Alcachofa de España cierra su quinto aniversario celebrando la unión del sector

La asociación sin ánimo de lucro Alcachofa de España acaba de despedir el 2019, año de su quinto aniversario, celebrando la unión conseguida en el sector de la alcachofa. Durante el último lustro, la asociación ha trabajado en la integración de los diferentes agentes involucrados en las fases de producción, comercialización y transformado de esta verdura, a la vez que ha puesto el foco en la difusión de sus beneficios para tratar de incorporarlo a la dieta de toda la población.

En palabras de Antonio Galindo, presidente de la asociación, **“el balance de estos cinco años es muy positivo**. La industria de la alcachofa se ha visto reforzada por una herramienta de consenso, la cual ha luchado en favor de sus intereses y ha logrado aumentar la venta del producto en todas sus variantes, tanto frescos como conservas y congelados”.

Logrado ese primer objetivo, Alcachofa de España aspira a seguir seduciendo a otros agentes del sector para que se sumen al consorcio y aporten su experiencia y conocimiento en defensa del cultivo y la promoción del consumo de esta verdura. “Tenemos que ser los máximos posibles en la

labor iniciada por Alcachofa de España. Es la mejor manera de tener fuerza y defender los intereses comunes del sector. Además, con esta unión nos sentiremos reforzados y lucharemos mejor ante cualquier adversidad", apostilla Antonio Galindo.

Esa fortaleza colectiva ha permitido que el balance de 2019 se salde con una producción que ronda las 220.000 toneladas, cifra similar a la del ejercicio anterior pese a haber sufrido adversidades climatológicas como la DANA o la gota fría en zonas como la Vega Baja del Segura o Los Alcázares.

Retos para el año 2020

Uno de los objetivos fijados por la asociación es lograr que el consumo medio de alcachofa en nuestro país supere los tres kilos y medio por habitante al año. Para tratar de alcanzar este reto Alcachofa de España encara el próximo año con la responsabilidad de redoblar sus esfuerzos en la promoción del producto y conseguir que éste llegue a zonas no productivas. "Las regiones sin cultivos están menos familiarizadas con las propiedades de este superalimento, y es ahí donde las diferentes campañas de difusión tiene más posibilidad de ganar nuevos amantes de la verdura", adelanta Galindo.

En ese sentido, la comunicación y publicidad de las diferentes acciones emprendidas por Alcachofa de España será uno de los pilares en los que se asiente la asociación para asegurarse de que la población está al tanto de las novedades relacionadas con la verdura y para conseguir que los socios se involucren aún más en alcanzar la unión plena del sector.

Otro de los retos que se plantea la asociación es consolidar el nuevo modelo productivo que se viene dando en los últimos tiempos, donde la alcachofa habitual se combina con la nueva variedad de alcachofa híbrida y juntas aportan mayor diversidad en los lineales del supermercado. Esta alcachofa híbrida, más voluminosa que la alcachofa común, ha visto crecer su implantación en la zona del Levante y ha logrado llegar a consumidores que prefieren los capítulos más grandes.

"Gracias a la mayor variedad del alcachofas y al empuje de la asociación en el plano comunicativo esperamos lograr que la verdura se integre en los hábitos alimenticios de más consumidores, que depositen su confianza en este superalimento tan beneficioso y consigan incorporar su consumo como parte de una dieta saludable", cierra Antonio Galindo.