33% en marzo y un 28% en abril: cifras récord de exportación y de consumo per cápita. Sin embargo, en mayo de ese mismo año, ya se produjo una marcada desaceleración y el regreso a la normalidad”.

En esta entrevista de Portal Frutícola, José Antonio García, director de AILIMPO reveló los nuevos proyectos y estrategias que están desarrollando. Analizó la campaña 2021 de limón y pomelo y contó los temas que le preocupan como el aumento de producción a nivel mundial.

La asociación nació en 1998 y vela por el adecuado funcionamiento de la cadena alimentaria, elabora los contratos tipo agroalimentarios y desarrolla métodos para controlar y racionalizar el uso de productos fitosanitarios para garantizar la calidad de los productos y la protección del medio ambiente. En esa línea José Antonio García dijo que “desde AILIMPO alineamos el futuro del sector del limón y pomelo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU y el Pacto Verde de la Unión Europea. La innovación, la tecnología y el conocimiento son ejes de nuestro plan de actuación para este 2021 que pivotará en la sostenibilidad medioambiental, social y económica”.

“Esta triple sostenibilidad será el camino a través del cual vamos a ejecutar las 18 líneas estratégicas que forman dicho plan. Entre ellas está la puesta en marcha de trabajo de investigación y estudios de mercado que proporcionen información para mejorar y orientar la producción, así como fomentar una negociación transparente y colectiva”, detalló.

García explicó que “otro aspecto es la mejora de la calidad de los productos en todas las fases (producción, transformación, comercialización y distribución) impulsando programas de investigación y desarrollo e incorporando la tecnología para orientar la producción a las necesidades del mercado”.

“Además, a través del Grupo BIO que hemos puesto en marcha desde AILIMPO estamos avanzando en la producción ecológica de limón. Y muy importante también es la campaña de promoción Welcome to the Lemon Age que estamos realizando desde 2020, con la cofinanciación de la Comisión Europea, en los principales mercados de Europa, Estados Unidos y Canadá para posicionar al limón español como el de mayor calidad certificada, sostenibilidad y trazabilidad gracias al modelo europeo de producción, el más exigente de todo el mundo”, detalló.

Consultado sobre las estrategias que están implementando este año, el director de AILIMPO afirmó: “Creo que lo más relevante del sector a destacar es la puesta en marcha de la campaña de Limón de España. Un desafío para el sector y para lo que contamos con el apoyo financiero de la Unión europea. Diferenciar el origen España y Europa será un factor clave en los próximos años, además en un momento donde la oferta global mundial aumenta y es necesario impulsar el consumo. Para pomelo, tenemos previsto iniciar algunas acciones promocionales en 2021/2022”.



---

## **Campaña 2021: Proyecciones y producción**

Según la entidad, en el hemisferio norte, la campaña de limón 2021 iniciará en septiembre con el limón Fino y finalizará en junio de 2022 con el Verna. Actualmente el limón español está presente en 90 países. Alcanza los 27 mercados de la Unión Europea, además de Reino Unido, y otros 62 mercados a lo largo del Mundo con una exportación media durante los últimos años que supera las 600.000 toneladas y un valor de más de 500 millones de euros

En el caso del pomelo comenzará en octubre y terminará a finales de abril de 2022, con un *peak* de actividad de noviembre a marzo.

Respecto a los volúmenes de exportaciones de limones de este año, García dijo que “España lidera el mercado del limón en la campaña 2020-21 con un volumen de producción de 1.340.000 toneladas, según la estimación que tenemos en AILIMPO. Estamos hablando de más de 8% más respecto a la campaña 2019-20. Por variedades, se espera un incremento del 14% del limón Fino, y un ligero descenso del 5% en la variedad Verna”.

“En cuanto a la exportación, con datos del 31 de mayo de 2021, en lo que va de campaña ha alcanzado ya 580.290 toneladas, de las que 552.607 fueron limones con destino a mercados

de la Unión Europea (incluyendo Gran Bretaña) y 27.683 tn a terceros países”, agregó.

Sobre los pronósticos de la campaña, “la primera estimación de cosecha de limón de AILIMPO para la próxima campaña 2021/2022, (que arrancará en septiembre de 2021) prevé una producción en España de 1.035.000 toneladas, lo que supone un descenso del 23% en comparación con la campaña 2020/2021 que prevemos cerrar con una producción récord de 1.340.000 toneladas de acuerdo con el balance provisional”, señaló García.

En esa vereda, el director de AILIMPO aseguró que “en 2020/21 hemos cerrado con más de 67.000 toneladas exportadas, que ha sido un récord. Esperamos seguir trabajando en esa línea para 2021/2022”.

“Alemania y Francia suman unas 45.000 toneladas y por esa razón el reto es aumentar los destinos del Pomelo de España, tratando de estar presente también fuera de la UE donde nuestra presencia es todavía muy limitada”, detalló.

Sobre los cambios que tendrá esta temporada de limones y pomelos respecto a la anterior, García indicó: “Cada campaña es diferente, la climatología, la producción en países competidores, el consumo pot-covid, la logística... cada temporada es un viaje a la incertidumbre, y por eso desde AILIMPO tratamos de minimizar riesgos a través de mejoras en los sistemas de información sectorial. A nivel cosecha la producción de limón será coyunturalmente inferior y en el caso de pomelo no se esperan grandes cambios. Estamos a la expectativa de cómo finaliza en Europa la campaña de hemisferio sur y los niveles de *stocks*, y también estaremos pendientes del inicio de Turquía”.

## **Análisis de la industria; Crisis hídrica y cambios**

La crisis hídrica ha generado diversos efectos en todas las naciones y en las que las acciones y planes son clave para disminuir los impactos.

José Antonio García sostuvo: “El sector de limón ha realizado esfuerzos importantes en los últimos años para optimizar y reducir el consumo de agua. El aumento de la superficie con riego localizado en limón ha sido de un 268% en los últimos 30 años. Estos avances en riego y fertilización han permitido aumentar la productividad del cultivo de limón en un 274%. Hoy, en España producimos 1 Kg de limón empleando un 63% menos de agua que en 1988”.

En la misma línea, comentó que uno de los temas que más le preocupa son el aumento de la producción a nivel mundial, el peligro de entrada de plagas procedentes de terceros países y el alza del consumo.

Respecto a los aspectos que deberían cambiar en la industria hortofrutícola, García enfatizó: “Tenemos que ganar en dimensión empresarial para ser más eficientes, mejorar la marca España como origen de garantía y referencia. Tenemos que ser más osados para abrir nuevos mercados y no conformarnos con ser líderes en Europa. También trabajar para alcanzar alianzas empresariales con nuestros colegas de África del Sur, Argentina, Turquía... a todos, aunque somos competidores, nos une nuestra pasión por el limón y el pomelo, y trabajando juntos podemos aumentar el consumo y llegar a más mercados durante 12 meses al año”.

---

