

la fruteria perfecta



*Cómo mejorar nuestra atención al cliente, qué producto ofrecerle, cómo decorar nuestra frutería... Mejorar constantemente en estos y otros muchos aspectos puede ayudarte a incrementar las ventas. Por eso en **Val Venosta** hemos querido imaginarnos cómo sería **La Frutería Perfecta** y hemos escrito este libro, con la colaboración de prestigiosos profesionales. Un libro estructurado en tres partes y que esperamos pueda ayudarte a ser cada día más **Golden Gold**.*

el
frutero

Un recorrido por todo eso que de verdad puede hacer que tu frutería sea especial: la empatía con el cliente, la preocupación por sus necesidades y en definitiva, las relaciones personales.

la
fruta

Algunos consejos que pueden ayudarte a ofrecer siempre el mejor producto, desde cómo orientar al cliente en la elección de la fruta, hasta cómo mantenerla mejor y más tiempo.

la
frutería

La presentación de la fruta, la limpieza, la decoración... hay un montón de detalles que pueden convertir tu comercio en ese tipo de frutería en la que a todos nos gusta entrar y estar.

el
P
u

Hero

Un simple “buenos días” puede ser mucho.

Recibe siempre a tus clientes con un saludo y una sonrisa. Es importante mostrarse agradable desde el primer momento. Hazle saber que te alegras de que haya entrado en tu frutería y de que en ella va a recibir un trato personal y cercano.

Invita al cliente a coger turno.

Tener una pequeña máquina en la que los clientes puedan coger turno puede ser de ayuda tanto para ti, que no tendrás que estar pendiente del orden de llegada de los clientes, como para ellos, que no tendrán que pedir turno.



Intenta hacer la espera llevadera.

Es inevitable que en algún momento alguien tenga que esperar su turno mientras atiendes a otra persona. En esos casos, no dejes que nadie se sienta apartado u olvidado. Fomentar la conversación entre los clientes con alguna información sobre las frutas, no solo favorecerá la conversación entre ellos, sino que además les orientará en la compra que van a realizar.

Además, tener una silla para que el comprador pueda sentarse también contribuye a hacer su espera menos pesada. Incluso, tener algo para que los más pequeños puedan entretenerse, hará que aquellos que acuden a tu frutería con niños puedan esperar su turno para ser atendidos de una manera más llevadera.



Cada cliente es diferente.

Hay clientes muy habladores, pero hay otros que no lo son. Por eso es importante entender a cada uno. Trata de conocer cómo es cada cliente, para ofrecerle el trato con el que se sienta más cómodo.

Honestidad por encima de todo.

Puedes engañar al cliente una vez, pero solo una. Por el contrario, si el cliente ve en ti a una persona honesta, lo valorará y lo premiará, perdonando incluso que alguna pieza de fruta no salga como a él le hubiera gustado.

El buen humor facilita la venta.

No siempre tendrás un buen día. A pesar de ello intenta siempre sacar tu buen humor y optimismo. El cliente no debe de notar diferencias en tu trato según tengas o no un buen día. La frutería perfecta es perfecta todos los días.



“Si no queda satisfecho...”

La frutería perfecta siempre garantiza la calidad. Por eso, si por cualquier razón alguna fruta no saliera buena, invita al cliente a llevártela para cambiarla por otra. Además de incrementar la confianza con él, te permitirá acceder a una información que puede ayudarte en futuras decisiones.



No siempre el cliente dice lo que quiere decir.

Escucharle bien y leer entre líneas te ayudará a interpretar lo que realmente quiere decir. No le interrumpas nunca, aunque esté sonando el teléfono. Y ayúdalo a llevarse eso que probablemente esté buscando: “esas manzanas dulces pero con un punto de acidez que crujan al morderlas”

Deja elegir al cliente su fruta.

Es un error bastante común recriminar al cliente cuando toca la fruta. No lo hagas nunca. Es normal que quiera llevarse las mejores piezas y agradecerá que se lo pongas fácil. Y en el caso de tener fruta más delicada, colócala de forma que solo tú puedas acceder ella. Cualquier cosa, menos llamar la atención del cliente.

Forma siempre a tu personal

Comparte todos tus conocimientos con el personal de tu frutería. Explícales cómo deben atender a los clientes. Defíneles claramente sus funciones. Y no olvides darles unas pautas de cómo responder a situaciones inesperadas como no tener el producto que el cliente busca, desconocer información solicitada por el mismo o imprevistos como, por ejemplo, un corte de luz.

No dejes de innovar en el servicio.

Guardar la compra al cliente para más tarde, ayudarle a llevar esa sandía tan pesada, recoger el pedido por teléfono... Aportar servicios personalizados a cada cliente te dará un valor añadido que ellos valorarán muy especialmente.

A todos nos gusta sentirnos especiales.

Un “viendo estas manzanas he pensado en ti, que sé que te gustan más crujientes” o un “estas cerezas le gustarán mucho a tu madre”. Cuanto más conozcas al cliente, más fácil te será darle un trato personalizado y, lo más importante, hacerle sentir especial y en confianza.





Hay muchas formas de convertir la compra de la fruta en una experiencia agradable. Pero recuerda, eres tú quien puede marcar la gran diferencia. Tu asesoramiento, tus consejos y tu confianza son tu mayor fortaleza.

la
p

anta

Es clave elegir bien la fruta.

Como sabes, la fruta es uno de los productos más variables que existen. La climatología, el lugar y las formas de cultivo, el tipo de variedad, su conservación... son muchos los aspectos que determinan el estado, la calidad, y el sabor de una fruta. Incluso en el proceso de madurez se producen cambios de color, textura y sabor que es importante aprender a relacionar con el sabor. La adecuada interpretación de estos factores nos ayudará a elegir bien esa fruta que, por supuesto, deberemos conservar correctamente para evitar cualquier tipo de deterioro.

Dar todo esta información al cliente puede ser de gran valor para elegir conjuntamente con él la fruta que desea comprar.



Nuevas frutas, nuevos consejos.

Con la globalización, la paleta de colores y sabores en las fruterías es cada vez mayor. Cada vez nos encontramos con fruta más exótica y desconocida. Y tan importante es ofrecer esas nuevas variedades en tu frutería, como ofrecer al cliente información detallada sobre ellas.

Apuesta siempre por el sabor.

Ya sea como postre después de las comidas o como snack entre horas, la fruta solemos comerla fresca y sin cocinar. Esto hace que el sabor sea un atributo en el que tenemos que fijarnos especialmente, al igual que ocurre con las verduras.

La frescura es uno de tus grandes aliados.

España es uno de los países de Europa en los que más fruta se consume, gracias a la cultura de la Dieta Mediterránea, especialmente las naranjas, los plátanos y las manzanas, seguidos de los melones, las sandías y las mandarinas. Y establecimientos como el tuyo, permiten a la gente acceder a un producto fresco. Ser consciente de esto, y hacérselo saber a tus clientes, hará que cada vez más deseen ir a tu frutería.

Para los niños, siempre lo mejor.

Si hay un cliente especialmente importante, son los niños. Darles una fruta que no tenga la madurez adecuada o no esté bien conservada, hará más difícil todavía educarles en el hábito de la fruta. Por eso es tan importante tratar con cariño a este público. Que les guste hoy, hará que en el futuro consuman tanto como lo hacen hoy las personas mayores.

Intenta dar toda la información que puedas.

En el propio producto

La información en la que nos basamos para elegir una fruta u otra procede principalmente de la imagen del propio producto. Por eso, es interesante que uses técnicas para mejorar su aspecto y su iluminación, tales como el encerado de determinadas frutas (que aumenta su brillo), o algo tan sencillo como empaquetar el producto con un color que realce el de la propia fruta, como suele hacerse en los cítricos empaquetándolos en mallas rojas.

Asimismo, también es interesante que ofrezcas al cliente la posibilidad de comprobar la textura de la fruta y, por qué no, invitarle a probarla.

Con tu consejo

No te limites a servir lo que te pide el cliente. Tus sugerencias y consejos, además de demostrar tu profesionalidad, serán siempre muy bien recibidas.

Ayudarle a elegir fruta más madura si se va a consumir inmediatamente, enseñarle a diferenciar entre todas las variedades, introducirle en nuevos productos o informarle sobre la zona de producción o la forma de cultivo de una fruta, le guiará hacia una mejor elección y le hará confiar más en lo que le propongas.

Haciendo ver al cliente la importancia de la etiqueta

La etiqueta que llevan algunas frutas son una garantía sobre su forma y su zona de cultivo. Llamar la atención del cliente sobre este tipo de etiquetas y explicarle su significado, le hará ver que tu fruta es una fruta de gran calidad.

Destacando la importancia de la marca

La marca ayuda a diferenciar unos productos de otros. Invita al cliente a recordar la marca de la fruta que se lleva. Esto reforzará su experiencia satisfactoria y la percepción de que está comprando en una frutería de calidad.



Invitando a escanear el QR de algunas frutas

Además de los habituales códigos de barras, que nos permiten asignar un precio a cada producto, cada día es más frecuente encontrarnos en las etiquetas de algunos productos con códigos QR (códigos de respuesta rápida). Códigos que permiten que el cliente, mediante una simple captura de imagen con su móvil, pueda acceder a la información de la página web asociada.

Es el caso de manzanas Val Venosta, cuyo código QR permite conocer al consumidor todo el proceso de cultivo, y elaboración de la fruta.

Con carteles informativos

Siempre que dispongas productos fuera de sus envases originales, es importante que coloques un cartel bien visible que indique la denominación del producto, el origen, el precio, así como la categoría comercial, la variedad y el calibre cuando lo exija la correspondiente norma de cada producto.

Igualmente, es importante separar claramente los productos de distintas categorías comerciales, variedad, y en su caso calibre.

Cón los anuncios que te ofrecen algunas marcas

La publicidad aporta información valiosa al consumidor. Te recuerda algunas marcas, le ayuda a elegir entre ellas...

Si tienes productos que hayan hecho publicidad, úsala también en la frutería. Te ayudará a incrementar las ventas de esos productos.

Recordando lo importante que es comer fruta

Campañas de publicidad como “cinco al día” y otras emitidas en los medios, ayudan a educar al cliente en la importancia de comer fruta. Recordar sus cualidades saludables y hacer referencia a esas campañas les invitará a consumir con más frecuencia.



Ayuda al cliente a elegir lo que necesita.

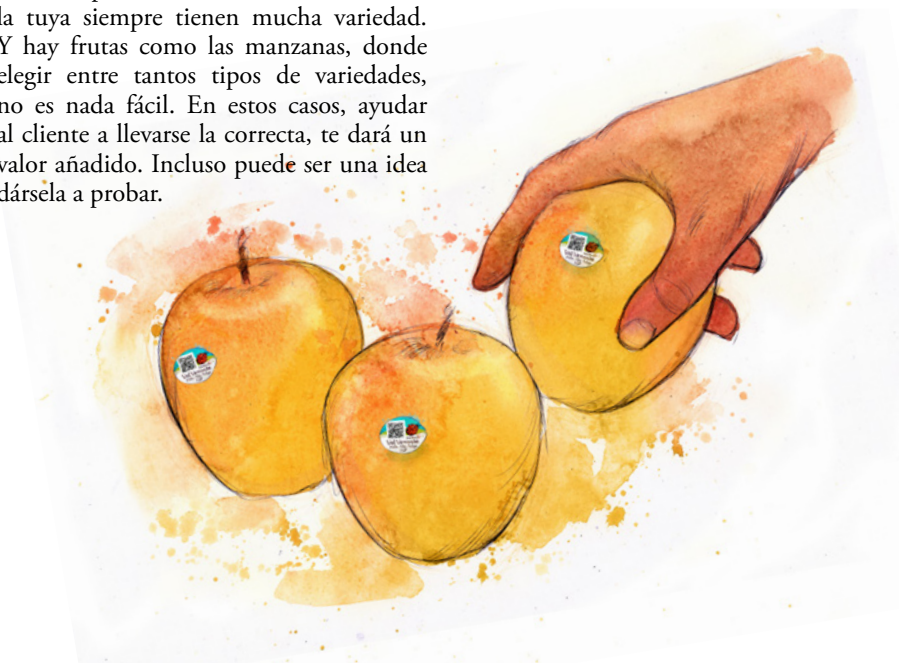
Vamos a la frutería porque necesitamos fruta. Pero es en la tienda, donde decidimos qué fruta llevarnos. Por eso, el consejo del profesional es tan importante.

En la frutería perfecta, el frutero ayuda siempre a elegir aquellas frutas en las que el cliente tiene dificultad para identificar su madurez: melón, sandía, mango, aguacate, piña o papaya.

Por otra parte, las buenas fruterías como la tuya siempre tienen mucha variedad. Y hay frutas como las manzanas, donde elegir entre tantos tipos de variedades, no es nada fácil. En estos casos, ayudar al cliente a llevarse la correcta, te dará un valor añadido. Incluso puede ser una idea dársela a probar.

También es importante el tema del precio. Cuando tengas fruta con un precio superior al habitual, ayuda al cliente a entender por qué es así en ese momento. De este modo, apreciará su calidad.

Y siempre que puedas, ayuda al cliente a seleccionar la fruta según sea para consumir inmediatamente o para conservarla más tiempo. Eso hará que tu fruta siempre esté riquísima.





Eso tan importante llamado maduración.

Cuando hablamos de maduración es importante que diferenciamos entre dos tipos de frutas.

Las frutas climatéricas son las frutas que maduran después de su recolección. Por lo que puede comprarse antes de que esté completamente madura, y dejar que termine de hacerlo en casa.

Esto es debido al etileno, un gas que actúa como fitohormona y que emana la fruta madura estimulando la maduración de otras, por lo que puedes acelerar la maduración de una fruta climatérica poniéndola cerca de otra ya madura.

Algunas frutas climatéricas son la manzana, la pera, el plátano, la ciruela, el higo, el melón, el aguacate, el kiwi, el mango, la chirimoya, el melocotón, la sandía, la papaya o el caqui.

En cambio, en las frutas no climatéricas la producción de etileno durante la maduración prácticamente no varía. Estas frutas carecen de la capacidad de seguir madurando una vez recogidas del árbol. Por tanto, no mejorarán su aspecto en tienda, si no que irán a peor.

Algunas frutas no climatéricas son los cítricos (naranja, mandarina, pomelo, limón, lima), la piña, las uvas, las cerezas, la granada, el lichi, el níspero, las fresas y fresones, la frambuesa, y las moras

Tu fruta siempre fresca.

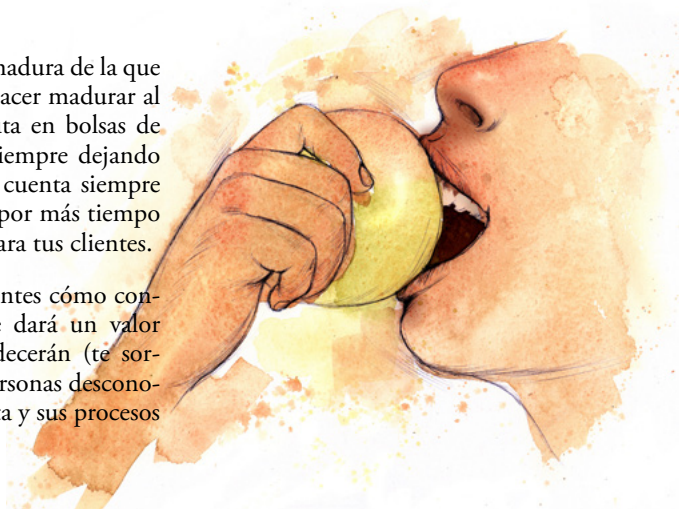
La frutería perfecta siempre tiene sus productos en perfecto estado. Para ello utiliza neveras o cámaras para conservar la fruta con poca luz, bajas temperaturas (entre 0 y 6 grados) y alta humedad relativa, aproximadamente al 90%. La excepción son los plátanos, ya que puede deteriorarse su aspecto y aroma al guardarlos en la nevera. También deja fuera las frutas climatéricas que quieras dejar madurar, siempre en un sitio aireado y seco.

Recuerda separar la fruta madura de la que no lo está, ya que puede hacer madurar al resto. Evita guardar la fruta en bolsas de plástico, y si lo hicieras siempre dejando la bolsa abierta. Tener en cuenta siempre estos consejos mantendrá por más tiempo tu fruta fresca y a punto para tus clientes.

Además, enseñar a tus clientes cómo conservar la fruta en casa te dará un valor añadido que seguro agradecerán (te sorprendería saber cuántas personas desconocen como conservar la fruta y sus procesos de maduración).

Recuerda que la limpieza es básica.

La fruta es un alimento delicado. Protégela de la contaminación y manipúlala siempre con guantes o con las manos limpias. La limpieza periódica de la frutería, de los expositores, del mobiliario y de las cámaras es imprescindible en todo momento, así como la limpieza de los utensilios de trabajo, cuchillos, bandejas y básculas.



Si tus clientes cambian, tu también debes hacerlo.

Cada vez más, surgen nuevas tendencias de consumo. Y es importante que conozcas las necesidades cambiantes de tus clientes para adaptarte a ellas y ofrecerle un servicio de calidad.

Nuevos servicios

Esas prisas que llevamos siempre han hecho surgir nuevos servicios. Así, puedes plantearte la posibilidad de ofrecer venta por internet o por teléfono, e incluso servicio de entrega a domicilio.

Igualmente, puedes ofrecer recipientes con fruta ya cortada y pelada, zumos recién exprimidos en la frutería, o incluso una opción de autoservicio a granel o envasado.

Nuevos formatos

Cada día quedan menos familias numerosas. Ofrecer las frutas grandes partidas por la mitad, facilitará su venta a familias poco numerosas o a solteros y parejas.

Además, las personas mayores tienen dificultad para pelar y partir las frutas más grandes. Intentar darles la posibilidad de que puedan comprarlas ya preparadas directamente para su consumo.

Nuevas frutas

Cada vez hay más demanda de frutas exóticas. Bien por la inmigración, por el turismo, o por las ganas de probar cosas nuevas. Intenta ofrecer una amplia variedad de frutas para que todo el mundo pueda sentirse en tu frutería como en casa.

Nuevas demandas

Un cliente cada vez más hedonista hace que en la frutería perfecta no solo encontremos fruta de calidad. En ella, puedes hojear un libro mientras haces cola setado tranquilamente, aprender cosas nuevas sobre las frutas o tomarte un zumo recién exprimido. Intenta conocer a tus clientes y satisfacer las expectativas de la zona, barrio o población en la que tengas tu frutería.

El abastecimiento y la rotación pueden ser claves.

Estudia con atención qué fruta es la que necesitas para cubrir las necesidades de tu frutería. Ten en cuenta aspectos como tu capacidad de almacenamiento, los pedidos realizados, las demandas adicionales según el día de la semana o los días de fiesta.

Si un día uno de tus clientes te pide una fruta que no tienes, haz las gestiones necesarias para poder tenerla la próxima vez.

Tampoco olvides que la frutería perfecta siempre tiene todo a punto y con la mejor calidad. Para ello, elige bien a tus proveedores, y quédate con aquellos que te ofrezcan la mayor calidad en el menor tiempo y al precio mas adecuado.

Y procura renovar el producto de forma continuada teniendo en cuenta la demanda de tus clientes. Te ahorrarás tiempo y coste de almacenamiento y tu fruta estará siempre buenísima.





Conocer los procesos de maduración y las peculiaridades de cada fruta, sus sistemas de producción y conservación o las características de las diferentes variedades, requiere un conocimiento que la mayor parte de los clientes no tienen.

Por eso es tan importante tu recomendación. Y por eso es fundamental ganarte su confianza, ayúdales a elegir siempre el mejor producto y despertar en ellos la pasión por la fruta.

la

front

terica

Cada cosa en su sitio.

El orden es muy importante a la hora de construir un lugar agradable para tus clientes. Define un sitio para cada cosa, de modo que el conjunto sea funcional y atractivo.

- Zona para la atención al público. Aquí estará el mostrador, el peso y la caja registradora.
- Espacio de exposición de la fruta, con estanterías, expositores y ganchos para colgar la fruta.
- Área de información sobre el producto. Puedes poner pizarras, carteles, pantallas y libros.
- Zona de complementos para servir la fruta: bolsas, guantes y cestas.
- Zona para funciones específicas como realizar zumos o servir fruta cortada y preparada.
- Espacio de almacenaje y preparación de envíos de productos.
- Sin olvidar la importancia de cuidar el escaparate en la fachada.



Sé exigente en la elección de los materiales.

El predominio de materiales naturales como la madera, el corcho, las fibras vegetales, la paja, el mimbre o las telas de algodón son muy recomendables. Los tradicionales expositores de madera, las bolsas de papel y las cestas de esparto ofrecerán al cliente una sensación muy adecuada.

Todo ello lo puedes combinar con espejos, que ayudarán a dar sensación de amplitud y con acero inoxidable que, además de transmitir limpieza, dará un toque de modernidad a tu frutería.

Define tu estilo.

¿Una frutería tradicional? ¿Un punto más vintage? ¿O quizá un espacio moderno y minimalista? El estilo que elijas para la decoración de tu frutería mucho de ti y de tu negocio. Un nuevo estilo diferente al habitual puede atraer muchos clientes.

Una fachada atractiva invita a entrar.

Si tu local te lo permite, coloca grandes cristales en la fachada de tu frutería, que permitan ver la exposición desde el exterior. Pero eso sí, ten en cuenta que el sol puede estropear tu fruta. Si fuera necesario, retrasa el ventanal hacia el interior o coloca sistemas de protección contra los rayos solares.



La fruta siempre debe ser la gran protagonista.

Sea cual sea el estilo que elijas para tu frutería, el elemento estrella siempre debe ser la fruta. Su colorido, su frescura y el recuerdo a la naturaleza que nos provoca, la convierten en un reclamo por sí misma.

Asimismo, es importante que tengas en cuenta aspectos clave como eliminar a tiempo la fruta magullada o demasiado madura, combinar los colores y las formas para que la exposición sea atractiva o colocar las frutas grandes detrás y las pequeñas delante para que el cliente pueda ver bien todo el producto.



Ilumina tu fruta como merece.

Una buena iluminación siempre realza el color y la naturalidad de la fruta, pero también es cierto que el exceso de luz puede dañar su imagen. Por eso es recomendable utilizar una luz cálida y suave, que ayude a realzar la frescura de la fruta.

Si apuestas por ello, las lámparas LED pueden ser una buena opción. No calientan el ambiente, tienen una larga vida y consumen muy poca energía.

Una buena exposición siempre es un plus.

A la hora de exponer la fruta, puedes hacerlo colocando ordenadamente las cajas en las que la fruta es transportada. No obstante, también puedes colocarla a tu gusto en los propios expositores. Aunque te dará un trabajo adicional, contribuirá a dar mayor sensación de mimo y cariño por la fruta. En cualquier caso, recuerda que es muy importante que toda la fruta se vea bien y que la exposición no limite la movilidad en la frutería.

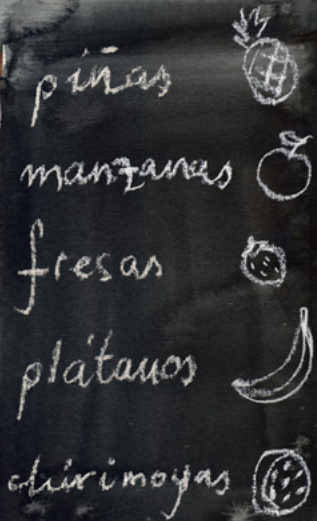
Las pizarras pueden ayudarte a contar cosas.

Utilizar pizarras, vinilos o carteles atractivos y con trazos gruesos es una buena forma de dar información sobre la variedad, el precio, el origen o cualquier otra cosa. En cualquier caso, utiliza siempre textos cortos y busca el contraste entre el fondo y el texto. Después solo te quedará colocarlos a la altura de los ojos, evitando tapar otros productos y, por supuesto, con un sistema de fijación seguro.

Una buena receta siempre gusta.

Cada día utilizamos más la fruta como ingrediente de numerosos platos. Y dejar a disposición del público unas recetas que les permita innovar en su cocina, puede darte más valor.

Igualmente, puedes facilitarles libros y revistas sobre frutas, su producción, conservación, preparación de zumos, la posibilidad de incluir fruta en las fiestas de cumpleaños... nuevas ideas e información que tus clientes querrán compartir y aprender gracias a tu negocio.



piñas
manzanas
fresas
plátanos
chirimoyas



Haz de tu frutería una marca.

Los buenos establecimientos siempre tienen un nombre y un logotipo que los identifica y diferencia. Y tu frutería no debe ser menos. Crea una buena marca y hazla bien visible en la propia tienda, en bolsas, en tu página web o redes sociales si las tienes... Además de darte buena imagen, reforzará la percepción de profesionalidad hacia tu frutería.

El horario y los reconocimientos.

Es importante indicar el horario de apertura y cierre en la misma puerta. Así tus clientes sabrán siempre cuando estás disponible para ellos.

Además, la puerta también puede ser un buen soporte para poner cualquier galardón o reconocimiento que hayas podido recibir, o si formas parte de alguna asociación. Te ayudará a dar mayor credibilidad al establecimiento.





Ni demasiado frío, ni demasiado calor.

La temperatura de la tienda debe ser agradable. Dependiendo de cual sea el clima en cada zona, el aire acondicionado o la calefacción facilitan mantener un ambiente agradable. Asimismo, es importante recordar que la buena ventilación del establecimiento es esencial, así como evitar los malos olores.

Tu ropa también habla de ti.

Identificar rápidamente a los empleados de la frutería facilitará la interacción con los clientes. Un simple delantal corporativo, el mismo para todos, será suficiente para indicar que trabajan allí y están dispuestos a servirles. Eso sí, ten en cuenta que ese delantal, o cualquier prenda que utilices, deberá estar en consonancia con la imagen y decoración de tu frutería.

Decora tu frutería para cada momento.

En otoño los caquis, las mandarinas y las naranjas. En primavera las cerezas. En verano la sandía y el melón. Asociamos cada estación a sus frutas de temporada más representativas. Y adaptar la decoración de tu frutería a cada estación, así como a diferentes fiestas, como la Navidad y Halloween, hará que tus clientes se sientan partícipes de esas celebraciones.

Además, puede ser una buena idea aprovechar esas fechas importantes del año, para preparar cajas o cestas especiales llenas de fruta para regalar. Y es que siempre es un buen momento para regalar salud.

Mima cada detalle de tu tienda.

En la frutería perfecta, todo tiene coherencia y armonía. Cada detalle cuenta. Por eso, es tan importante que cada complemento esté en sintonía. Los recipientes para poner la fruta, las bolsas de plástico o de papel, el expositor de esas mismas bolsas, o elementos de decoración como sillas o pantallas... cualquier cosa debe ajustarse al estilo que hayas elegido para la frutería.

Por cierto, también puedes dar al cliente la opción de comprar bolsas de tela con el logo de la frutería o utensilios de cocina para determinadas frutas como un cortador de manzanas, un pelador de mango o cualquier otro complemento. Todo esto le dará un aspecto más premium a la tienda.

Nunca descuides la trastienda.

No importa que no sea visible al público. Una trastienda bien organizada facilitará y mucho tu trabajo. Porque es ahí donde se realizan todas las actividades de planificación y organización, recepción de pedidos, preparación de envíos, almacenamiento de la fruta, además de la labor administrativa que conlleva cualquier negocio. Y hablando de papeles, recuerda que es conveniente tener un seguro de responsabilidad civil que cubra los costes de una posible eventualidad en la frutería.

Establece pautas de mantenimiento.

Es fundamental planificar el mantenimiento de tu frutería. Aspectos como el deterioro de la pintura o el mobiliario y la revisión de las posibles máquinas que tengas en la tienda, son cosas que debes revisar periódicamente. Y retrasar el arreglo de desperfectos o averías solo hará que más tarde tengas que hacer reparaciones más costosas

Evidentemente, la frutería perfecta no existe, pero está en tu mano hacer de la tuya una tienda especial. Esperamos que estos consejos puedan ayudarte a crear ese lugar al que todos nos gustaría ir a comprar.

Algunas páginas web que pueden resultarte de interés.

Estadísticas:

Datos de consumo

<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/panel-de-consumo-alimentario/ultimos-datos/default.aspx>

Observatorio de Precios:

<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/servicios/observatorio-de-precios-de-los-alimentos/default2.aspx>

Información general sobre frutas

Calidad diferenciada (DO, IGP, ETG)

http://www.alimentacion.es/es/calidad_diferenciada/presentacion/default.aspx

Campanas de fruta

<http://www.alimentacion.es/es/campanas/frutas/>

Normas de comercialización

Reglamento UE 543/2011 Anexo I pág. 54 del reglamento

<http://www.boe.es> (Reglamento de Ejecución (UE) no 543/2011 de la ... - BOE.)



Premios
Golden gold
2015

Inscríbete y gana 3.000€ en metálico, un trofeo y una placa identificativa de frutería exigente.



PREMIOS
**GOLDEN
GOLD 2015**
Val Venosta

En reconocimiento
a las fruterías más exigentes

www.premiosgoldengold.com



Südtirol

Val Venosta