

Ferias

La marca, un atajo informativo para el consumidor

Certificar las marcas de fruta... ¿es la cara de la garantía?

■ **En Fira de Sant Miquel anuncian: "el turno de la fruta de Lleida" y discuten si la maquinaria agrícola debe ser propia o contratada.**

PPT
ppt@ediho.es

Hay quien prefiere la Fira de Sant Miquel. Son especialistas en fruta. A la vez, es una exposición de maquinaria agrícola con bastante nivel agropecuario y cada año conceden el "Premio al Libro Agrícola", así como la "Muestra del Libro Agrario", que este año celebraba su 37ª edición, con los títulos presentados por los candidatos al premio. La feria se celebra durante las fiestas de Sant Miquel en Lleida, por lo que el certamen alcanza, año tras año, un apreciable relieve social.

La edición 2004 Fira de Sant Miquel ha contado con tres salas de conferencias en las que se han realizado sesiones organizadas por el ICEA, Institut Catalá d'Estudis Agraris y Agropress. También la asociación frutera Catalonia Qualitat ha aprovechado este año la Fira para presentar su campaña de promoción del consumo: "Ara, Fruits de Llei-



Kkees Donker, de la empresa holandes Burg's Machinefabriek, representada en España por Rubinat, muestra en su stand un sistema practicable para limpiar los rodillos de secado en una clasificadora de frutas.





Para los fruticultores de Lleida, las acciones de promoción dejan de ser un asunto puntual para convertirse en acciones permanentes. En las fotos, ponentes de la charla sobre marketing y de la jornada de Agropress y el ICEA, Institut Català d'Estudis Agraris.

da", con el apoyo de la diputación provincial que hace el símil de su famosísima campaña de turismo "Ara Lleida".

La seguridad alimentaria y el marketing

En el comercio de fruta, la seguridad alimentaria y el marketing son conceptos que tienen relevancia cada uno en sí mismo.

Actualmente, los alimentos que están en las tiendas "son seguros". Los clientes de una frutería o del súper no eligen un artículo u otro, un lácteo o una fruta, una pera o una mandarina, porque exista un documento más o menos de trazabilidad. En lo que a seguridad respecta, hace algunos años, en la puerta del Ministerio de Agricultura, había guardias civiles; ahora hay "seguratas". La seguridad de los ascensores en los edificios españoles los certificaba el Ministerio de Industria en Madrid; ahora son las Comunidades Autónomas las que conciertan este servicio con empresas de certificación privadas.

Hoy en día se hacen "certificaciones a la carta"; es "la cara de la garantía de los alimentos". La certificación de calidad alimentaria la llevan a cabo empresas privadas como Eurep-Gap, Grupotech, Agrocolor, Uis Ibérica, AENOR, Applus, Certifood...

¿Tienen marcas las frutas y hortalizas?

Para Jorge Jordana, "la marca es un atajo informativo para el consumidor". Es un vínculo entre el productor y el cliente que tendrá que elegir, entre un artículo u otro en la tienda.

En un envase lleno de datos sobre el producto, "sólo un 15% de la gente lee la información de lo que compra". En un súper puede que haya 25.000 referencias. En el mercado alimentario español llegan a más de 75.000 los artículos que pueden distribuirse.

¿Qué significan las marcas? El valor puede estar en algo de lo que hemos informado que es diferente. En la variedad de artículos de una tienda, el cliente debe elegir; la marca diferencia el producto. Los clientes hacen compras cómodas, y la marca facilita la identificación. Los productores de alimentos buscan que los clientes "se acuerden" de sus productos, "fidelizar" sus costumbres alimentarias, y

En la variedad de artículos de una tienda, la marca diferencia al producto. Los clientes hacen compras cómodas, y la marca facilita la identificación. Los productores buscan que los clientes "se acuerden" de su producto, y una marca contribuye, en gran medida, a este fin



La marca debe contar con una serie de requisitos imprescindibles para cumplir bien con su objetivo; éstos son: calidad constante, cantidad suficiente y apoyo publicitario permanente

una marca contribuye en gran medida a este fin.

La concentración de la distribución es un ataque a las marcas y en las tiendas desaparecen "marcas" de proveedores para facilitar la eficacia del canal minorista. Hagamos un producto con etiqueta blanca o con lacito azul, la gente "compra por precio" y en las cadenas de tiendas más organizadas aparecen "las marcas distribuidor".

La charla de Jorge Jordana, de la Federación Española de las Industrias de Alimentación y Bebidas, y con una sala llena de representantes de organizaciones de productores de frutas y hortalizas, representa un repaso para ciertas posibilidades, que las hay, de "crear más valor" en el comercio de frutas y hortalizas. Jordana destaca organizaciones como las Denominaciones de Origen, marcas colectivas tan usadas desde hace años por los vinos franceses que son las "marcas paraguas" amparadas



La Fira de Sant Miquel tiene maquinaria y automatización, en el campo y en los almacenes de distribución alimentaria.







Planta ornamental

Substratos especiales Klasmann que aseguran el éxito en el enraizamiento, multiplicación y cultivo.

KLASMANN
We make it grow!

VALIMEX S.L.
DISTRIBUIDOS EXCLUSIVO EN ESPAÑA
C/. Palleter, 2, 1ª • 46008 Valencia • Tlf. 96 385 3707 • Fax 96 384 4515 • e-mail: ventas@valimex.es • www.valimex.es



La empresa Cedis Mafrut, del Grupo Maf Roda, en su stand de la Fira Sant Miquel, donde presentó una novedosa línea de calibradoras de fruta ideal para instalar dentro del invernadero, gracias a sus dimensiones reducidas y altas prestaciones. La originalidad de estas calibradoras está en que clasifican la fruta por peso.

en el derecho público. Actualmente existen formas de marcas más prácticas, como las IGP, Identificación Geográfica Protegida, Vinos de Catalunya, Cítricos Valencianos... Hasta ahora, a estos artículos los certificaban los funcionarios de los Ministerios de las Administraciones Públicas, pero actualmente estas certificaciones las llevan a cabo empresas privadas especializadas.

Otras marcas son la ETG, Especialidad Tradicional Garantizada (R. 2082.92), las de Agricultura Ecológica... por otro lado, hay formas de destacarse frente a los clientes haciéndose cómplice de sus deseos; un ejemplo es destacar mensajes, o incluir identificativos de marcas de acompañamiento, como el Punto Verde y 5 al Día. ¿Qué necesita una marca? Es fácil: calidad constante (por eso, las marcas "del súper" que venden a granel tienen tanto interés por la agricultura integrada); cantidad suficiente y apoyo publicitario permanente.

¿Tractor privado o compartido?

La mecanización en las actividades agrarias es un hecho. Hay máquinas para casi todas las tareas. ¿Hay que comprarlas todas? ¿Cada agricultor de una población rural precisa tener "su propio tractor"? En un análisis de los costos de maquinaria realizada durante una jornada dirigida por el profesor Carles Bernat, de la Escuela Superior de Agricultura de Barcelona, se llega a la conclusión de que, en general, la mecanización agraria en Cataluña, y también en otras regiones españolas, tiene un uso de pocas horas al año, y de que la gran mayoría de los agricultores desconocen sus costes. Estas razones hacen pensar en un futuro con un parque de maquinaria agrícola de uso común o compartido, en regímenes de propiedad y uso cooperativo o negocios de alquiler más organizados que los actuales.

En una mesa redonda posterior a la intervención de varios profesores expertos en labores agrícolas, como el citado Bernat, Emilio Gil y Joan Masip, otros técnicos profesionales del marketing de los fabricantes de maquinaria exponen otras razones para la reflexión: a los fabricantes de tractores les interesa "modernizar el parque de maquinaria agrícola española". Para ello, anuncia el directivo de Ansemat, Miguel Cervantes, hay acuerdos con el Ministerio de Agricultura "para comenzar en España un plan Renove que ayude a desechar las máquinas viejas o desfasadas". En el análisis del modelo de mecanización adecuado en las labores agropecuarias planteado por Agropress, intervino Montse Boet, de Kwiverland, y Enric Armengol, de Candini.

En la actividad agraria hay máquinas para casi todas las tareas. ¿Hay que comprarlas todas? ¿Cada agricultor de una población rural precisa tener su propio tractor? Sobre este tema giraron parte de las ponencias de la Fira Sant Miquel



FIMA

Tecnologías Agrícolas
Technologies Agricoles
Agricultural Technologies

ZARAGOZA
España/Espagne/Spain

5.9/04/2005
Martes/Sábado
Tuesday/Saturday

FERIA DE ZARAGOZA

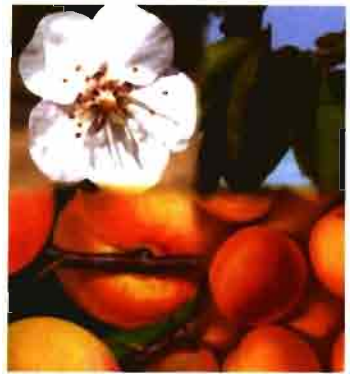
Carretera Nacional II, Km 311
Tel. +34 976 76 47 00 · Fax +34 976 33 06 49
P.O. Box 108 · E-50080 **ZARAGOZA** (ESPAÑA-SPAGNE-SPAIN)
www.fima-agricola.com · info@feriazaragoza.com



Simposium

Murcia, junio de 2005

XIII Simposio Internacional del Abaricoquero

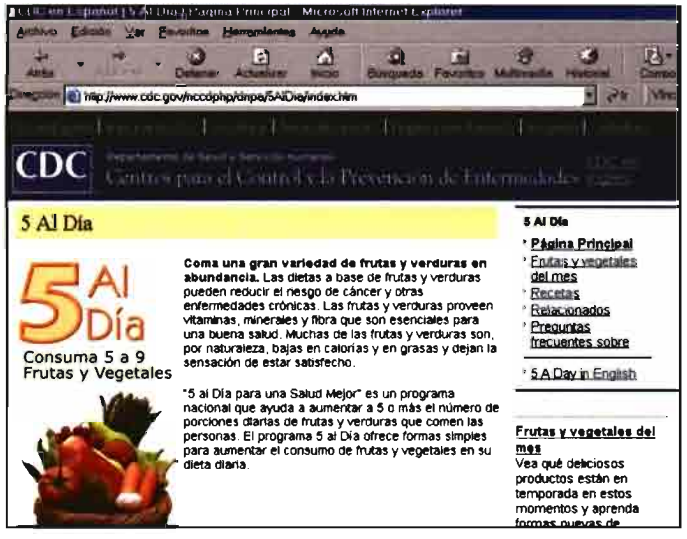


Del 13 al 17 de junio de 2005, se llevará a cabo el XIII Simposio Internacional del Abaricoquero en Murcia, España. El éxito de la pasada edición demuestra el gran interés que tiene el cultivo del albaricoquero, no sólo en la zona mediterránea, sino también en muchos otros lugares del mundo; igualmente importantes on las nuevas líneas de investigación en otras áreas además de la producción, como control sanitario, almacenamiento y manipulación.

El Simposio está organizado por el CEBAS-CSIC, con Félix Romojaro a la cabeza. El programa científico incluye sesiones plenarias, comunicaciones orales y pósters. Entre los temas que se pondrán sobre la mesa: aspectos económicos, recursos genéticos, biología y fisiología, biotecnología, protección de plantas ante plagas y enfermedades, manejo del cultivo y tecnología del fruto (calidad poscosecha...).

Para saber más...

http://apricot.viajescajamurcia.com
congresos@viajescajamurcia.com



Internet

Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades

Nueva web de "5 al Día" en español

Los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades acaban de lanzar una nueva web en español con el mensaje "5 al Día para una Salud Mejor", del programa 5 al Día. Se trata de http://www.cdc.gov/nccdphp/dnpa/5AlDia/index.htm y es una página dirigida a los consumidores de habla hispana, que incluye respuestas a las preguntas más frecuentes sobre nutrición y hábitos alimentarios, así como un apartado de recetas para fomentar el consumo de, como mínimo, cinco porciones de frutas y hortalizas cada día.