



## Este mes entrevistamos a Oscar Salgado.



Oscar Salgado, Ingeniero Agrónomo y MBA, Gerente Técnico y socio de Fruits & Partners, Ingenuity Tech y GeoSampling

**Páginas 2 a 5.**

**1**

### INFORMACIÓN

Reunión Consejo Dirección AgriConCiencia, Inicio campaña GOOD MOVE

**2**

### AILIMPO RESPONDE

Novedades relativas a productos fitosanitarios y LMRs

**3**

### CAMPAÑA

Importaciones y Desarrollo de la Campaña de Limón



### Actividades de la Interprofesional.

Un recorrido por nuestro trabajo diario.

### Artículo del mes.



Ailimpo participa en el Simulacro de Thaumatotibia leucotreta



Infografía del programa Europeo GOOD MOVE para limón y pomelo.

## Este mes entrevistamos a Oscar Salgado, Ingeniero Agrónomo y MBA. Gerente Técnico y socio de Fruits & Partners, Ingenuity Tech y GeoSampling

### Existen diferentes amenazas para el sector agrícola en los próximos años entre el que se encuentra el cambio climático, ¿cuál es su visión al respecto?

En la actualidad nos enfrentamos, más allá de la opinión política de cada cual acerca del cambio climático, a una situación que podemos denominar de incertidumbre climática.

Cuando yo comencé este negocio, hace ya algunas décadas, para los estudios agroclimáticos se tomaban datos de 20 años atrás que servían para poder pronosticar o proyectar un comportamiento agronómico / productivo en el futuro.

En aquella época, los fenómenos extraordinarios, aunque tenían un alto impacto, tenían una baja frecuencia de ocurrencia, lo que te permitía cuadrar respuestas agronómicas o incluso comerciales. Pero **en la actualidad, los pronósticos climáticos en el corto y en el largo plazo tienen una incertidumbre enorme como consecuencia de que los fenómenos climáticos que antes eran extraordinarios, cada vez son más frecuentes.**

Estos cambios no solo afectan a la forma de producir si no también a las previsiones y a la logística de los mercados que ya de por sí es compleja por la forma de consumir frutas y hortalizas que tenemos en la actualidad.

Todos los supermercados en los mercados maduros como Europa, Reino Unido, Estados Unidos o Japón, donde la penetración del retail es mayor del 90%, quieren tener un abastecimiento de todos los productos durante las 52 semanas del año.

Incluso se va más allá, ya que se demanda la misma variedad, aspecto posible en arándanos e incluso algo hemos hecho en uva de mesa, y hay espacios muy grandes para llevarlo a cabo en soft citrus, bien logrado en Naranjas para la categoría de cítricos.



### Desde el punto de vista de los recursos, ¿cómo afecta esta incertidumbre climática?

Frente a esta situación, nos hemos dado cuenta de que **países como España o Chile, se enfrentan a esta amenaza sin tener una estructura política para llevar a cabo las inversiones necesarias sobre todo en relación al abastecimiento de agua.** Se trata de un problema de distribución de los escasos recursos hídricos disponibles.

Esa incertidumbre climática repercute en una incertidumbre logística que es lo más complejo del asunto y esto va a tener un impacto total en la actual distribución del cultivo de cítricos en la que es preciso contar con los recursos hídricos para mantener una producción sostenible.

## ¿Qué nos puede ayudar a resolver la incertidumbre climática?

La tecnología y la genética eventualmente puede resolver lo que el clima no nos permita hacer con las variedades tradicionales. Hoy día es sorprendente lo que la genética nos puede solucionar, sobre todo con las técnicas de edición genética.

Europa se ha transformado en un artista para regular y para no innovar, por lo que es necesario un cambio de las políticas ya que otros países nos están adelantando. Por ejemplo, en Estados Unidos, todas las lechugas, gran parte de las zanahorias e incluso algunas variedades de aguacates se han obtenido por edición genética. Si no queremos comer alimentos editados genéticamente, al menos se podrían utilizar los portainjertos que nadie se los come, partamos por ahí a lo menos.

Estoy convencido que **la tecnología nos va a ayudar a resolver muchos de los problemas de este desafío climático en ámbitos como el control de plagas y enfermedades, adaptación al aumento de las temperaturas, reducción del consumo de agua, etc.**, es impensable lo que la tecnología nos puede ayudar a resolver. **Pero no podemos olvidar que, si no tenemos agua, no hay absolutamente nada que hacer y en países como España, las políticas hídricas se dirigen hacia un punto de no retorno para el sector agrario** y la sociedad tiene que entender que ante este desafío climático no podemos vivir sin agricultores.

Por lo tanto, **la disponibilidad del recurso hídrico es fundamental para generar certidumbre al sector agrícola en los próximos años. La pregunta clave que requiere una respuesta honesta es: ¿Bruselas quiere agricultura en Europa, si o no?**

## En la situación geopolítica actual, ¿cuáles son los retos a los que nos enfrentamos?

Tenemos que fijarnos en que el efecto que la política internacional tiene en la logística y los problemas que estamos teniendo.

Hay una fragilidad enorme en ese sentido y esto implica, además de un aumento de los costes de transporte, un desafío técnico derivado de la mayor duración del viaje de la fruta. Tenemos unos estándares técnicos de producción y de post-cosecha para poner la fruta en el mercado en unos determinados días y **ante los problemas logísticos es necesario llevar a cabo cambios importantes para poder aumentar la vida de la fruta**, permitir que la genética se exprese en todo su potencial agronómico en postcosecha y, desde el punto de vista de la producción hay que trabajar para disponer de material vegetal de mayor potencial para postcosecha.

**En postcosecha, hay países como España que en la actualidad tienen un concepto absolutamente raro por lo que necesariamente se tiene que cambiar el paradigma para mejorar aspectos como el preenfriamiento, ventilación de envases, mayor control de las aplicaciones fungicidas post-cosecha, moverse del control de calidad al aseguramiento de la calidad, para llegar a la gestión de calidad y mejor continua etc.**, de forma que se pueda tener fruta con mayor vida tras la recolección.

## ¿Qué opinión le merece la competencia de terceros países en el mercado europeo?

Tenemos que ser conscientes de que **el mercado de un producto agrícola es el mundo y que para sobrevivir hay que ser competitivo.**



Si las reglas del juego fueran iguales para todos, la eficiencia en la producción, comercialización y logística sería la que marcaría la competitividad de las producciones en origen. Pero existen otros aspectos políticos en las relaciones con otros países como la inmigración u otros intereses comerciales que son clave para las administraciones.

Por ejemplo, con respecto a Marruecos (para casi todo el Magreb), donde los principales inversores agrícolas son europeos, las políticas de la UE están orientadas a que no lleguen inmigrantes a Europa, ofreciéndoles una actividad agrícola para que puedan vivir, pero producen y más de lo que consumen, por lo que tienen que exportar y ¿adonde?, pues a Europa.

**En Europa hay que cuidar los discursos ya que no se puede querer una economía de libre mercado, pero sin globalización, ni tampoco que, cuando el libre mercado falle, tenga que ser el estado el que intervenga para resolver los problemas.** Insisto que hay una pregunta sin respuesta pero que precisa ser contestada con sinceridad, ¿quiere Bruselas agricultura en la UE?

**Europa tiene que sentarse y analizar qué sectores agrícolas son estratégicamente prioritarios y llevar a cabo iniciativas para asegurar su futuro,** sin descartar medidas que limiten la entrada de productos en determinadas épocas o cantidades para proteger sus producciones e incluso plantear sencillamente que en determinadas épocas dejemos de consumir determinados productos, ¿por qué comer en Europa cítricos en verano o uva de mesa en invierno? ¿Sera esta la solución y volver a los 70's? ¿La globalización la queremos solo para los productos Europeos?

Además, **aunque hay que competir con otros orígenes en los mercados, debe haber espacio para lo que yo llamo "coopetition", cooperar y competir. En este sentido lo que está haciendo la World Citrus Organization (WCO) es algo encomiable, algo muy necesario para encontrar puntos de encuentro ante los problemas de un sector en un mercado global.** El modelo de los Aguacates y Mangos en USA, hay que revisarlo con mucha atención para EU.

## **¿Existen otros aspectos que considera necesario reconducir en la producción de cítricos?**

Nuevamente tengo que insistir en la tecnología como vertebradora y en la importancia de observar lo que hace el vecino y lo que podemos aprender de él, no es "Copiar y Pegar", es "Entender y Mejorar".

En algunos países como Marruecos, Egipto o Túnez están produciendo cítricos extraordinarios desde el punto de vista técnico. Lo que están haciendo es simple, como no saben producir, se dejan asesorar, hacen caso a la materia Gris de Europa y además saben innovar, algo que está perdiendo el productor español que se piensa que lo conoce todo porque lleva 40 años de experiencia, lo que supone un año de experiencia que se repite 39 veces. Hay un divorcio entre la universidad con investigación y estudios extraordinarios y la práctica e implementación, en muchos sectores agrícolas.

**Existen fincas de limón en el mundo con rendimientos de 90 t/ha, Sudáfrica esta con un promedio de 50 t/ha, y en España la media es de 25 t/ha** (muchos de los técnicos sudafricanos vinieron a estudiar algún posgrado de citricultura en Valencia), **con esto obviamente España estaría fuera de mercado y ¿es culpa de la globalización?, el mercado premia a los que lo hacen bien.**

Así, la naranja que comes en España es extraordinaria, pero con rendimientos bajos por hectárea. **Es un desafío importante el mejorar los rendimientos, son la clave para la rentabilidad y para ello es necesario conocimiento, tecnología e innovación y la materia gris está, pero falta comunicación y receptividad por parte del sector.**

En España hay un negocio de los cítricos, pero no existe sector. Pero los anglosajones, piensan de otra manera. Ellos no fueron a las colonias a evangelizar sino a ganar dinero. Es necesario que se pongan en marcha iniciativas potentes como los Boards de cítricos estadounidenses que son un lobby completo en el que productores, comercializadores y proveedores de insumos y servicios están integrados. Incluso hay boards como el del aguacate y el mango en Estados Unidos en los que productores de otros países son socios y los financian por que su objetivo no es otro que aumentar el consumo de estos productos independientemente de su origen.

Por lo tanto, **es muy importante que el sector esté vertebrado a través de una organización fuerte, convocantes y esto solo puede llevarse a cabo cuando les empieza a llegar el agua al cuello o cuando empiezan a morir.**

Además, hay que ir más allá de nuestro sector para encontrar soluciones, yo no concibo una campaña de limón sin pensar en la lechuga, tengo que ganarle terreno al vinagre o al aceite balsámico en la ensalada.

Y ser innovadores en los mensajes, en China, el aumento del consumo de limón en los últimos tiempos se ha producido porque 2 o 3 influencers, han tomado zumo de limón para grabar videos de sus caras diciendo que es sano tomarse un zumo de limón.

## **¿Qué acciones tendríamos que tener en cuenta para fomentar el consumo en sectores como el del limón y el pomelo?**

Lo más importante es saber quiénes serán nuestros consumidores dentro de 20 años, porque hay que intervenir sobre ellos en la actualidad y son esos de entre 10 y 20 años que aman a Greta Thunberg, y que no creen en esta globalización despiadada, los que conocen perfectamente lo que quieren consumir y lo que nunca van a consumir. Todas las iniciativas deben ir hacia conseguir que ese consumidor que va a tener una conciencia social más amplia, que está teniendo una fijación más importante en términos de salud, consuma lo que estamos produciendo.

Un ejemplo de cómo cambian los hábitos de consumo es lo que ha ocurrido con la mandarina. Nadie podría pensar que en Estados Unidos donde siempre se habían consumido naranjas de calibres grandes y extraordinarias, se iba a sustituir su consumo por mandarinas o clementinas. ¿Cómo ocurrió? pues sencillamente porque la mamá le metió en la mochila al enano (su hija o hijo) una mandarina cuando iba al colegio y resultó que se la comía toda y no había desperdicio. Ese niño de 12 años, hoy tiene 25 años y sigue consumiendo mandarinas y no sabe lo que es una naranja más que por el zumo.

**Los jóvenes de hoy van a ser más pobres que nosotros, no van a poder tener casa propia, ni permitirse grandes lujos, pero si hay algo cierto es que van a seguir comiendo.**

**Así, en las campañas de promoción de las asociaciones se tienen que redirigir hacia el consumo hacia los más jóvenes, incluso en la guardería infantil por que los hábitos de consumo se forjan en esas edades.**

## ACTIVIDADES DE LA INTERPROFESIONAL (ABRIL).

- 🍊 Reunión Consejería Agricultura AGEFIS.
- 🍊 Reunión Mesa de Cítricos. Consejería de Agricultura de Murcia.
- 🍊 Jornada Cajamar: Inteligencia Artificial.
- 🍊 Participación en CitrusForum 2024..
- 🍊 Simulacro de aplicación del plan nacional de contingencia de *Thaumatotibia Leucotreta*.
- 🍊 Reunión seguimiento y actualización acciones programa múltiple EU Good Move.



## AILIMPO PARTICIPA EN CITRUS FORUM 2024

El Congreso se celebró el pasado 28 y 29 de mayo de 2024 en el Palacio de Congresos de Valencia de forma presencial y, el 30 de mayo, en sesión 100% online.

Participaron mas de 50 expertos ponentes, desarrollando diferentes bloque temáticas: Plagas y Enfermedades; Fisiología y Nutrición; Producción y Comercialización; Poscosecha y Nuevas Tecnologías. La vicepresidenta de la Comisión de Agricultura y Desarrollo Rural del Parlamento Europeo, Mazaly Aguilar, impartió la charla plenaria que inicio el Congreso.

**La jornada técnica finalizó con una mesa redonda sobre comercialización en la que intervinieron Paco Borrás (consultor agroalimentario internacional), José Antonio García (director de Ailimpo) y Phillippe Binard (secretario general de WCO).** Durante esta sesión, se analizaron las últimas tendencias y desafíos en el ámbito de la comercialización, tanto a nivel mundial como en el mercado español. **Los temas clave incluyeron una visión objetiva de la realidad actual, proyecciones y aforos para la próxima campaña citrícola, así como los desafíos anticipados que enfrenta la industria en este área vital.** Este intercambio de conocimientos ofreció una visión profunda sobre el panorama actual y futuro de la comercialización de cítricos.





## AILIMPO PARTICIPA EN EL SIMULACRO DE THAUMATOTIBIA LEUCOTRETA EN MURCIA.

Durante los días 28 y 29 de mayo, se llevó a cabo en Murcia un ejercicio de simulación organizado por el Ministerio y el Servicio de Sanidad Vegetal de Murcia, en el que, también participamos las OCAS de la Región de Murcia, personal de las autoridades competentes de diferentes CC.AA. y el sector productor que ha estado representado por AILIMPO y la Federación de Cooperativas Agrarias de la Región de Murcia (FECOAM).

**El objetivo ha sido, en base a un supuesto práctico de detección de esta plaga, analizar todas las actuaciones que se llevarían a cabo según se contempla el Plan de Contingencia del Ministerio para esta plaga de cuarentena, analizar las dificultades de su puesta en marcha y en base a los resultados de este ejercicio, proponer mejoras** para la actualización del citado plan para *Thaumatotibia leucotreta*.



La participación del sector en este tipo de ejercicios es fundamental ya que, en caso de que se produjera la introducción de un organismo de cuarentena, los productores y comercializadores contarían con la experiencia para la puesta en marcha de las medidas obligatorias que les podrían afectar, por lo que se ha echado en falta la participación de otras entidades representativas, así como la de las organizaciones agrarias.



**El trabajo realizado por AILIMPO en este simulacro se enmarca en nuestro Plan de Actuación en el que las cuestiones de Sanidad Vegetal y Protección frente a la entrada de plagas de terceros países, son una prioridad de trabajo, dentro de nuestro compromiso con los agricultores.**

Desde AILIMPO valoramos de forma muy positiva este ejercicio que nos ha servido para conocer, de forma directa, el mecanismo de actuación de las autoridades competentes en materia de sanidad vegetal en caso de detección de una plaga de cuarentena.



# ¿qué es GOOD MOVE?

La nueva campaña de promoción para el limón y el pomelo



ES UN ESTILO DE VIDA

ES UNA POSTURA

ES SER ACTIVO

ES INCORPORAR

ES NO ESPERAR

ES FACILITAR

ES SACAR PECHO

ES LA ACTITUD

ES ESTAR AL DÍA



## PLAN DE ACCIONES

### 1. EMBAJADORES DEL DEPORTE

Atletas de élite promueven el limón y el pomelo en eventos deportivos.

### 2. PATROCINADORES DE LAS GRANDES CITAS

Juegos Olímpicos de 2024 en París, el Open de Tenis de Australia, carreras populares y otros.

### 3. PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES

Tik Tok, YouTube, Twitch, Facebook, Instagram y Spotify.

### 4. INFORMACIÓN Y CONSEJOS

Website con información de la campaña y perfiles always-on en Facebook e Instagram.



GABINETE DE PRENSA Y RELACIONES PÚBLICAS

## 5 RETOS

NUTRICIÓN + DEPORTE

ESTILO DE VIDA SALUDABLE

FRUTAS Y VERDURAS: FÁCILES Y DELICIOSAS!

LIMÓN Y POMELO: ESTRELLAS NUTRITIVAS

EUROPA = CALIDAD + SOSTENIBILIDAD



### ¿QUÉ?

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN + DIVULGACIÓN + INFORMACIÓN SOBRE HÁBITOS SALUDABLES

### ¿CÓMO?

MENSAJES FRESCOS Y TRANSPARENTES HÁBITOS ALIMENTICIOS, ESTILO DE VIDA

### ¿CUÁNDO?

2024  
2025  
2026

### ¿A QUIÉN?

EUROPEOS 18 - 34 AÑOS BUSCAN ALIMENTOS SALUDABLES Y DE CALIDAD FÁCILES DE PREPARAR

### ¿DÓNDE?

FRANCIA + POLONIA + ESPAÑA





## REUNIÓN DEL CONSEJO DE DIRECCIÓN DEL PROYECTO AGRICONCIENCIA

El día 16 de mayo, se celebró una reunión del Consejo de dirección del proyecto “Demostración de las mejores prácticas agrícolas basadas en evidencias científicas para mitigar el impacto del sector agrícola en el Mar Menor” (AgriConCiencia) que coordina AILIMPO, en el que **los miembros de la agrupación llevamos a cabo un repaso de los avances del proyecto, analizamos la situación actual, aspectos relacionados con la logística de las fincas colaboradoras y realizamos una planificación de las actuaciones a desarrollar en los próximos meses.**

El proyecto AgriConCiencia cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, a través de la Convocatoria de ayudas para la restauración y mejora ambiental en el ámbito agrícola, para contribuir a la recuperación de la funcionalidad ecológica del Mar Menor.



## AILIMPO INICIA SU NUEVA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN PARA PROMOVER UN ESTILO DE VIDA MÁS ACTIVO Y SALUDABLE

En un nuevo esfuerzo para que más consumidores conozcan los muchos beneficios del consumo de limón y pomelo dentro de una alimentación equilibrada, la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (AILIMPO) vuelve a implicarse durante otros tres años en una campaña europea de promoción. En esta ocasión, suma fuerzas con Aprifel, agencia francesa dedicada a la investigación e información sobre las frutas y hortalizas, y Fruit Union, asociación de distribuidores hortofrutícolas de Polonia, para concienciar a los jóvenes de la importancia de comer sano y practicar deporte regularmente, pues no consumen suficientes frutas y verduras por falta de tiempo, ganas o ideas; y son cada vez más sedentarios, como se refleja el deterioro constante de los indicadores de actividad física.



‘Good Move From Europe’ está orientada tanto a los Millennials como a la Generación Z, es decir, a jóvenes de entre 18 y 34 años. Un extracto de la población propenso a pasar parte de su tiempo libre frente a las pantallas. No obstante, también está

dirigida a los followers de entrenadores deportivos en las redes sociales que quieran ampliar conocimientos de nutrición.

## AILIMPO RESPONDE.

### AMPLIACIÓN DE LA AUTORIZACION EXCEPCIONALMENTE SPINTOR 480 SC PARA LIMONERO Y POMELO EN C. VALENCIANA Y ANDALUCÍA

Tras la aprobación de la autorización excepcional de este producto fitosanitario en Murcia, otras CC.AA se han adherido.

Por lo tanto, finalmente se autoriza el uso excepcional del producto SPINTOR 480 SC (Spinosad 48%) en las Comunidades Autónomas de Murcia, Valencia y Andalucía, siendo las fechas de efecto de la autorización es entre los días 2 de mayo al 30 de junio de 2024 y del 2 de octubre al 30 de noviembre de 2024.

Desde AILIMPO hemos conseguido que el Ministerio y las CC.AA. hayan sido receptivos a los problemas del sector para que los productores de limón y pomelo cuenten con otra herramienta fitosanitaria adicional para luchar contra los trips en todas las zonas de producción de nuestro país.

### PERIODO DE GRACIA PRODUCTOS FITOSANITARIOS QUE CONTIENEN SPIROTETRAMAT

El pasado 30 de abril finalizó la aprobación de la sustancia spirotetramat. **El MAPA ha concedido una autorización excepcional** para el uso de los productos fitosanitarios que la contienen que son MOVENTO 150 O-TEQ y MOVENTO GOLD.

Tal y como refleja dicha autorización excepcional, **las fechas límite para la comercialización de estos productos será el 31 de octubre de 2024 y se podrán utilizar hasta el día 30 de abril de 2025.**

### CAMBIOS EN LOS LMRS DE DELTAMETRINA Y METALAXIL

El pasado día 22 de mayo se publicó el Reglamento 2024/1342 que modifica los LMRs de las materias activas deltametrina y metalaxil.

En el caso de **deltametrina se reduce el LMR actual en limón y pomelo (0,04 ppm) a 0,02 ppm, mientras que para metalaxil en limón se reducirá de 0,5 ppm a 0,01 ppm.**

Estos nuevos LMRs serán aplicables a partir del 11 de diciembre de 2024.



**IMPORTACIONES DE LIMÓN EN LA UE 27  
SEPTIEMBRE A ABRIL  
CAMPAÑAS 2018-2019 A ACTUAL 2023-2024**

**LAS IMPORTACIONES DE LIMÓN DE TERCEROS PAÍSES NO SON UN FENÓMENO EXCLUSIVO DE ESTA CAMPAÑA**

**EN LA ACTUAL CAMPAÑA 23-24 SE HAN IMPORTADO 160.302 TONS, 20.000 TONS MÁS QUE EN 22-23  
UNA CIFRA INFERIOR A LA DE 2028-2019 (173.493 TONS)**

**EN LA 2021-2022 EL VOLUMEN IMPORTADO FUE MUY SUPERIOR (199.878 TONS)**

**EN LA ACTUAL CAMPAÑA 23-24 SE HAN IMPORTADO 160.302 TONS, 5.882 TONS MAS QUE EL  
PROMEDIO DE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS (154.420 TONS)...**

**¿SON 20.000 TONELADAS MÁS DE LIMÓN IMPORTADO ESTA CAMPAÑA RESPECTO A LA ANTERIOR LA  
CAUSA DE QUE SE HAYAN QUEDADO SIN RECOLECTAR EN ESPAÑA 400.000 TONELADAS?**

**¿NO SERÁ QUE REALMENTE HAY UN PROBLEMA DE SOBREPDUCCIÓN?**

2023-2024	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	TOTAL
SUDAFRICA	22.662	3.777	31	66	0	0	26	139	26.701
ARGENTINA	12.536	711	110	0	0	0	0	0	13.357
TURQUIA	6.331	23.994	16.771	18.010	14.137	11.338	11.459	5.563	107.603
URUGUAY	961	71	0	0	0	0	0	0	1.032
EGIPTO	408	181	680	2.332	2.571	1.394	467	188	8.221
CHILE	545	119	0	0	0	0	0	0	664
OTROS	1.685	615	187	116	67	58	0 *	0 *	2.728
TOTAL	45.128	29.468	17.779	20.524	16.775	12.790	11.952	5.890	160.306

2022-2023	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	TOTAL
TOTAL	40.091	17.325	15.578	19.878	14.580	12.309	10.628	10.351	140.740

2021-2022	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	TOTAL
TOTAL	81.491	25.209	17.708	19.680	15.958	12.696	12.732	14.404	199.878

2020-2021	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	TOTAL
TOTAL	38.713	27.870	18.768	17.651	12.412	7.312	6.073	5.778	134.577

2019-2020	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	TOTAL
TOTAL	41.058	23.346	14.255	16.868	11.158	6.521	7.326	2.880	123.411

2108-2019	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	TOTAL
TOTAL	60.672	34.680	22.339	19.652	17.744	9.436	5.669	3.301	173.493

PROMEDIO 5 AÑOS	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	TOTAL
TOTAL	52.405	25.686	17.730	18.746	14.370	9.655	8.485	7.343	154.420

*\*Datos corregidos por duplicidad Taxud-Eurostat*



## Producción LIMÓN Comercializada (1 SEP - 30 ABR 2024). TM

	20/21	21/22	22/23	23/24	Dif. 23/24- 22/23
EXP. U.E. + UK	480.162	468.748	431.059	433.847	0,6%
EXP. P.TERC.	25.568	17.246	11.837	17.593	49%
Mº. INTERIOR	122.928	122.928	115.552	115.552	0%
MERMAS	31.433	30.446	27.922	28.350	2%
INDUSTRIA	302.995	241.002	152.977	257.221	68%
<b>TOTAL</b>	<b>963.086</b>	<b>880.370</b>	<b>739.348</b>	<b>852.563</b>	<b>15%</b>

### Miembros de AILIMPO:



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

<https://good-move.eu/es/>