

¿Es la promoción la solución?

Luis Miguel Albisu
Presidente Comité Científico del CITA

Índice de presentación

1. Qué exige el consumidor
2. Las frutas de hueso en crisis
3. Salidas a la crisis
4. Efectos de las promociones

1. Qué exige el consumidor

- **Componentes de valoración de los productos:**

Materias primas + Transformación y presentación

+ Servicios + Imagen

- **Consumidor evalúa la calidad global del producto**
- **¿Dónde está el valor?**

1. Qué exige el consumidor

- **No tiene sentido concentrar los mayores esfuerzos en las variedades**
- **Las frutas con un objetivo de mercado**
- **Los productos (frutas) tienen ciclos de vida**
- **La diferenciación es una necesidad que se puede alcanzar de diversas formas**
- **Regularidad aspecto muy importante de calidad**

2. Las frutas de hueso en crisis

- El consumidor no se siente satisfecho
- Dos ejemplos: España y Estados Unidos
- Calidad irregular, falta sabor, aspecto exterior no descubre su sabor, mal tratamiento de frío, difícil de identificar las excesivas variedades . . .
- Exceso de oferta
- España gana cuota de mercado en Europa

2. Las frutas de hueso en crisis

- **Tendencia a una crisis estructural**
- **Este año más aguda**
- **El principal competidor de España son sus propias producciones seguida por Italia**
- **En una campaña larga la crisis no es similar**
- **Faltan mercados y consumo**

3. Salidas a la crisis

- **Mayor conocimiento**
- **Aprovechar la crisis para una mejor organización y operatividad**

Objetivo principal

Establecer una red de
intercambio de conocimiento
de agricultores y empresas agroalimentarias
con los expertos

Proyecto de Cooperación



- **Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Aragón, Navarra y País Vasco (Coordinador)**
- **Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos y Peritos Agrícolas de Aragón**



Colegio oficial de Veterinarios de Huesca



Colegio Oficial de Veterinarios de Teruel



- **Centro coordinador : CITA**
- **Plataforma informática para recoger documentos y la transmisión de conocimiento (consultas, opiniones y experiencias) así como información sobre noticias y eventos**

Consultas

Consultas



Realiza tu consulta



Opiniones y experiencias

rica

Opiniones y Experiencias

rica

Posibles avances en la tecnología post-cosecha para melocotones

Rosa Oria Almudí Departamento de Tecnología de los Alimentos Universidad de Zaragoza La mejor manera de prolongar la vida útil de un meloc...

115 0 0 0

rica

Algunas reflexiones sobre vegetarianos, animalistas y carne

Carlos Sañudo Astiz Departamento de Producción Animal y Ciencia de los Alimentos Área de Producción Animal - IA2 Introducción EL cons...

749 0 0 0

rica

Calidad de la producción de la fruta de hueso: diseño de nuevas estrategias de gestión cultural para mitigar alteraci...

Jesús Val Falcón Departamento de Nutrición Vegetal Estación Experimental de Aula Dei - CSIC Grupo de investigación del Gobierno de...

1216 0 0 0

rica

Variedades disponibles de "Melocotón de Calanda" y su mejora genética

Opiniones y Experiencias - 25 may., 2017

Frutales de Hueso



José Manuel Alonso /
Unidad de Hortofruticultura-
Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA)

1367 0 0 0

2998 0 0 0

3. Salidas a la crisis

- **Aprovechar la crisis para una mejor organización y operatividad**
 - ✓ **Conformación de mayores grupos de productores para una mejor planificación de la producción y comercialización**
 - ✓ **Diversificación de riesgos en mercados lejanos**
 - ✓ **Búsqueda de una mayor calidad integral**

4. Efectos de las promociones

- Las promociones genéricas de productos indiferenciados pretenden aumentar la demanda global
- La promoción de productos diferenciados hace ganar competitividad a lo promocionado
- España ofrece mayormente frutas de hueso indiferenciadas
- Antes de promocionar hay que definir qué

4. Efectos de las promociones

- **Oportunidad para reorganizarse**
- **Apostar por la calidad y no por la cantidad**
- **Trabajar la comunicación de los atributos que nos diferencien**
- **La administración no será la solución aunque puede ser una ayuda importante en la apertura de mercados**

Muchas gracias

Luis Miguel Albisu
Presidente Comité Científico del CITA