



Aumenta la implantación de la Red en los negocios hortícolas

Internet seduce a la Agroalimentación

El número de empresas vinculadas a los negocios agroalimentarios presentes en Internet, está experimentando un aumento considerable y progresivo

Entre los meses de mayo y noviembre de 1996, una legión de 250.000 españoles se convirtieron en nuevos usuarios de Internet, dejando la cifra total en cerca de un millón en España y casi sesenta millones en todo el mundo. De momento, en España, se estima el crecimiento mensual de usuarios de la Red en un 15%.

Las previsiones de crecimiento de Internet, según la consultora estadounidense Morgan Stanley, indican que en 1998 habrá 700 millones de internautas y que el año 2000 ya superarán los mil millones (ver Cuadro 1). A

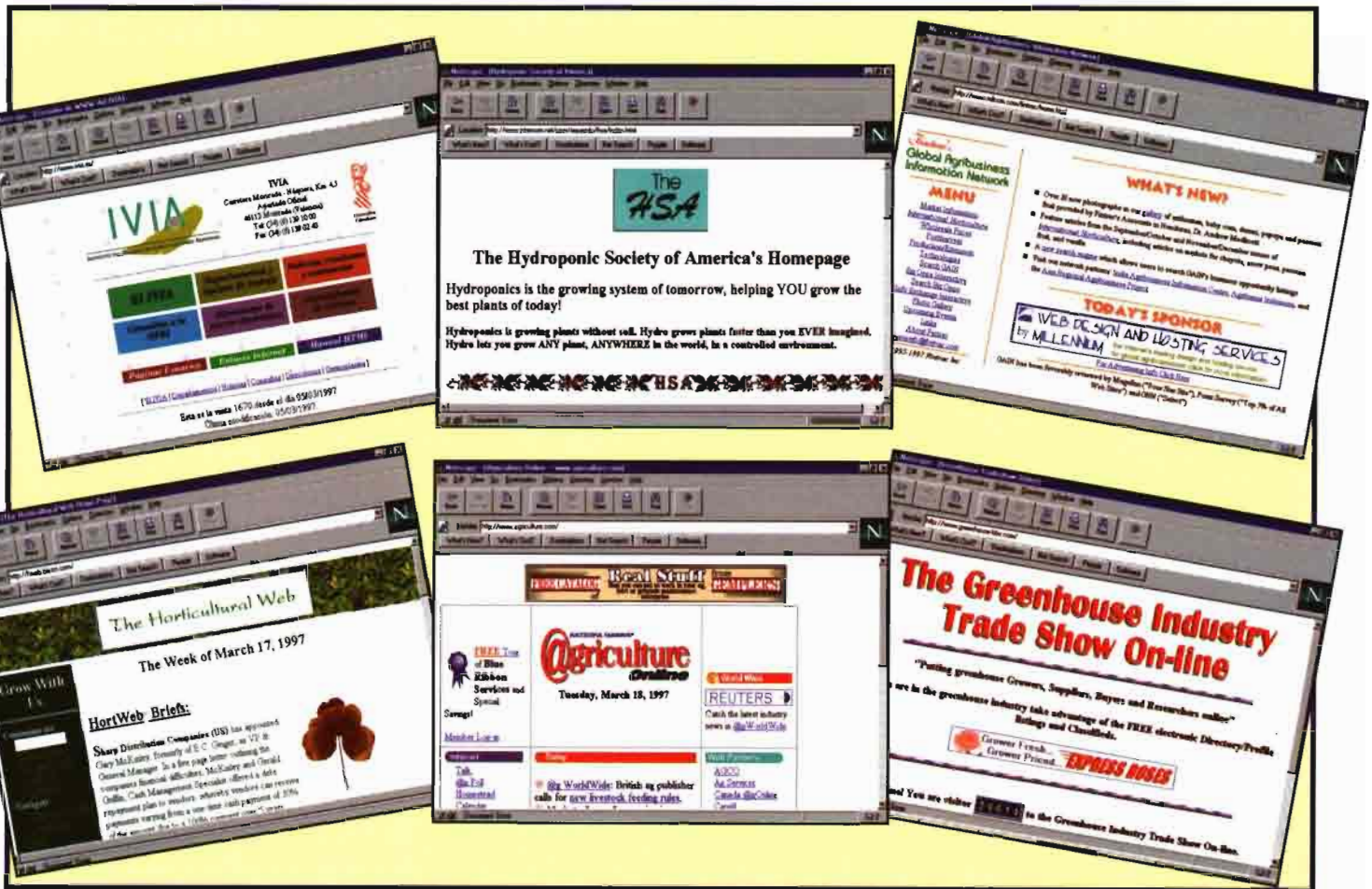
Las previsiones de crecimiento de Internet apuntan que el año 2000 habrá más de mil millones de usuarios en todo el mundo.

La aparición de nuevas oportunidades comerciales y eficaces herramientas de marketing provocan la entrada masiva de empresas en la Red

partir de ahí, cualquier previsión puede resultar demasiado aventurada.

En cuanto al volumen de las transacciones comerciales realizadas a través de la Red, la misma fuente apunta que los 200 millones de dólares girados en 1994, pasaron a 700 en 1996, serán 2.000 en 1998 y superarán los 600.000 el año 2000. Sin duda, estas cifras convierten a Internet en un lucrativo mercado, aunque es posible que estas cifras se queden cortas y la realidad desborde cualquier previsión, ya que el crecimiento de la economía de Internet es

Estos son las pantallas iniciales de algunos de los servicios de información agroalimentaria en Internet.



exponencial, no lineal.

Haciendo un breve repaso, observamos que los primeros usuarios de Internet estaban relacionados directamente con el mundo de la tecnología y posteriormente con el académico.

Actualmente, el número de usuarios de Internet, que como hemos visto se incrementa a diario, proviene de diferentes campos, especialmente del empresarial. Esto es debido, principalmente, a la aparición de oportunidades comerciales que hasta ahora no existían.

Al incrementarse constantemente el número de usuarios de Internet, la demanda de servicios crece de forma dramática. Y ya

La creciente internacionalización de los mercados de frutas, hortalizas y flores requiere nuevos canales de comunicación capaces de abarcar todo el mundo de manera eficaz y a costes razonables. Internet es el nuevo medio.

está empezando a ocurrir que los sectores denominados "tradicionales" y las empresas de nueva creación utilizan Internet como una herramienta de trabajo habitual.

El número de personas que han oído hablar de Internet, aunque sólo sea a nivel divulgativo, también crece enormemente, sobre todo, debido al papel que la prensa en general está desarrollando en los últimos meses. Por el contrario, el nivel de comprensión acerca de lo que es Internet, qué pueden hacer las empresas



Las empresas vinculadas a los negocios agroalimentarios se lanzan a presentar sus productos y actividades a través de Internet. Los responsables de estas compañías saben muy bien que quien no esté en la Red quedará fuera de juego.

para beneficiarse de ella y, finalmente, cómo hacerlo, es muy bajo todavía.

A veces, los usuarios de Internet comienzan a introducirse en este nuevo mercado comunicativo con ideas muy vagas acerca de lo que es posible realizar y de lo que ellos realmente necesitan, aunque el sencillo manejo de la Red permite adivinar en unas pocas horas las inmensas posibilidades que ofrece.

El sector de la horticultura y la agroalimentación internacional no es ajeno a la evolución e implantación de Internet, tanto en contenidos como en número de usuarios, y ya está descu-

El número de empresas presentes en Internet aumenta constantemente día tras día.

La Red se ha convertido en la mesa de juego de los negocios internacionales

briendo y aplicando las ventajas comunicativas e informativas de la Red.

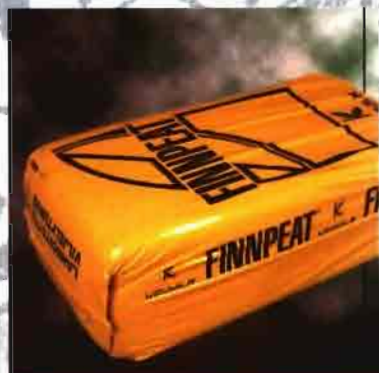
Actualmente, el número de empresas vinculadas a los negocios agroalimentarios presentes en Internet, ya sea con correo electrónico o con páginas Web propias, está experimentando un aumento muy considerable y progresivo.

Un gran mercado

La creciente internacionalización de los mercados de frutas, hortalizas y flores requiere nuevos canales de comunicación capaces de abarcar todo el mundo de manera eficaz y a costes razonables. Internet, el correo electrónico y la World Wide Web, WWW, además de las revistas especializadas, son el medio ideal para llegar a todo ese gran mercado internacional.

La identificación de nuevos mercados, proveedores, zonas de producción, productos y tecnolo-

Las únicas turbas...



*que permanecen
fieles a sus
orígenes*

**VAPO
PEAT**

FINNPEAT®

¡NO MAS PROBLEMAS!



PROJAR, S.A.

H O R T I C U L T U R A • P A I S A J I S M O • F O R E S T A L

VALENCIA: Tels. (96) 192 01 10 • 192 00 61 • 192 11 50 • Fax. (96) 192 02 50

• La Pinaeta, s/n. • Pol. Ind. Quart de Poblet • Apdo. Correos, 140 • 46930 QUART DE POBLET.

MADRID: Tel. (91) 620 14 21 • Fax. (91) 620 13 57 • Camino de las Bodegas, 5 • 28140 FUENTE EL SAZ.

MURCIA: Tel. (968) 19 10 58 • Fax. (968) 19 07 48 • Sierra de la Pila, s/n. • Pol. Ind. Los Urreas - Parcela 4 • 30730 SAN JAVIER.

ALMERIA: Tel. (950) 57 07 26 • Fax. (950) 48 07 08 • Cuatrovientos, 115 • 04700 EL EJIDO

Más de 25 años con Turbas y Sustratos



SOLPLAST

PLASTICOS PARA LA AGRICULTURA

La EXPERIENCIA en COEXTRUSION es SEGURIDAD

La **GARANTIA** Solplast está basada en una dilatada **EXPERIENCIA** en la aplicación y tratamiento de la **TECNOLOGIA** de coextrusión tricapa.





gía, empresas y clientes, en definitiva, información -que es poder-, es mucho más sencilla utilizando Internet.

Algunas fuentes de información

Evidentemente, sería imposible citar todas las fuentes de información de interés para la Agroalimentación que están en Internet. Hay que utilizar siem-

Cuadro 1:
Evolución de los usuarios de Internet en el mundo.

Año	Usuarios (millones)
1994	10
1996	60
1998	700
2000	1.000

Fuente: Morgan Stanley, EEUU, 1996.

HORTICOM publica diariamente las *News*, noticias relacionadas con el mundo de la Agroalimentación internacional. El diseño de navegación permite acceder fácilmente a otras secciones.

El Proyecto HORTICOM es el punto de encuentro de la tecnología, los servicios y el comercio de la industria hortícola y la Agroalimentación internacionales en Internet

pre la palabra "algunas", porque los recursos son inagotables (ver cuadro 2 en página 81).

Una de las ventajas de Internet a la hora de buscar información es que la mayoría de servidores o páginas Web contienen links (o enlaces) a otras fuentes. En algún caso, basta con acceder a un Web determinado para encontrar muchísimas otras fuentes.

Entre los servicios que captan interés por parte de los usua-



rios de la Red, profesionales de la Agroalimentación, están los que ofrecen los precios diarios alcanzados en los diversos mercados. Uno de estos es *Today's*

Market Prices, ubicado en Estados Unidos, que ofrece las cotizaciones de las diferentes variedades de frutas y hortalizas comercializadas en mercados de

La cultura agroalimentaria, en la nueva Revista HORTICOM

La cultura de la Agroalimentación, ante la creciente importancia de las tecnologías de la información y de la comunicación en general, ya dispone de su propio medio especializado e internacional.

Se trata de la nueva Revista HORTICOM, una publicación mensual de carácter cultural, entre cuyos objetivos destacan la promoción de la cultura de la Agroalimentación, la Agroindustria y los Agronegocios. Pero... ¿dónde se halla la agro-cultura? La gran implantación de Internet en los agronegocios internacionales convierten la Red en un escaparate y una fuente de información de primer

orden. Este hecho, junto a la bibliografía especializada, las novedades en libros y productos multimedia, y las ferias, como importantes centros de intercambio de información y de contactos generadores de negocio, conforman los ejes informativos de la Revista HORTICOM.

Esta publicación ofrece la mejor información sobre la actualidad en Internet, las novedades, las páginas Web más interesantes para los profesionales y empresas de la agroindustria, directorios de correo electrónico, trucos para sacar el máximo provecho a la Red, entrevistas a profesionales y autores, novedades bibliográficas especializadas, etc.

El apartado destinado a las ferias, congresos, foros y encuentros profesionales está protagonizado por los eventos más destacados a nivel internacional. La Revista HORTICOM contiene publicidad, y está abierta a la colaboración con empresas, entidades e instituciones de todo el mundo. Por todo esto y mucho más, la Revista HORTICOM es el "medio" de comunicación indispensable.

Para recibir más información o suscripciones (12 números al año), llamar al telf.: +34-(9)77-75 04 02, o al fax +34-(9)77-75 30 56.

También por correo electrónico: horticom@ediho.es



JISA[®] **JILOCA**
INDUSTRIAL, S.A.

Estamos por la labor.



JISA[®] **JILOCA**
INDUSTRIAL, S.A.

FABRICA:
Antigua Azucarera, s/n.
Tel. (978) 86 00 11
Fax (978) 86 00 30
44360 SANTA EULALIA (Teruel)

OFICINA COMERCIAL:
Cronista Carreres, 9, 6^º.II
Tel. (96) 351 79 01
Fax (96) 351 79 01
46003 VALENCIA

FULVIN[®]
Enmienda
Humico-Fúlvica
con N.P.K.
y Microelementos.



HUMILIG[®]
Acidos Húmicos
procedentes
de Leonardita.



JISAQUEL[®]
Gama de
Microelementos
Quelutados.



LIBAMIN[®]
Gama de
Aminoácidos
de hidrólisis
enzimática.



JISAMAR[®]
Extracto de Algas,
con Fitohormonas
naturales; indicado
para floración y
cuajado.



KITASAL[®]
Desalinizador de
suelos y aguas.



TARSSAN[®]
Mix de
Microelementos
Quelutados,
sólido soluble.



HUMIVITA[®]
Enmienda Húmica
Sólida de Leonardita
enriquecida con
hierro.





todo el mundo. Además de los precios diarios en los mercados, este servidor ofrece las cotizaciones de las frutas y hortalizas en puntos de origen como los puertos de Rotterdam y de Chile o Japón. En este campo informativo, también las alhóndigas de Almería disponen de su parcela en Internet, donde se pueden consultar las pizarras de precios diariamente (ver recuadro de la página 80).

HORTICOM

Otro ejemplo de las fuentes de información agroalimentaria en Internet, bien conocido por todos sus usuarios, es el Proyecto HORTICOM, HORTicultura, Información y COMunicación, desarrollado por Ediciones de Horticultura, S.L. en español.

Uno de los objetivos de HORTICOM es aglutinar a la tecnología, los servicios y el comercio de la industria hortícola y la Agroalimentación internacional. Entre su oferta, informativa destaca el *News HORTICOM*, un servicio de noticias sobre los agronegocios y la agroalimentación internacionales, que se actualiza diariamente.

Además de las noticias diarias, el *News HORTICOM* contiene un índice de temas donde se van recopilando las informaciones de días anteriores. Entre las secciones de HORTICOM figuran las de fe-

rias y congresos, empresas, mercados, links, directorios, publicaciones, etc. además de un servicio de biblioteca/catálogo de libros especializados que permite la compra a través del ordenador.

La revista cultural HORTICOM es el nuevo órgano de comunicación para la Agroalimentación, la Agroindustria y los Agronegocios de todo el mundo

Este Proyecto se engloba dentro de la llamada Plataforma HORTICOM, un punto de encuentro para las empresas y profesionales vinculados a los negocios hortícolas en Internet e InfoVía. Ser socio de la Plataforma HORTICOM es gratis, y sólo se necesita disponer de correo electrónico y acceso a Internet. Para más información, consultar en <http://www.ediho.es/horticom>



Los precios diarios de las alhóndigas de Almería, en Internet

<http://www.larural.es/sectoragrario/ecohal/homepage.htm>

Este titular tan llamativo, al que pronto estaremos acostumbrados, no es otra cosa que la dirección en Internet del Web de las pizarras de precios en origen de las Alhóndigas de Almería.

Este servicio se presentó durante la pasada edición de Expo-Agro Almería, englobado en RuralNET, un servidor de información en Internet para el sector agrícola almeriense.

Uno de los servicios que ofrece esta iniciativa de la Caja Rural de Almería es el de las pizarras de precios en origen. Se trata de un conjun-

to de páginas Web en las que, a través de un diálogo interactivo se puede visualizar, con diferentes formatos de presentación, información sobre los precios que se han producido diariamente en las subastas de las Alhóndigas.

Cada día se recogen los precios, directamente de los sistemas informáticos de todas las Alhóndiga y con procedimientos automatizados, se remiten al centro servidor Internet de la Rural para alimentar la base de datos presente en la Red. De esta forma, el usuario de Internet de todo el mundo puede disponer de los precios diarios en origen

alcanzados en las Alhóndigas almerienses, clasificados por productos y variedades.

Paralelamente a este servicio de información, RuralNET cuenta con más de 110 entidades y asociaciones agrarias conectadas a Internet, cada una de ellas con su propio correo electrónico. Este sistema constituye un rápido canal de comunicación para todas las empresas y profesionales interesados en obtener los precios diarios en origen, entre otras informaciones.

Cuadro 2:

Algunas fuentes de información agroalimentaria en Internet

Fuente	Dirección Web (URL)	Observaciones
Today's Market Prices	http://www.todaymarket.com/	Precios diarios. En inglés
Alhóndigas de Almería	http://www.larural.es	En español e inglés
HORTICOM	http://www.ediho.es/horticom	News, directorios y links
Mercamadrid	http://www.ibm.es/mercamadrid	Información, balances, precios
Chilnet	http://www.chilnet.cl	Directorios y links
Chiquita	http://www.chiquita.com/	Productos, marcas e historia
Dole	http://www.dole5aday.com/	Productos y marcas
FIAB	http://www.sister.es/fiab.htm	Directorios y links
IVIA	http://www.ivia.es	Inst. Valenc. Invest. Agrarias
MAPA	http://www.sederu.es	Ministerio de Agricultura Esp.
Mr. Fruit	http://www.mrfruit.com/	Empresa exportadora (USA)
Asgrow	http://www.asgrow.com/	Semillas
Produce Marketing Asso.	http://www.pma.com/	Información sobre el PMA
@griculture Online	http://www.agriculture.com/	Links a webs de todo el mundo

Fuente: HORTICOM, HORTicultura, Información y COMUNICACIÓN.

El órgano de comunicación de la Plataforma HORTICOM es la revista del mismo nombre, una publicación mensual sobre la cultura de la Agroalimentación, la Agroindustria y los Agronegocios (ver recuadro en pág. anterior). Por otra parte, las unidades alimentarias españolas de la red Mercasa están representadas en Internet, de momento, a través de Mercamadrid, que dispone de su pro-

En Internet existen grandes índices de recursos de información especializados en Agroalimentación.

Los buscadores lo ponen fácil a la hora de encontrar lo que nos interesa

pio Web en la Red. Mercabarna ya está preparando su entrada en las autopistas de la información. En el caso de Mercamadrid, ofrece información sobre sus diferentes mercados y listados de asentadores. Precios y estadísticas son uno de los conceptos más consultados.

También está la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas, FIAB, que ha creado su propio directorio en Internet. El objetivo es exponer la oferta de la industria alimentaria española en este novedoso escaparate a nivel mundial.

A veces resulta estimulante encontrar alguno de los múltiples índices o directorios de links (o enlaces) a otros Webs. Algunos de los más interesantes son el del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación español, MAPA (Agritel), @griculture Online, o el mismo HORTICOM (ver cuadro 2).

Sin duda alguna, podríamos enumerar y comentar fuentes de información en Internet hasta lle-

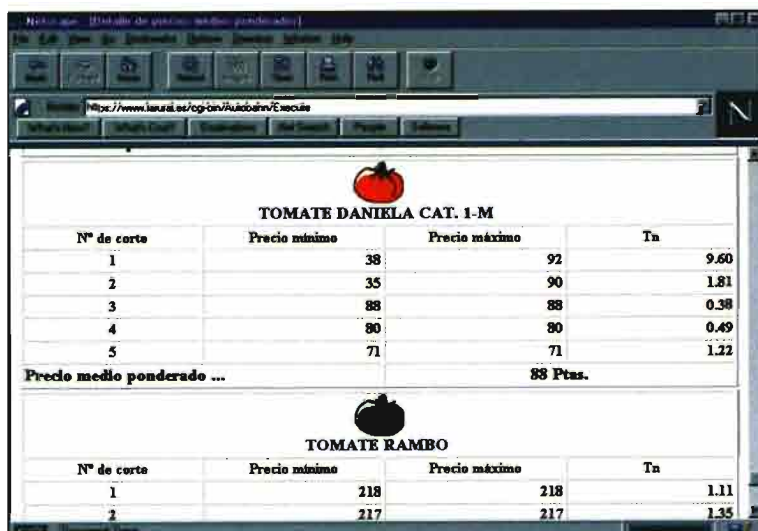
nar cientos de páginas, pero este no es el objetivo de este breve reportaje. Basta con navegar unas horas para darse cuenta del extraordinario caudal de información existente en la Red y de las infinitas posibilidades de promoción de nuestros productos o servicios.

Como hemos dicho anteriormente, el Cuadro 2 muestra las direcciones de algunos Webs interesantes para la Agroalimentación. Sólo es un punto de partida, a partir de ahí el lector/usuario de Internet debe definir su carta de navegación personal.

Marcel Aragonès
mas@ediho.es

Bibliografía

- "Los secretos de Internet". Ed. Anaya Multimedia, Madrid, 1996.
- Huitema, Christian: "Internet... una vía al futuro", Ed. Eyrolles, París, 1995.
- Perry, Paul J.: "Los secretos del World Wide Web". Ed. Anaya, Madrid, 1995.
- Norton, B. y Smith, C.: "Aprenda a usar Internet". Ed. Plaza y Janés, Barcelona, 1996.
- Sánchez, D y Dalmáu, C.: "Internet, miniguía de aprendizaje rápido". Ed. InforBooks, Barcelona, 1996.
- Carpiñter, R.: "Internet hoy. Cómo hacer negocios en la Red". Ed. Ra-Ma, Madrid, 1996.
- Ediciones de Horticultura, S.L.: **Revista HORTICOM**. Publicación mensual. e-mail: horticom@ediho.es



TOMATE DANIELA CAT. 1-M				
Nº de corte	Precio mínimo	Precio máximo	Tn	
1	38	92		9.60
2	35	90		1.81
3	88	88		0.38
4	80	80		0.49
5	71	71		1.22
Precio medio ponderado ...			88 Ptas.	

TOMATE RAMBO				
Nº de corte	Precio mínimo	Precio máximo	Tn	
1	218	218		1.11
2	217	217		1.35