

[VENTAS POR INTERNET]

Del árbol a la mesa en 24 horas

La comodidad, la seguridad de las transacciones económicas y la calidad de los productos. Son pilares sobre los que se asienta la experiencia de una empresa familiar que se ha propuesto entregar naranjas frescas tan sólo veinticuatro horas después de recogerlas del árbol.



César Marcos

Periodista

En 1999, el negocio de las naranjas de la familia de Federico Aparici se encontraba ante un obstáculo difícil de salvar. Sus clientes, las firmas que compraban al por mayor le pagaban el mismo precio que hacía veinticinco años.

Consciente de tener “entre las manos” un buen producto, Federico Aparici encontró la manera de hacerlo llegar directamente a cualquier consumidor de España. La fórmula tan nueva como arriesgada era Internet. E implicó a toda la familia. A sus hijos, Juan, que es el responsable de informática, Federico, encargado de la logística, y su mujer Lola, de donde toma el nombre la tienda virtual, que está al frente de los pedidos.

[Calidad a la puerta de casa

Las fincas de Naranjas Lola se encuentran situadas en el término municipal de Cullera (Valencia), cuyos suelos son de tipo arenoso con un microclima excepcional para el cultivo, que se beneficia además de un regadío propio. Los propios recursos hídricos, que fluyen de un manantial subterráneo, se almacenan en una balsa.

Todos los pedidos en esta empresa se realizan vía Internet, un 60% a través de su página Web, y el resto por teléfono o carta

La clave de la calidad de sus cítricos, más de 140.000 kg de naranjas al año,

reside en elegir el momento de maduración del fruto, que Federico se atreve a calificar de “sobremaduro”. De este factor depende la recolección, aunque implique perder un porcentaje importante de la cosecha. Incluso los pedidos se suceden al ritmo del grado máximo de maduración, aunque se tengan que posponer hasta que se cosechen desde la parte del árbol más soleada.

La variedad de naranja escogida está estrechamente vinculada al periodo de maduración. Procedente de Canadá, Navel lane-late es tardía, recolectándose desde febrero hasta mayo. Sus propiedades organolépticas son

[EL NEGOCIO POR INTERNET]

Pros y contras

A pesar de que la cuota de mercado de los alimentos distribuidos por comercio electrónico se incrementa lentamente, aún queda alcanzar el baremo de este tipo de comercialización en algunos países de la OCDE.

Según datos recientes de la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones, la facturación de los negocios españoles que venden productos *online* creció en el primer semestre de 2008 un 73,4% respecto al año anterior. En 2008, “el comercio electrónico ha generado un volumen de negocio que supera los 4.700 millones de euros. La clave de este incremento está en el dato de compradores, que pasa del 27,3% de los internautas mayores de 15 años al actual 39,8%, prácticamente ocho millones más”, destacan fuentes de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información. Y si el crecimiento sigue este ritmo, en dos años posi-

Toda la familia Aparici trabaja en Naranjas Lola

las más apreciadas, por su jugosidad, además de contener poco epitelio, "tejido" que envuelve cada uno de los gajos y celdillas interiores. El resto de variedades que comercializa esta empresa son las navelinas, aparte de la producción menor de otros cítricos.

La filosofía empresarial de Federico Aparici no sólo se basa en que su producto salga directamente del campo al consumidor sin intermediarios, sino también que no reciba ningún tratamiento químico para su coloración, maduración ó conservación: ni abrillantadores ni selladores. Sin aplicar los conceptos de la agricultura ecológica, los tratamientos fitosanitarios empleados se ciñen a los menos agresivos. Por ejemplo, contra la llamada mosca del Mediterráneo, la intenta someter con trampas de fabri-



cación casera, pero nada de fumigación indiscriminada.

Todo por el cliente final

El marketing de esta empresa descansa en que es un pilar diferenciador de otras formas de comercialización a

la carta a distancia. Hablamos en cuanto a medios de pago, íntimamente relacionados con la satisfacción del cliente. Dentro de las cajas, la familia Aparici puede enviar naranjas de zumo, naranjas de mesa, limones, pomelos, naranjas sanguinas y mandarinas, a la espera de que el cliente quiera en todo momento personalizar su pedido.

Al llegar el transportista con la caja de cítricos, el cliente de Naranjas Lola debe de tener en cuenta que no hay que abonar de inmediato el importe, sino consumir el producto, y siempre que sea de su agrado, elegir el medio de pago entre los siguientes: transferencia bancaria, giro postal, cheque bancario nominativo y tarjeta de crédito. Fundamental es que si las naranjas no han gustado al cliente, en absoluto hay que pagar. El índice de morosos es ínfimo, pese a lo que se pueda uno imaginar.

blemente se supere el 70%, apuntan los analistas.

La desconfianza del consumidor, que encuentran las empresas agroalimentarias más osadas, es el principal obstáculo para su crecimiento en el sector, si bien es reconocido que la nueva herramienta virtual podría redundar en beneficios por ambas partes. Mayores oportunidades de compra, acceso e información, además de ahorro de costes para un consumidor con cada vez menos tiempo para dedicarse a la compra tradicional. Al emprendedor agrario, el comercio electrónico le presta ampliar aún más su negocio, a base del acceso a nuevos clientes mediante una difusión de sus productos más allá del ámbito propio de venta

El asalto a Internet por pequeños productores y cooperativas agrarias se ha visto facilitada por el nuevo marco jurídico desde 2002 que ahuyenta los fantasmas de fraude que arrastra en la Red el consumidor español, reforzando aún más sus derechos. Dentro de su extenso ámbito de aplicación, la Ley de Servicios de la So-

Al emprendedor agrario, el comercio electrónico le presta ampliar aún más su negocio, a base del acceso a nuevos clientes mediante una difusión de sus productos más allá del ámbito propio de venta

ciudad de la Información y Comercio Electrónico ha venido a establecer, entre otros asuntos, la responsabilidad de los prestadores del servicio, sujetos a la responsabilidad civil, penal y administrativa establecida con carácter general en el ordenamiento jurídico.

Ya en un estudio de la Universidad de Burgos a principios de 2000, se deducía que pese a que el consumidor se mostraba reacio a esta nueva vía de distribución, sobre todo, por la imposibilidad de no ver físicamente lo que compra, el futuro se presentaba halagüeño por varias ventajas, como es la comodidad, la seguridad de las transacciones económicas y la calidad de los productos.

El 45% de sus naranjas llegan a casas particulares, mientras que el 55% a los 400 mejores restaurantes y hoteles de España, tiendas gourmet o delicatessen de máximo prestigio

De esta manera, tanto el productor como el consumidor se benefician de la eliminación del coste que suponen los agentes intermediarios en la cadena agroalimentaria y disfrutan del placer de las naranjas naturales en su mesa, con la garantía de adquirir productos de cosecha propia.

Todos los pedidos en esta empresa se realizan vía Internet, un 60% a través de su página Web, y el resto por teléfono o carta. El 45% de sus naranjas llegan a casas particulares, mientras que el 55% a los 400 mejores restaurantes y hoteles de España, tiendas gourmet o delicatessen de máximo prestigio. Entre sus clientes se encuentran la Casa Real Española. El sabor de sus naranjas traspasa también fronteras. Francia, Gran Bretaña, Portugal y Alemania son sus destinos habituales.

Más Información:

Tel.: 961 72 00 67
www.naranjaslola.com