



José - Antonio García
Director



Linkedin

"A veces se valora más la razón y fuerza de uno por los sitios donde no quieren que estés" (P. García)

LEMON ART EXHIBITION TOUR VUELVE A LAS PRINCIPALES CIUDADES DE EUROPA

La campaña Welcome to the Lemon Age regresa con más fuerza al mundo del arte y la cultura con la reedición de **Lemon Art Exhibition Tour**, exposición itinerante que hasta finales de este año recorrerá las principales ciudades tanto de España como de Europa, las cuales se convertirán durante unas semanas en el escaparate más original del limón cultivado y producido en Europa.

8 artistas se encargarán de vestir al limón español a con el objetivo de poner en valor las características intrínsecas y diferenciadoras del limón de Europa. Las recreaciones están **enfocadas hacia la naturalidad, salud, calidad, frescura, sostenibilidad, liderazgo, versatilidad y lifestyle**; cualidades que le han llevado a ser una verdadera referencia dentro del sector hortofrutícola internacional.

La exposición compuesta por limones de más de dos metros de alto dará comienzo a principios de marzo en **Berlín**, para trasladarse después unos cuantos kilómetros hasta **Hamburgo**. Tras su paso por Alemania, **París** será a lo largo del mes de abril la ciudad de acogida de la galería urbana, que descansará hasta el final del próximo verano, momento en el que desembarcará en España.

Así, el limón de España vuelve a dar el salto a la calle para reivindicar sus propiedades únicas y visibilizar el esfuerzo de quienes lo trabajan a diario, después del éxito logrado en 2021.



Expectativas, riesgo, efecto rebaño y limones

Dicen los psicólogos que la expectativa de disfrutar algo en el futuro produce más satisfacción que el mismo disfrute real. Por ejemplo, cuando se planifica la compra de un coche, parece que produce más satisfacción pensar que se va a estrenar un modelo de última generación que el mismo hecho de estrenarlo el día que te lo entregan. Son los juegos de la mente que a menudo condicionan nuestro comportamiento y que incluso pueden llevarnos a actuar de manera económicamente ilógica o irracional. Trasladado a nuestra actividad, en el mercado en origen de limón a veces se generan expectativas de la evolución futura de los precios que generan euforia gracias a ese mecanismo psicológico que nos hace disfrutar hoy por el simple hecho de pensar en el futuro. Aunque asumimos el riesgo de que a veces finalmente llegue un jarro de agua fría que nos sitúa en la realidad.



Pero **hay que ver las cosas con perspectiva**. Y la perspectiva la da la estadística, los datos y el análisis sosoegado, tranquilo y objetivo. Mantener la cabeza fría y despejada, en definitiva. En ocasiones esos resortes mentales nos distraen y nos hacen creer que hay poco riesgo en el futuro, o más expectativas de éxito que las que realmente hay.

A menudo observamos lo que los economistas estudiamos como **"efecto rebaño"** del cual tenemos muchos ejemplos. Este efecto rebaño hace referencia al fenómeno del comportamiento que describe a las personas que siguen a la multitud incluso sin tener en cuenta información que sugiere lo contrario.

Cuando se produce una estampida de los depósitos en un banco, realmente los clientes no sacan el dinero por un problema de capital o de falta de provisiones sino porque lo hace el señor de al lado. Otro ejemplo ocurre cuando la gente acude a los supermercados para hacer acopio de alimentos ante un temor infundado de problemas de abastecimiento.

Este efecto rebaño también se produce lógicamente en el mercado de origen del limón. En ocasiones vemos que la tendencia es comprar cuando todo el mundo compra, o vender cuando todo el mundo vende. No hay lógica en esas dinámicas súbitas del mercado en origen. El "mercado" puede leer ciertas noticias o datos, de manera desproporcionada con la realidad, y esto hará que compradores y vendedores actúen al unísono y en la misma dirección. El efecto rebaño generalmente nos empuja al error de comprar caro y vender barato. Pero **es importante no dejarse llevar por la euforia o el alarmismo que propaga el efecto rebaño y actuar razonando las causas y los efectos de la forma más objetiva posible**. Con datos e información objetiva y contrastada.

Cuando se produce un incendio en un edificio, si se procede a la evacuación ordenadamente, las consecuencias son mucho más leves que si hay estampida.