

La revista Horticultura hoy
y su relación con www.horticom.com

La Horticultura global

La tecnología de Internet y la colaboración entre empresas, autores y anunciantes renueva el compromiso de informar sobre la Horticultura global

El nuevo diseño de la cabecera añade el mensaje de global y la numeración señala la suma de la revista Horticultura con los 72 números de la edición Internacional, además de indicar que este es el año 28 de la publicación.

Redacción
redaccion1@ediho.es



Hoy día "global" no es solo una palabra mágica para emplearla en el mundo de los negocios, sino que admite otras interpretaciones.

En el caso de la revista Horticultura adoptamos el mensaje de "global" en nuestra cabecera para atender los nuevos compromisos con los lectores, suscriptores, autores, empresas y organizaciones anunciantes.

La revista Horticultura utiliza las tecnologías de la información, Internet, tal y como son, "globales" con el objetivo de acercar la información de los

autores y los productos de las empresas a los lectores, que ahora ya son usuarios en los nuevos medios.

El conocimiento de la horticultura, igual como en las otras ciencias o profesiones, es glo-

bal. Aunque, como siempre, la información sobre sistemas de producción, distribución y el consumo de frutas, hortalizas, flores y plantas y árboles de vivero, sea diferente según la localidad, las regiones o los paí-

ses, es decir, el conocimiento también es global, y las aplicaciones a las actividades económicas son locales.

La formación es global. A todos nos interesa saber más en la industria hortícola, a los productores y en el comercio, y en los tiempos de las webs sociales, también entre las profesionales, queremos saber más, unos de otros. La cadena de suministro es más corta y la información debe fluir desde la innovación, al productor, comercio y a los puntos de venta. La oferta quiere saber de la demanda y a la inversa.

La revista Horticultura adopta el mensaje de "global" para atender nuevos compromisos con lectores, suscriptores, autores, empresas y organizaciones anunciantes



La página web www.horticom.com En la información están estructuradas en canales. En el canal "Horticom Empresas" hay catálogos de productos y los suscriptores pueden participar con sus propias informaciones. El Boletín "Horticom Noticias" se envía periódicamente por correo electrónico.

Todos quieren saber más; la demanda de conocimiento es global, los cultivadores no quieren saber solo de abonos, sino cómo vender más, a dónde y con más valor. Los contenidos de la revista son también globales entre las informaciones que interesan a toda la industria hortícola, tecnología, poscosecha, comercio, logística, hábitos de consumo, etc.

Los cambios

En la industria hortícola hay cambios que afectan a los productores y otros a la distribución de alimentos. En la horti-

cultura intensiva se persigue la eficiencia productiva y medioambiental. Hay cultivadores que en un metro de invernadero recogen 100 kilos de tomates, mientras, al mismo tiempo, aumentan los supermercados que

demandan producto local y crece el valor de los de estación. Los consumidores de hoy están más informados y son más exigentes que los de ayer. La cadena de suministro de frutas, hortalizas, flores y plantas de vivero

La Horticultura es global y los sistemas actuales de manejar la información también lo son. El formato on line de la revista Horticultura ya tiene mayor difusión que la versión impresa

funciona cada vez mejor. Los conocimientos de la ciencia y de los negocios de la horticultura son globales. Los beneficios aparecen en los planes de negocio de cada empresa adaptados a su región o país; sin embargo en la información técnica y profesional, casi todo es global.

Hay otros cambios. Algunos nos afectan directamente. Los lectores de periódicos y revistas y demandantes de información profesional en general acuden continuamente a Internet a buscar informaciones. Internet no es cosa de unos pocos; en los negocios, es un medio para todos. Las empresas anunciantes en las revistas en sus planes de negocio prestan servicios personalizados para sus clientes. La información profesional, también la de horticultura, se ha globalizado. Nuestro trabajo de editores nos obliga a tomar nuevos compromisos con los autores. Estos compromisos los adoptamos también con los OPIs, las organizaciones proveedoras de información y con los clientes anunciantes.

Estamos haciendo la "refundación de la revista Horticultura" y proponemos a autores y anunciantes un cambio cultural para ganar lectores y a la vez ser mejores en nuestro servicio de información profesional en las actividades económicas de la Horticultura.

Creemos que seguiremos haciendo la revista Horticultura en una edición impresa durante muchos años más. Pero estamos ante un nuevo modelo de edición en la forma de hacer revistas. Ahora tenemos también disponible una edición on line que se publica en formato PDF y distribuye por correo electrónico. La edición on line de Horticultura, los suscriptores de la edición impresa también la reciben, tiene más servicios, y éstos persiguen ser más eficaces y tener disponibles enlaces con organizaciones y empresas, clientes de la revista.

Hay otros cambios que afectan a todas las organizaciones que trabajan la información profesional, en las ferias, páginas web e incluso los boletines, newsletters, o los comunicados

de prensa, los libros técnicos, las revistas, etc. Hay nuevas formas de publicar informaciones. En la revista Horticultura y en www.horticom.com nos ocupamos de informar utilizando los nuevos formatos on line que permiten la tecnologías basadas en Internet. Por otro lado, seguiremos con nuestros compromisos de información técnica y profesional de calidad para los lectores y empresas que les interesa la Horticultura. La Horticultura como ciencia es global y los sistemas para manejar la información también lo son.

Más difusión

El formato on line de la revista Horticultura actualmente ya tiene más difusión que el formato impreso que enviamos a través del servicio de correos a los suscriptores.

Según la ficha técnica de la revista Horticultura distribuimos 6.000 revistas de la edición impresa, 4.000 de la edición impresa y el mes pasado de la edición on-line entre suscriptores y envíos promocionales de marketing enviamos más de 12.000 por correo electrónico. Estos datos crecen continuamente. La publicación on line alcanza a más de 30 países y los destinatarios reciben la revista antes que la edición se distribuya por correos. En la edición on-line el lector parte de un índice que recibe en le correo electrónico y desde este sumario accede a las secciones de la revista que están en formato PDF.

Cada día, como editores de la revista y en la web, cuando elegimos nuestro plan editorial y de marketing para publicar informaciones, pretendemos trasladar el conocimiento global de la Horticultura. En nuestro tra-

bajo el objetivo es que los técnicos de la Academia, profesores, científicos y alumnos, conozcan y participen del conocimiento y de los negocios de las empresas de fertirrigación, semillas, plásticos, logística, sistemas de calidad, de la cadena de suministro, etc. y, al mismo tiempo, colaborar con organizaciones representativas de estas profesiones, las asociaciones, federaciones de productores, administraciones públicas, sociedades científicas, etc., españolas o de otras partes del mundo.

La revista Horticultura es la referencia

Actualmente integramos las informaciones de la revista con otras complementarias que Horticultura publica solo en Internet. La organización actual de la forma de hacer la revista Horticultura es más eficiente y descentralizada. Hay artículos, a veces, con información ampliada y en otros casos el autor tienen la posibilidad de actualizar los documentos de forma continua en la web.

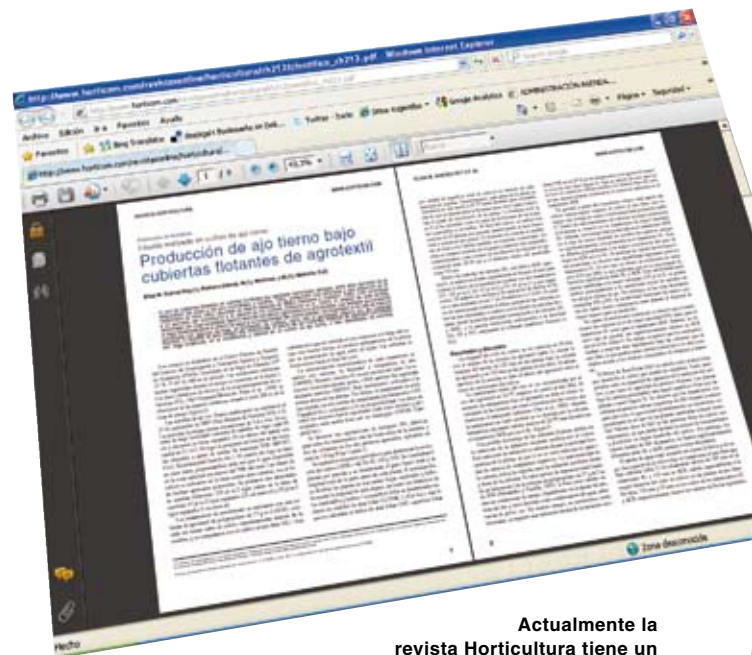
Por otra parte los lectores pueden visitar la revista on line y en el PDF hacer "clic" en un anuncio, por tanto, ir en un solo "clic" a la web del anunciante, a "su ficha de empresa", al "catálogo" de sus productos o ver la descripción de "un producto", mientras casi al mismo tiempo puede hacerse, desde la misma página, un envío de esta información a "un amigo" o bien "contactar con la empresa vendedora". Todo de forma rápida y eficaz.

En el caso de www.horticom.com, esta web se convierte en un servicio a los usuarios de información de la industria y comercio hortícolas para que la

La Horticultura global

La industria de la horticultura es global. Para explicar la calidad gustativa de un melocotón, una fresa o un tomate, no basta con conocer la variedad, el cómo se ha realizado la fertilización o cuáles han sido los cuidados de poscosecha, por poner ejemplos, sino que de la calidad de las frutas, hortalizas, flores y plantas de vivero, en la cadena de suministro, para relacionarse entre productores y comerciantes, se necesitan informaciones globales.

La cadena de suministro no solo es global por la procedencia de una región o de otra, en un caso de fruta o de flores, sino que el éxito o fracaso de una cadena de supermercados, fruterías o floristerías depende en muchos casos del conocimiento y éste, hoy día más que nunca es global de verdad. Sólo para la reina de las hortalizas, el tomate, se cultivan en el Mediterráneo, más de 18 tipos diferentes de frutos, y ningún punto de venta los tiene a todos en su oferta, sino que debe elegir cuáles quiere vender. Su elección determinará la imagen del establecimiento, una imagen, la de la diversidad en la oferta en la estantería de la tienda, que al consumidor no le pasa inadvertida. Los comerciantes necesitan valor en sus tiendas y para ello tienen que creer que el conocimiento de los productos hortícolas lo tienen los productores.



Actualmente la revista Horticultura tiene un modelo de artículo de solo 2 páginas en la versión impresa y en la edición on line está el artículo completo enviado por el/los autor/es. El artículo completo, en formato PDF, está compaginado en un estilo de publicación científica con todas las figuras, gráficos y fotografías. Este tipo de artículos podrán actualizarse por sus autores.

Suscribirse hoy a "Horticultura global" es recibir la revista impresa y también en el correo electrónico; es formar parte de ella, porque la edición on line permite participar e interactuar con clientes, proveedores y autores de las informaciones

pueden utilizar también los clientes de nuestros clientes, como es el caso de los catálogos de las Empresas Destacadas de Horticom.

La Suscripción Premium

Los suscriptores de Horticultura tienen ventajas. Reciben regularmente los ejemplares de

las revistas. Tienen acceso a los contenidos de todas las revistas desde el año 2003 hasta ahora en las versiones PDF. En Horticom Empresas, la información de su empresa figura de forma relevante, en una Ficha de Empresa con el logotipo, la descripción de su actividad y si lo desean con la oferta de un produc-

Hoy día "global" no es solo una palabra mágica para emplearla en el mundo de los negocios, sino que admite otras interpretaciones. En el caso de la revista Horticultura adoptamos el mensaje de "global" en nuestra cabecera para atender los nuevos compromisos con los lectores, suscriptores, autores, empresas y organizaciones anunciantes.



"Venga y forme parte de la nueva Horticultura" decimos en mensajes publicitarios. El objetivo es convertir a lectores en usuarios y relacionar empresas con clientes

Horticom Empresas y la sección "catálogo" en las revistas

Casi todos los contenidos de Horticom están disponibles de forma gratuita para los usuarios de nuestra página web y ahora solo con "registrarse" en Horticom se puede dar de alta información relevante de la empresa o del profesional que desea asociarse a la plataforma. Visite la web, la estamos actualizando continuamente.

La revista Horticultura, en sus páginas de sectoriales, ha añadido otra llamada "catálogo". Se refiere a los catálogos que están disponibles en la página de www.horticom/empresas. Desde estas páginas de la revista Horticultura, al hacer clic sobre uno de los productos allí publicados, se enlaza con el "catálogo" o al producto de la Empresa Destacada en la web de Horticom.

Estas formas de publicar información profesional dirigida de un cliente a un cliente, y de convertir a lectores de revistas en usuarios y relacionar empresas con clientes, en Ediciones de Horticultura no solo lo hacemos con www.horticom.com, sino también con www.frutas-hortalizas.com y la GUIA de las Frutas y Hortalizas, o en la GUIA de la revista Paisajismo y BricoJardinería.

Servicios de comunicación para Empresas desde Horticom, la web y el boletín de Noticias

La palabra Horticom es un acrónimo creado el año 1995 que tiene el significado de Horticultura, Información y Comunicación. Al crear el proyecto de la Plataforma Horticom decíamos que la visión era utilizar Internet como una antena para los conocimientos y las relaciones comerciales de la Horticultura. Seguimos en ello y mejorando. Ahora, doce años más tarde, tenemos los servicios que imaginamos entonces, disponibles para nuestros clientes. Creemos que el más relevante de todos estos servicios es "gestionar" el o los catálogos e informaciones de los clientes y organizaciones que desean "contratar" el plan "Empresas Destacadas" en Horticom Empresas.

Periodicamente publicamos un boletín informativo llamado Horticom Noticias que se envía por correo electrónico y para los clientes Premium se crean servicios "a la demanda" como vincular información en revistas (publireportajes, información de productos, o comunicados de prensa) y hacerla llegar en mult mailing por correo electrónico a direcciones muy seleccionadas y de sectores concretos.

to. Este servicio actualmente es solo para "los nuevos suscriptores" y en breve con las renovaciones lo haremos extensivo a todo el colectivo de Suscriptores de nuestras revistas.

Suscribirse hoy a la revista Horticultura no es solo recibir una revista en el buzón o en el correo electrónico sino "formar

parte de ella" participar e interactuar con clientes, proveedores y autores de las informaciones. "Venga y forme parte de la nueva Horticultura" decimos en los mensajes publicitarios. Hay una oferta de suscripción para todos estos servicios llamada Suscripción Premium.

+ Ficha técnica revista Horticultura: www.horticom.com/portada/fichas/horticultura.pdf

Artículos sobre la Guía de las Frutas y Hortalizas: www.horticom.com?74054

Horticom Empresas info: www.horticom.com/empresas/participar.php

Plan contenidos: www.horticom.com/portada/fichas/plan_horticultura.pdf

Revistas online: www.horticom.com/revistasonline