

Marketing aplicado a frutas y hortalizas

■ Sierra, M.; Namesny, A. y Papasseit, P.
196 págs. 2002

■ Ref.: 4305 ■ PVP: 42,07 euros

Vender el producto fresco: lecciones aplicadas

Hace veinte años, uno de los de este libro empezó un trabajo editorial con la publicación con la publicación de una revista dedicada a la producción hortícola. A través de ese tiempo, el interés de la información ha pasado de saber cómo se debe cultivar a cómo se hace para cultivar mejor.

El concepto de calidad en frutas y hortalizasy flores ha evolucionado, pasando de características externas a aquellas que no se aprecian de inmediato como el sabor, aroma, calidad sanitaria, etc. El medio ambiente, la sociedad y la seguridad alimentaria toman también relevancia para los consumidores.

En ese tiempo evoluciona el comercio. Los intercambios internacionales se incrementan y la distribución sigue un continuo proceso de concentración. Actualmente esta concentración de poder comercial en grandes superficies y cadenas de supermercados está entre el 30 y el 80% de las ventas de frutas y hortalizas, dependiendo de los países. Esto significa la progresiva desaparición del "tendero", quién tradicionalmente promociona el producto fresco y le vende con sus explicaciones.

La industria alimentaria se ha adaptado a esta situación con diferentes técnicas de promoción que en su conjunta utilizan el marketing tradicional y la innovación, transmitiendo sus mensajes a través de la radio, prensa y TV.

En frutas y hortalizas la importancia del marketing como concepto de comunicación con el consumidor evoluciona, primero tímidamente y luego con mayor ímpetu. El objetivo es acercar el productor al consumidor.

A lo largo de estos años, Ediciones de Horticulturas ha acumulado interesantes informaciones y ejemplos de promoción, genérica y de empresas de frutas y hortalizas. Parte de estos contenidos proceden del proyecto europeo Fruit&Veg, otros de autores, anunciantes y colaboradores habituales de Ediciones de Horticultura. Pere Papasseit y Alicia Namesny, coautores de este libro, han reunido esta información para documentar un libro, a la que se unen materiales coleccionados en ferias, simposios y un sinfín de entrevistas y conversaciones.

Un libro que explica la ciencia y técnica de las ventas, acompañado de un rico material gráfico. En este sentido, funciona casi como un manual.



Miguel Sierra Pereiro, master en tecnología de alimentos de la Universidad Politécnica de Valencia y experto en marketing ha buscado, organizado y coordinado esta información de forma coherente, dándole el marco habitual de las obras de marketing aplicado.

Este libro, que cuenta con la presentación de Paulino Plata Cánovas, Consejero de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, reúne por primera vez conceptos de marketing aplicados a las frutas, hortalizas y flores.

Uno de los valores más importantes que aporta el volumen es la profusión de ejemplos gráficos, tomados prestados de gran cantidad de marcas, que muestran ejemplos reales sumamente didácticos para quién quiera comprender todos estos procesos o inspirarse para sus propias campañas. Porque un gran volumen de negocio no es condición indispensable para iniciarse en la comunicación con los clientes.

Por su parte, el consumidor de frutas, hortalizas y ornamentales responde como cualquier otro a las técnicas de promoción.

Es importante entonces para el productor alejarse de la masificación del producto, individualizando el producto mediante técnicas sencillas y efectivas, como el etiquetado o campañas en punto de venta.

Para continuar acercándose de una forma viva a este fascinante mundo del marketing y sus últimos desarrollos, el lector puede aproximarse a la página temática de marketing de la Plataforma Horticom (www.horticom.com/temáticas/marketing), donde hallará material actualizado de esta temática.

horticom bookshop

Una amplia oferta
para todos los públicos

- **Horticom Bookshop** es la tienda on-line con más de **1800 productos**, en la que los usuarios pueden **comprar** libros, aparatos de medición, multimedia, pósters, etiquetas, suscribirse a las revistas Horticultura, Bricojardinería & Paisajismo y Plasticulture, etc. sin moverse de casa.
- Tanto para **profesionales** de la industria hortícola y estudiantes como aficionados a la jardinería y la cocina saludable, Horticom Bookshop ofrece una amplísima variedad de temáticas en sus libros, y en diferentes idiomas. Este último aspecto reafirma el carácter global de esta **tienda virtual**, que recibe cientos de visitas diarias de todas partes del mundo.
- Esta actividad responde a la continua necesidad de información de los usuarios del website, y al mismo tiempo consolida nuestro **compromiso** con los autores.
- Asimismo, Horticom Bookshop da la bienvenida a **autores**, **editoriales** y **distribuidores** que deseen divulgar de manera eficiente sus conocimientos y novedades.



Guía básica para comprar en Horticom Bookshop

Entre en el website www.horticom.com/bookshop

- Encuentre el producto que desea a través del buscador o en el menú de categorías
- Una vez encontrado, añádalo al carrito
- Haga clic en "Ver carrito" para consultar los productos en la lista de compra
- Si lo desea, puede añadir o eliminar productos de la lista
- Rellene bien sus datos para que el pedido se haga efectivo y seleccione la forma de pago
- Una vez finalizado, guarde el comprobante de su compra. El departamento de pedidos de Horticom Bookshop gestionará su pedido

Atención al cliente:
e-mail: plataforma@horticom.com
Tel.: +34-977 750402 • Fax: +34-977 753056