

COMUNICADO DE PRENSA A/A Economía-Agricultura

El sector apuesta por una interprofesional del aguacate, una marca de calidad y la promoción para defender la fruta nacional ante el “tsunami” de las importaciones

AVA-ASAJA y ASOPROA instan a diferenciar el aguacate español por su menor huella de carbono

Valencia, 25 de mayo de 2022. La Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-ASAJA) y la Asociación de Productores de Aguacate (ASOPROA) llaman a la unidad de todo el sector –productores, comercializadores, distribuidores y administraciones– para “llevar a cabo urgentemente una estrategia capaz de diferenciar el aguacate español frente al tsunami de importaciones foráneas que se viene en los próximos años, dando a conocer a los consumidores europeos sus ventajas, como la menor huella de carbono, la cercanía, la frescura, la calidad y la seguridad alimentaria”. Ambas entidades han lanzado este mensaje durante la II Jornada Internacional del Cultivo del Aguacate que han organizado hoy en Valencia con la presencia de más de 150 personas y expertos de prestigio mundial.

El presidente de ASOPROA, Celestino Recatalá, afirmó que “el sector del aguacate se encuentra en un momento crucial. Hasta ahora había excelentes expectativas comerciales, pero en esta campaña los precios han ido a la baja porque el crecimiento de la producción prevé superar al crecimiento de la demanda. Nos tenemos que preparar desde la unión y la gestión inteligente”.

El presidente de AVA-ASAJA, Cristóbal Aguado, concretó “la necesidad de poner en marcha una interprofesional nacional del aguacate, una marca de calidad del producto valenciano, español o incluso europeo y una campaña valiente de promoción. La distribución y el consumidor deben entender que nuestro aguacate es el más sostenible del planeta y que darle prioridad es la mayor contribución que pueden hacer para luchar contra el cambio climático”.

En la misma línea, el presidente de ASAJA Nacional, Pedro Barato, afirmó que “o nos organizamos o nadie lo va a hacer por nosotros. Las administraciones pueden ayudar, pero es el sector el que debe tomar la iniciativa si no quiere que al aguacate le pueda pasar lo mismo que a otros cultivos en crisis”. Barato pidió al sector industrial “una especial generosidad, así como transparencia y colaboración con los productores para mantener una rentabilidad digna”.

En representación de la Generalitat Valenciana, el secretario autonómico de agricultura, Roger Llanes, subrayó que “los agricultores han conseguido adaptar este cultivo ajeno de áreas tropicales a nuestro territorio, y ahora es momento de

COMUNICADO DE PRENSA

significarse en el mercado de proximidad europeo vendiendo no solo un producto vegetal, sino también sus aportaciones en salud y medio ambiente. Hacerlo distinguible y más apetecible”.

Eric Imbert, ingeniero de Fruitrop–Cirad, constató que “estamos pasando de una situación equilibrada a un desequilibrio entre las perspectivas de aumento global de oferta y demanda que ya está provocando las primeras consecuencias en una desestabilización de los precios”. Abogó por “aprender de Estados Unidos, donde dedican 80 millones de dólares a la promoción del aguacate, por solo 2 millones en la Unión Europea”. Al respecto, la directora general de AGR FOOD MARKETING, María José Millán, incidió en la importancia de “diferenciarse por valor y no por precio: una marca de origen, que capitalice la cercanía, el respeto al medioambiente, la seguridad y la soberanía alimentaria”.

Durante una mesa redonda con las principales empresas comercializadoras de aguacate en España, los representantes de Tropical Millenium (Miguel Ángel Páez), Reyes Gutiérrez (Juan Antonio Reyes) y Trops (Andrés Llorca) calificaron la presente campaña como “un año para tomar nota y aprender. El sector tiene que coordinarse, convencer a la gran distribución de que priorice el aguacate nacional por su menor impacto ambiental y educar al consumidor, que al final es el factor decisivo a la hora de elegir nuestro producto”.

El investigador de IHSM La Mayora, Iñaki Hormaza, expuso las tecnologías que el sector puede aplicar en materia de agua, agricultura de precisión, prevención y control de plagas o nuevas variedades, entre otras. A través de sendas vídeo-conferencias, el consultor en riego en aguacate en Chile, Perú y México, Raúl Ferreyra, comunicó novedades sobre el manejo del riego y suelo; el profesor de la Universidad de Valparaíso de Chile, Gerardo Aldunate, detalló estrategias de poda para mejorar la producción de aguacates; y el investigador de la Universidad Agraria La Molina de Perú, Walter Eduardo, hizo hincapié en el manejo integrado de hongos de madera.

La jornada ha contado con el patrocinio de Viveros Brokaw, Fertinagro Biotech, Caixa Popular, Syngenta, BASF, Riegos Pous, Agromas y Garroferals Correduría de Seguros.