



## Este mes entrevistamos a Ignacio Rodríguez de Santiago.



Ignacio Rodríguez de Santiago es CEO de Casaú Estudio Creativo **páginas 2 a 3.**

1

### INFORMACIÓN

Aforo Andalucía, AILIMPO en Fruit Attraction 2023 y Lemonchain.

2

### AILIMPO RESPONDE

Resumen lotes turcos rechazados e Interceptaciones de Argentina y Sudáfrica

3

### CAMPAÑA

Desarrollo de la Campaña de Limón a 31 de julio.



### Actividades de la Interprofesional.

Un recorrido por nuestro trabajo diario.

### Artículo del mes.



Aforo Limón y Pomelo 2023/2024.

### Ailimpo y el Campo.



Extension de Normas Limón y Pomelo 2020 - 2025

En este número entrevistamos a Ignacio Rodríguez de Santiago, CEO de Casaú Estudio Creativo.

**La comunicación forma parte de nuestro día a día para todas las personas. En el caso del sector hortofrutícola, ¿cuál consideras que es el grado de introducción de la comunicación en sus diferentes vertientes? ¿qué aspectos crees que son necesarios para mejorar? ¿qué importancia tiene la imagen corporativa en todo ello?**

La comunicación siempre ha jugado un papel fundamental para poner en valor el trabajo que realiza el sector hortofrutícola. Bajo un punto de vista técnico, la mayoría de las empresas, principalmente, a partir de cierto tamaño, necesitan un departamento específico de Comunicación. Se trata de un área estratégica, que debe trabajar de forma conjunta con la del Marketing y en algunos casos, conforman un solo gabinete denominado Comunicación y Marketing. Entre ambas parcelas se complementan para dar a conocer las acciones y los proyectos de una empresa hortofrutícola, construyendo y consolidando la imagen de marca ante el público, ya sean clientes, proveedores o cliente final. El marketing vende y la comunicación convence.

Hasta hace unos años, resultaba casi anecdótico que una compañía hortofrutícola pudiese contar con una estrategia de comunicación, principalmente, porque se consideraba un gasto, en lugar de una inversión. Por si fuera poco, era visto como un gasto innecesario, bajo la falsa premisa de que “un buen producto se vende solo”.

**Pero la globalización y la competencia de otros mercados emergentes, ha hecho que este sector empiece a preocuparse por el branding de su empresa, y por consecuencia cuiden más su comunicación y su imagen de marca.**

El punto de partida para estas empresas sería mejorar su imagen visual, ya que la gran mayoría se han quedado obsoletas, principalmente porque son empresas familiares que nunca le han dado importancia a su imagen, porque nunca han pensado que fuese algo a tener en cuenta.

La imagen corporativa dice mucho de una empresa, más de lo que pensamos. **La imagen corporativa de una empresa es la percepción que tienen los clientes de ella** y a la que asocian determinados valores: confianza, credibilidad, responsabilidad social y medioambiental, seriedad etc. Para que la imagen corporativa funcione, debe transmitir y saber reflejar la personalidad de la empresa y tener un diseño acorde a ello, que provoque interés en el consumidor.





Para desarrollar la imagen corporativa de la empresa, tenemos que tener en cuenta su Brand Key para poder desarrollar acertadamente el nombre o naming, el logosímbolo y slogan que acompañe siempre a la imagen de marca.

El nombre de la empresa causará la primera impresión en tus futuros clientes, por eso debes saber escogerlo correctamente. Lo ideal es que el nombre te diga a que se dedica la empresa y donde está. Es importante que sea creativo para que puedas diferenciarte de tu competencia ya que se compite con nombres de empresas que llevan décadas en el mercado.

Para la creación del logo es fundamental que perdure en el tiempo, que funcione tanto en color como en blanco y negro y que aguante la escala de reductividad.

El eslogan es el mensaje con el que pretendes captar clientes para tu negocio. En él debes recalcar los beneficios de tu producto o servicio, diferenciarte de tu competencia y ser original. La finalidad de este mensaje es causar credibilidad y confianza en tus futuros consumidores.



**Como máximo responsable de una empresa especializada en comunicación, ¿nos podrías indicar que aportan empresas como la tuya para aumentar la visibilidad del sector de cítricos?**

**Nosotros conocemos perfectamente las herramientas de los medios convencionales y no convencionales de comunicación** y gracias a ello sabemos cuales son las más acertadas para darle la máxima visibilidad a la empresa para no tener que matar pájaros a cañonazos.

**Centrándonos en el limón y el pomelo, nos gustaría que nos indicaras cuál es tu relación con nuestro sector, así como con AILIMPO.**

Nosotros creamos la imagen corporativa de Ailimpo hace más de 20 años y estamos muy orgullosos de ella, ya que dos décadas después la marca se ve moderna y no le pesa el paso del tiempo y eso ayuda a que la percepción del cliente sea positiva y vea al sector como moderno e innovador.

**Por último, ¿Qué proyectos de comunicación estáis abordando en la actualidad en nuestro sector??**

**Para Ailimpo estamos preparando un stand para la Feria Fruit Attraction.** Un stand con el que se pretende llamar la atención y conseguir que la percepción del visitante sea positiva y moderna. **Queremos asociar el limón y el pomelo con el deporte, ayudados por la vitamina C que tienen estos cítricos.** Utilizaremos el Marketing experiencial para llegar al máximo número de asistentes de la feria. Pretendemos que la experiencia del visitante sea tan positiva, que nos posicionemos como primera opción en la mente del consumidor.

## ACTIVIDADES DE LA INTERPROFESIONAL (SEPTIEMBRE).

- 🍋 ICBC. International Citrus & Beverage Conference. Florida.
- 🍋 Reunión Sectorial de Cítricos. S.G. de Frutas y Hortalizas.
- 🍋 Reunión FEGA Programas Promoción Alimentaria.
- 🍋 Jornada Informativa sobre Campaña de Comunicación, puesta en valor del sector agroalimentario y aumento de su visibilidad en influencia «Si yo no produzco, tu no comes»



## AILIMPO SE REUNE CON LA NUEVA CONSEJERA DE AGRICULTURA

El sector de limón y pomelo pide al Gobierno Regional compromiso y presupuesto para mejorar el seguro agrario, actualizar el registro de fincas, y para la detección precoz y lucha contra las nuevas plagas.

**La primera reunión de la Consejera de Agua y Agricultura y Agua, Sara Rubira, con el Presidente de AILIMPO, José Hernández, ha permitido trazar la hoja de ruta para la colaboración durante la nueva legislatura.**

**En la reunión celebrada esta semana AILIMPO ha tenido oportunidad de presentar los trabajos y proyectos de la interprofesional en materia estadística, contratos tipo y sostenibilidad.**



ARTÍCULO DEL MES. AFORO LIMÓN Y POMELO 2023/2024

Para esta campaña se estima una producción de 1.365.000 toneladas de limón, un incremento del 34% respecto a la campaña 2022/2023, y de 90.000 toneladas de pomelo, cifra muy similar a la campaña anterior.

LIMÓN

La estimación de cosecha de limón de AILIMPO para la próxima campaña 2023/2024, prevé una producción en España de 1.365.000 toneladas una cifra similar a la ya alcanzada en la campaña 2020/2021, lo que supone un incremento global del 34% en comparación con la campaña 2022/2023 (que tuvo la cosecha más baja de los últimos 10 años) y que se cierra con una producción final de 1.018.407 toneladas de acuerdo con el balance provisional que contabiliza la fruta exportada, procesada, comercializada en el mercado doméstico, así como las mermas de peso. El balance 22/23 ha sido prácticamente coincidente con el aforo de AILIMPO que estimó 1.090.000 tons en septiembre, y actualizó en enero a 1.011.000 tons.

| PRODUCCIÓN DE LIMÓN ESPAÑA CAMPAÑA 2022/23 Y PREVISION CAMPAÑA 2023/24 |           |                                |                       |                      |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------|-----------------------|----------------------|
| BALANCE Y DESTINO CAMPAÑA 2022/2023                                    |           | PREVISIÓN DE COSECHA 2023/2024 |                       |                      |
| DESTINO                                                                | Toneladas |                                | Producción C. 2022/23 | Estimación C.2023/24 |
| Exportación a la UE                                                    | 578.480   |                                |                       |                      |
| Exportación 3os Países                                                 | 16.567    |                                |                       |                      |
| Consumo Nacional                                                       | 173.328   |                                |                       |                      |
| Mermas de Peso                                                         | 38.419    |                                |                       |                      |
| Industria                                                              | 211.613   |                                |                       |                      |
| TOTAL                                                                  | 1.018.407 |                                |                       |                      |
|                                                                        |           |                                |                       | DIF (%)              |
|                                                                        |           | FINO                           | 760.207               | 990.000              |
|                                                                        |           | VERNA                          | 258.200               | 375.000              |
|                                                                        |           | TOTAL                          | 1.018.407             | 1.365.000            |
|                                                                        |           |                                | Toneladas             |                      |

POMELO

La estimación de producción de pomelo de AILIMPO para la campaña 2023/2024 señala una previsión de cosecha en España de 90.000 toneladas, un volumen prácticamente idéntico al de la anterior campaña.).

| PRODUCCIÓN DE POMELO ESPAÑA CAMPAÑA 2022/23 Y PREVISION CAMPAÑA 2023/24 |           |                                |                       |                      |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------|-----------------------|----------------------|
| BALANCE Y DESTINO CAMPAÑA 2022/2023                                     |           | PREVISIÓN DE COSECHA 2023/2024 |                       |                      |
| DESTINO                                                                 | Toneladas |                                | Producción C. 2022/23 | Estimación C.2023/24 |
| Exportación a la UE                                                     | 63.903    |                                |                       |                      |
| Exportación 3os Países                                                  | 3.031     |                                |                       |                      |
| Consumo Nacional                                                        | 7.000     |                                |                       |                      |
| Mermas de Peso                                                          | 3.697     |                                |                       |                      |
| Industria                                                               | 11.500    |                                |                       |                      |
| TOTAL                                                                   | 89.131    |                                |                       |                      |
|                                                                         |           | POMELO                         | 89.131                | 90.000               |
|                                                                         |           |                                | Toneladas             |                      |

# EXTENSIÓN DE NORMA LIMÓN Y POMELO 2020-2025

ORDEN APA/541/2020 (BOE Nº 172)

## ¿POR QUÉ?

1. Porque tenemos que gestionar una producción al alza

2. Porque debemos mantener la posición de liderazgo con el consumidor europeo y abrir nuevos mercados

**0,6  
€/tonelada**

a pagar por el productor más el comercializador

3. Porque debemos dar visibilidad a los valores del limón y pomelo: frescura, calidad y sostenibilidad

4. Porque tenemos que informar y conseguir llegar a las nuevas generaciones

5. Porque hay que hacer un desarrollo innovador de nuevos usos y aplicaciones

## ¿A QUÉ SE DESTINA EL DINERO?

| LÍNEA BÁSICA DE ACTUACIÓN            | %          | € / Año        |
|--------------------------------------|------------|----------------|
| Comunicación y promoción             | 82         | 782.280        |
| I+D+I y mejora de la Cadena de Valor | 8          | 76.320         |
| Buen gobierno y gestión Ext. Norma   | 10         | 95.400         |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>100</b> | <b>954.000</b> |

## ¿QUIÉN FINANCIA?

**TODO EL SECTOR**  
(sea socio o no de AILIMPO)

- Agricultores
- Exportadores / Cooperativas
- Industrias

## PROMOCIÓN

|                            | Presupuesto total | Financiación UE | Aportación sectorial |
|----------------------------|-------------------|-----------------|----------------------|
| Alemania, Francia y España | 5,22 mill €       | 3,65 mill €     | 1,57 mill €          |
| Estados Unidos y Canadá    | 1,27 mill €       | 1,02 mill €     | 0,25 mill €          |

[www.ailimpo.com/extension-de-norma](http://www.ailimpo.com/extension-de-norma)



## ANDALUCÍA PRODUCIRÁ 1,86 MILLONES DE TONELADAS DE CÍTRICOS EN LA CAMPAÑA 2023-2024

“Será una campaña similar a la anterior excepto en provincias como Sevilla o Córdoba, donde se registra una bajada de la producción”. La consejera ha detallado que se espera “un leve descenso” del 1,7% a nivel regional y del 20% en las provincias cordobesa y sevillana “como consecuencia del impacto de la sequía estructural”.



## NOS VEMOS EN FRUIT ATTRACTION 2023

En esta ocasión hemos preparado un stand que ofrece una clara continuidad en cuanto al color y frescura que ofrecen el **Limón y Pomelo de España** 🍊🍋.

Tendremos una dinamización muy especial donde el deporte será el protagonista y..., bueno mejor no develar más de momento. Creemos que va a ser un auténtico pelotazo que sacara las risas y el afán competitivo del sector y de todos los participantes de la feria.

Del **3 al 5 de octubre** te esperamos en el **Pabellón 7** stand **7E17A**.



## AILIMPO PRESENTA EL PROYECTO LEMONCHAIN

AILIMPO ha presentado un proyecto para la Implantación de tecnología **BLOCKCHAIN** en la cadena de valor **del limón y el pomelo marca España**, con el objetivo de mejorar la digitalización, la trazabilidad y aportando información a toda la cadena de suministro y al consumidor para diferenciarnos de los productos de otros países.

En este proyecto, participan **AILIMPO, ASAJA Málaga, ASAJA Alicante, UPA Murcia, Cooperativas Agroalimentarias de Valencia**, así como **TRAZABLE** como socio tecnológico y **EUROVÉRTICE** para la coordinación técnica. Además, **como socios colaboradores contamos con diferentes exportadores, cooperativas e industrias.**

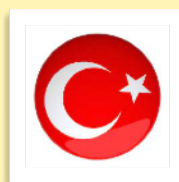


## AILIMPO RESPONDE.

### LOTES DE LIMONES Y POMELOS TURCOS RECHAZADOS POR PLAGUICIDAS EN LA UE (2022/23).

La Comisión europea ha informado a través del sistema RASSF que durante la pasada campaña 2022-2023, **43 lotes de limones y otros 6 de pomelos turcos que han sido rechazados por presencia de plaguicidas**, prohibiéndose su entrada y comercialización en la Unión Europea, que contenían materias activas prohibidas en la UE como son Buprofezín, Butacloro, Clorpirifos, Clorpirifos-Metil, Cloruro de Benzalconio, Fenvalerato, Óxido de Fenbutatín, Procloraz y Propiconazol. Algunos lotes superaban los LMRs en hasta 4 materias activas diferentes.

|              |           |
|--------------|-----------|
| LIMON        | 43        |
| POMELO       | 6         |
| <b>TOTAL</b> | <b>49</b> |



Además, algunos lotes fueron rechazados por superar el LMR en Imazalil, superando hasta en 6 veces los residuos autorizados.

**Estas cifras argumentan la necesidad de que la UE mantenga los controles del 30% de los lotes de limón y pomelo turco, aspecto que seguiremos demandando desde AILIMPO a la comisión.**

### INTERCEPTACIONES FITOSANITARIAS EN CÍTRICOS IMPORTADOS EN LA UE DE ARGENTINA Y SUDÁFRICA.

Según EUROPHYT, las interceptaciones fitosanitarias en cítricos procedentes de Sudáfrica y Argentina durante los pasados meses de junio, julio y agosto han sido las siguientes:

**Sudáfrica.** 37 detecciones de las que:

- **Mancha negra (*Phyllosticta citricarpa*) 33 detecciones.** (en limón 14 y en pomelo 4).
- Falsa polilla (*Thaumatotibia leucotreta*) 2 (1 en pomelo).

**Argentina.** 4 detecciones de mancha negra (*Phyllosticta citricarpa*)

**Las detecciones de mancha negra de Sudáfrica arrojan la cifra más alta de las últimas 5 campañas**, lo que nos preocupa ya que **la mancha negra es una grave enfermedad para los cítricos** que, en caso de que entrara en España, causaría una enorme pérdida económica para el sector del limón y pomelo. Por ello, **desde AILIMPO seguimos insistiendo en la necesidad de que la UE lleve a cabo medidas adicionales de control a las importaciones de cítricos.**





## Producción LIMÓN Comercializada (1 SEP 2022-31 JUL 2023). TM

|                       | 19/20            | 20/21            | 21/22            | 22/23          | Dif. 22/23-<br>21/22 |
|-----------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|----------------------|
| <b>EXP. U.E. + UK</b> | 663.454          | 673.515          | 623.386          | 565.662        | -9%                  |
| <b>EXP. P.TERC.</b>   | 32.074           | 30.809           | 21.468           | 16.267         | -24%                 |
| <b>Mº. INTERIOR</b>   | 172.500          | 169.026          | 169.026          | 158.884        | -6%                  |
| <b>MERMAS</b>         | 43.401           | 43.667           | 40.694           | 37.041         | -9%                  |
| <b>INDUSTRIA</b>      | 243.199          | 410.535          | 314.692          | 207.613        | -34%                 |
| <b>TOTAL</b>          | <b>1.154.628</b> | <b>1.327.552</b> | <b>1.169.267</b> | <b>985.467</b> | <b>-16%</b>          |

### Miembros de AILIMPO:



[www.ailimpo.com](http://www.ailimpo.com)

[www.thelemonage.eu](http://www.thelemonage.eu)