



"Guía de las mejores Frutas y Hortalizas". Del dicho al hecho.

- La Guía de las mejores Frutas y Hortalizas está pensada y escrita para el consumidor, quien podrá adquirirla en la librería y recorrer con ella las rutas por el mapa hortofrutícola español.

Libros

el Consejo Regulador nos contagiaron desde el primer momento con su entusiasmo por transmitir a los consumidores, lectores de la Guía, que las uvas que se consumen en Nochevieja son las más cuidadas del mundo y que, por ello, presentan unas características excepcionales garantizadas por su etiqueta.

La cultura de las frutas y hortalizas es tan extensa como la de otros alimentos y hay mucha información por transmitir en esta Guía. La crónica que sigue explica cómo se hizo esta Guía y cuáles son sus contenidos.

Qué es y cuál es el objetivo de la Guía

La Guía de las mejores Frutas y Hortalizas está pensada y escrita para el consumidor, quien podrá adquirirla en la librería y recorrer con ella las rutas por el mapa hortofrutícola español.

El objetivo de esta Guía,

Karina Hanel

Coordinadora Guía F&H
guiafh@horticom.com

La primera vez que me plantearon el trabajo en este proyecto, me sorprendió que me enviaran a la librería a comprar y mirar algunas guías como las de vinos o de quesos, e incluso algunas de turismo. Al hacerlo, quedé sorprendida de la elevada cultura que hay en estas guías y de la enorme información que ellas brindan.

Después de la primera visita a la Denominación de Origen "Uva de mesa embolsada del Vinalopó", compren-

dí realmente que la Guía de Frutas y Hortalizas cubriría una expectativa que aún no existía en el mercado. Desde

El objetivo de esta Guía, presentada como un pequeño manual de consulta fácil de transportar, es informar al consumidor, al restaurador y al canal de la gran distribución creando una 'cultura de alimentación' con hábitos favorables al consumo ilustrado de frutas y hortalizas

En la foto, parte izquierda, la Guía de las mejores Frutas y Hortalizas con información detallada sobre el origen, municipios y regiones y características alimentarias. Los productos están organizados por CCAA y municipios, con información de todas las frutas y hortalizas. En cada columna se describen las variedades, su comercio, marcas, aplicaciones en la gastronomía...

En la parte derecha, la maqueta modelo con la que se partió en este proyecto editorial para ejemplarizar las opciones de participación en cada uno de los diferentes tipos de marcas, empresas, organizaciones y regiones.

presentada como un pequeño manual de consulta fácil de transportar, es informar al consumidor, al restaurador y al canal de la gran distribución creando una 'cultura de alimentación' con hábitos favorables al consumo ilustrado de frutas y hortalizas, aportando la mayor información posible sobre las diferentes marcas, formatos, presentaciones, tipos de frutos, variedades, sabores, aspectos nutricionales o novedades que ofrece el mercado.

Es una Guía que informa sobre la procedencia de cada producto y las condiciones bajo las cuales se produce, responsables de sus particularidades y excelentes cualidades. Nos permite saber dónde y cuándo encontraremos las frutas y hortalizas más sabrosas y frescas en España.

Pasos en la realización del proyecto

Para la realización de este proyecto editorial partimos de una maqueta, cuyas dimensiones eran las reales, 125 x 230 mm, en la cual quedó ejemplificado cómo podrían participar las marcas, empresas, organizaciones y

regiones. La maqueta se convirtió en el instrumento fundamental de cada visita de los coordinadores para explicar el proyecto, el enfoque y el objetivo de la Guía de una manera más clara, ya que es un libro que se realizó por primera vez en este formato y con un enfoque muy diferente a otros anteriores.

Para que todas las empresas e instituciones involucradas en el sector pudieran informar sobre sus productos y mensajes promocionales, se envió vía mailing una 'invitación a participar', tarea que luego se completó con llamadas telefónicas y visitas personales a aquellas que estuvieron interesadas.

Se tuvieron en cuenta las 17 Comunidades Autónomas que hay en España y se partió de la base de 44 + 44 frutas y hortalizas para poder abarcar los principales productores distribuidos en sus diferentes regiones de producción.

Se ofreció a cada empresa la posibilidad de participar con "su o sus productos estrella". A este esquema de 44 + 44 se añadió una sección final con la descripción de otras frutas y hortalizas a modo de "Índice Temático". Así se logró una información "completa" de más de 80 frutas y hortalizas.

Para promocionar esta Guía y obtener el apoyo y colaboración de las empresas, se realizaron acciones de marketing durante seis meses. El resultado fue esta primera edición conteniendo 17 mapas de

localidades de las Comunidades Autónomas con las poblaciones hortícolas más importantes de España y 230 páginas ilustradas a todo color, en la que participaron más de 60 empresas y organizaciones.

Una vez que las empresas hubieron aceptado la propuesta de colaboración en esta Guía, se seleccionaron fotografías e información la cual se completó con datos de los que dispone Ediciones de Horticultura S.L, sobre propiedades saludables y nutritivas. La información del producto y su respectiva foto fueron colgadas en Internet (www.frutas-hortalizas.com).

El Índice de la I Edición

La Guía quedó estructurada en tres partes:

La primera dedicada a los capítulos de las 17 Comunidades Autónomas de España, con una presentación de cada comunidad e información actualizada de los principales productos hortofrutícolas de su tierra y mapa de localidades, productos, marcas, variedades o tipos de frutos ofrecida por las empresas colaboradoras de dicha región, quienes realizaron un marketing autonómico y/o regional.

La segunda parte, consta de una serie de artículos sobre Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas, calidad en el comercio, el mensaje 5 al día, propiedades saludables y nutritivas de las frutas y hortalizas, beneficios para la salud y ra-

ciones.

En esta segunda sección, los contenidos corresponden a información proporcionada por la editorial.

La tercera parte de la Guía corresponde al "Índice Temático" de las 44 frutas y las 44 hortalizas, y nos remite en cada caso a las páginas en las cuales las diferentes empresas aportaron información específica, completando la información en aquellos casos en que no fueron promovidas por ninguna empresa, a partir de datos e información del proyecto Fruit&Veg.

La información se completa en la web, por lo que se explicó en este libro cómo utilizar la página www.frutas-hortalizas.com en Internet. También acerca del proyecto Fruit&Veg y su página en Internet www.fruitveg.com.

Al final de la Guía se encuentra el Índice de Empresas que contiene todos los datos de los participantes y remite a la página donde cada uno aportó la información específica sobre su marca o característica de sus frutos.

El compromiso

Esta pequeña Guía de Frutas y Hortalizas sirve para recorrer un mapa lleno de sabores y placeres, y es una referencia a la que seguirán otras para saber más sobre los alimentos más saludables, ya sea para adquirirlos en las fruterías o para emplearlos en las cocinas de bares y restaurantes o en las de nuestros propios hogares.

La diversidad de frutas y hortalizas proporciona una imagen de fresca y aporta numerosos y atractivos colores a nuestros platos.

El compromiso de los redactores para la próxima edición, es trasladarles mayor cantidad de información sobre otros complementos de las frutas y hortalizas, preparación de postres y recetas de

La diversidad de frutas y hortalizas es muy amplia y nos proporcionan una imagen de fresca, pudiendo aportar numerosos y atractivos colores a nuestros platos

Es una Guía que informa sobre la procedencia de cada producto y las condiciones bajo las cuales se produce, responsables de sus particulares y excelentes cualidades. Nos permite saber dónde y cuándo encontraremos las frutas y hortalizas más sabrosas y frescas en España

ensaladas y platos originales para que las frutas y hortalizas sean más habituales en nuestros menús.

Cómo participar en la 2ª edición de la Guía

Próximamente se editará la 2ª edición de esta Guía, la "Guía de los alimentos más saludables, los nuevos y los de siempre". Estará a la venta en librerías a finales de septiembre. Desde ahora, y cada día, también estará presente en Internet.

Los redactores de la Guía están trabajando en la próxima edición, en la que las empresas participantes podrán informar tanto en Internet, www.frutas-hortalizas.com, como en la Guía en papel.

Los contenidos de la próxima edición incluirán, información sobre aderezos, aceites, olivas, vinagres y salsas que se utilizan acompañando a las frutas y hortalizas.

En cada nueva edición hay la intención de invitar a una Comunidad Autónoma a explicar los aspectos gastronómicos más destacados de su región, aportando datos sobre preparación de platos típicos y originales que incluyan frutas y hortalizas y que nos informen sobre sus restaurantes y sus costumbres desde el punto de vista cultural y gastronómico, tanto de pueblos como de fondas y restaurantes.

La cultura de las Frutas y Hortalizas en la librería

La autocensura informativa de los productores de frutas y hortalizas ante los consumidores es enorme... hay quien cree que se puede crear tanta información como convenga sobre quesos, vinos y otros alimentos pero, en cambio, no sobre frutas y hortalizas, ya que esto es "hacer propaganda". Me niego a aceptar que la distribución, los cocineros, o incluso los librereros creen que en frutas y hortalizas no hay cultura alimentaria.

Actualmente en las marcas de frutas y hortalizas y entre algunos productores de estos alimentos hay sabores nuevos, ideas sobre recetas riquísimas, hábitos alimentarios saludables y de buen vivir.

Hay también modas que no son casuales sino fruto de acciones de marketing como la rúcula en Italia, las lechugas midi del tipo romanas en Estados Unidos, los cogollos en España, la sandía primero sin pepitas y ahora mini, el kiwi primero verde y ahora amarillo... el mezclum de hojas tiernas de lechugas y otras hortalizas para las 'salads composés' de los franceses...

"Me opongo a formas de promoción de frutas y hortalizas, - dice Pere Papasseit editor de la Guía de frutas y hortalizas -, que aceptan que en Almería lleven 25 años cultivando unos tipos de pepinos

La GUÍA de Frutas y Hortalizas en Internet

www.frutas-hortalizas.com

Portada:

la Guía de Frutas y Hortalizas en Internet es un portal de productores, mayoristas, cooperativas, mercados, exportadores, comercializadores y de empresas vinculadas con el comercio de las frutas y hortalizas.

Buscador: Buscar y encontrar miles de empresas y productos en un solo click.

Ficha de empresa:

- Envasado:** tipos de envasado de la empresa.
- Cátalogo de productos:** organizados en familias seleccionadas por las empresa.
- Noticias:** edición de la información proporcionada por la empresa de acceso gratuito para todos los usuarios
- Ficha de producto:** descripciones de productos con fotografía y contacto directo con la empresa.
- Banner de producto:** posibilidad de destacar un producto o gama de productos.
- Logotipo de la empresa**
- Actualización:** las empresas pueden introducir productos y actualizar sus datos desde su oficina.

Presentación: descripción de la empresa con fotografías, marcas, mercados de destino ...

Instalaciones: almacén, superficie de cultivo, producción, máquinas de clasificación y empaquetado, ...

Búsqueda Avanzada: permite hacer una búsqueda más detallada.

Búsqueda Geográfica: buscar empresas por Comunidad Autónoma, Provincia y Población. Además de otros países.

Sectores: listar empresas por su sector de actividad.

Denominaciones: Enlaces a las diferentes Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de España.

Comercialización: búsqueda de empresas por la disponibilidad y/o comercialización de sus productos durante las diferentes épocas del año.

Fruit&Veg (www.fruitveg.com) información vinculada sobre los aspectos saludables del consumo de fruta y hortaliza.

La Guía de las Mejoras Frutas y Hortalizas y su web en Internet, son la forma más directa de llegar a clientes y proveedores.

buenísimos y 99 de cada 100 españoles no lo sepan, y no los puedan comprar ni tampoco sepan de dónde vienen..."

Por este motivo, hemos creado un grupo de entusiastas para lanzar una ofensiva mediática que informa de la cultura alimentaria de estos frutos. Como toda cultura, los redactores de esta Guía sabíamos de nuestro compromiso de distribuir la Guía en librerías.

Como ejemplo crítico del interés en la promoción de frutas y hortalizas recogido por los autores de la Guía, se da el caso de la cooperativa agrícola de segundo grado de España, que es uno de los que más vende en todo el mundo y que estima que el subtítulo de identificación geográfica que aparece en la Guía de las Mejores Frutas y Hortalizas es incompatible con la deslocalización, siendo éste un factor condicionante para el marketing hacia los consumidores. Sin embargo, hay frutos como el kaki, los cítricos o el níspero que hoy en España identifican con su imagen un origen geográfico bien determinado.

Otro es el caso de los berries y el de otros pequeños y exquisitos frutos carnosos

en los que hace años numerosas empresas de Huelva vuelcan sus expectativas de especialización, como es el caso de las fresas, frambuesas, arándanos y moras. "Sin embargo, - dice Antonio Bonafont coordinador de la Guía de las Mejores Frutas y Hortalizas -, muchas de las organizaciones que reúnen a estos productores transmiten muy poco interés para promover el consumo de lo que ellos mismos producen y prefieren mantenerlo en 'secreto' con la ocurrencia de que esto los posicionará primeros en el mercado y alguien les impondrá algún día una medalla de 'pioneros' en el tema".

Participar en la Guía

Hay empresas y organizaciones, cuyos incentivos de realizar un marketing de promoción de su marca o de carácter geográfico está supeditado a los resultados en la campaña anterior. Es como si el ColaCao o la Coca Cola dejaran de informar a sus clientes porque subió el precio del petróleo o el porcentaje del IVA.

Los redactores de esta Guía, editores también de la revista Horticultura y otras publicaciones sobre Jardinería y Paisajismo, sabemos que el clima es un factor de riesgo en la producción hortícola, pero esto no significa renunciar a perseguir oportunidades económicas en el comercio de la comunicación.

Esta pequeña Guía de Frutas y Hortalizas sirve para recorrer un mapa lleno de sabores y placeres, y es una referencia a la que seguirán otras para saber más sobre los alimentos más saludables, ya sea para adquirirlos en las fruterías o para emplearlos en las cocinas de bares y restaurantes o nuestros propios hogares



Razones como las apuntadas anteriormente olvidan que las empresas de semillas y los viveros no cesan de ofrecer nuevos y mejores tipos de frutas y hortalizas, y sólo informando debidamente a los clientes, es decir a los

consumidores, se pondrán en valor estas oportunidades. Demasiada gente está creyendo en las campañas genéricas y demasiado pocas creen en crear una cultura alimentaria rica en sabores y diversidad de frutos, como ocurre en los

vinos y en los quesos.

En la 1ª edición de esta renovada Guía de la mejores Frutas y Hortalizas hemos colaborado con más de 60 empresas y organizaciones entusiastas que saben que el primer paso en comunicación

"Las marcas, empresas y organizaciones participan en la "GUÍA de las mejores Frutas y Hortalizas" colaborando con los editores mediante informaciones organizadas en columnas de texto y fotos.

En la versión www.frutas-hortalizas.com todas las empresas del comercio de estos alimentos que lo deseen pueden tener "su ficha gratis" y además contratar un banner para anunciar algún producto. Por otro lado, si se prefiere una participación "destacada", los redactores de la GUÍA pueden realizar un modelo de catálogo de productos, los items de venta de una organización de productores, con envasados, tipos de presentaciones y de frutos, certificaciones de calidad, variedades y características... informaciones de la empresa, etc.

Las fichas e informaciones de las Denominaciones de Origen, Identificaciones Geográficas, marketing municipal, asociaciones de productores, marcas de calidad y de acompañamiento también tienen secciones "destacadas" en el libro y en la www.frutas-hortalizas.com, web que está enlazada con las informaciones de www.fruitveg.com"

alimentaria es informar al consumidor para que éste se acerque a la frutería y se anime a preguntar, a probar y a disfrutar cada fruto utilizando los cinco sentidos. Para ello se hizo esta Guía... Para que el consumidor se informe y pueda descubrirlos.

Para saber más...

La Guía puede adquirirse en www.horticom.com/bookshop, Ref.: 4562 y en librerías.



2006

FORMACIÓN INTELIGENTE



3^{er} CURSO INTERNACIONAL

1^{er} CURSO INTERNACIONAL

1^{er} CURSO INTERNACIONAL

2^o CURSO INTERNACIONAL

Técnico especialista en cultivos sin suelo

Tecnología de fertirrigación en frutales

Diseño, construcción y equipamiento de invernaderos

Tecnología de semilleros hortícolas

13 AL 24 DE FEBRERO

20 AL 31 DE MARZO

08 AL 19 DE MAYO

29 DE MAYO AL 09 DE JUNIO

OBJETIVOS

- Formar a ingenieros agrónomos en cultivos sin suelo.
- Difundir, por medio de especialistas, los últimos avances desarrollados para este sistema de cultivo.
- Capacitar a los alumnos para asesorar en el establecimiento de estos sistemas en sus zonas de origen.

OBJETIVOS

- Formar a técnicos y profesionales de la agronomía en tecnología y métodos de trabajo de alto rendimiento.
- Establecer una transferencia de tecnología entre los sistemas de cultivo intensivos y el resto de zonas agrícolas.
- Realizar una enseñanza totalmente práctica y aplicable al desarrollo diario de la profesión.

OBJETIVOS

- Formar a Ingenieros en Agronomía en el diseño y equipamiento de fincas hortícolas de alto rendimiento.
- Realizar una puesta al día de las tecnologías e instalaciones más avanzadas.
- Capacitar a los ingenieros para tomar las decisiones adecuadas a la hora de emprender un nuevo proyecto agrícola integral.

OBJETIVOS

- Cualificar técnicos en la producción de la planta destinada al cultivo en invernadero.
- Difundir, por medio de especialistas, las últimas tecnologías utilizadas en semilleros.
- Establecer criterios a la hora de seleccionar la tecnología instalable en semilleros de climas templados.

Información y matrícula

Escuela Tecnológica de Investigación y Formación Agrícola
Ctra. Zamora, 2738 • 04738 Vicar (Almería) ESPAÑA
Telf. +34 950 53 96 04 • Fax +34 950 53 95 78
e-mail: formacion@etifa.com • www.etifa.com

