

- Instalación de cadenas de fruterías por parte de mayoristas en destino.
- Acuerdos entre fruterías y algún distribuidor en destino para constituir una empresa con mayor capacidad de compra y venta, generalmente con varios establecimientos y adoptando diversas formas organizativas y jurídicas.

Estos procesos han terminado dando lugar a empresas o grupos empresariales, generalmente de pequeño tamaño y ámbito municipal, comarcal o provincial (rara vez supera una comunidad autónoma), que han verticalizado las dos últimas fases de la cadena de producción y han aumentado su volumen sin perder las ventajas de la venta de proximidad ni la situación en barrios consolidados.

Entre las estrategias de las fruterías, hayan o no dado el paso anterior, se encuentra el incremento de servicio a la hostelería, que en determinadas localiza-

ciones se ha convertido en el cliente principal. Otras se han especializado en productos de gama más alta o han variado sus horarios. Algunas, sobre todo en ubicaciones turísticas, han diversificado su gama hacia productos envasados de cuarta gama o zumos frescos listos para el consumo, acercando el consumo especialmente de frutas al segmento "impulso". En definitiva, en el ámbito exclusivo de las fruterías se ha iniciado un interesante proceso de búsqueda de nichos de mercado y segmento de consumidores adaptados a cada ubicación.

Una buena parte de las fruterías que han llegado a la actualidad ha mejorado sustancialmente sus instalaciones y está buscando, o ya tiene, instrumentos de gestión más empresariales.

Durante los últimos años, la venta de frutas y hortalizas se había iniciado también de manera significativa en distintos tipos de comercios minoristas de peque-

ño tamaño, al margen de las fruterías tradicionales:

- Comercios regentados por inmigrantes especializados en alimentación, completamente diferentes según origen, que iniciaban la venta de productos tradicionales de su gastronomía y fueron introduciendo productos habituales en los mercados españoles, en especial productos baratos de gran consumo y sin problemas de mantenimiento.
- Bazares y similares, que introducen algunas frutas y hortalizas.
- Tiendas de conveniencia, con amplios horarios.
- Gasolineras.
- Catering para llevar, especializados en cuarta gama, zumos y otros preparados.

La gama de estas tiendas suele ser muy específica y está adaptada a un tipo concreto de público, con niveles de pre-

ANGELINI

Prepara el Agua
para lavar y desinfectar
Frutas y Verduras

Disfruta de todas las propiedades y de todo el sabor de frutas y verduras

AMUKINA
También de venta en Farmacias

UTILICE AMUKINA DE FORMA SEGURA. LEA LA ETIQUETA Y LA INFORMACIÓN ANTES DE USARLO