

Últimos lanzamientos

Cuatro son los aceites de oliva virgen extra que en esta ocasión protagonizan la sección de "Lanzamientos", y cuatro son las zonas productoras de donde llegan representadas cada una de las marcas que ahora presentamos como novedad. A pesar de ser la mayor zona productora del mundo, hacía tiempo que no reseñábamos ninguna nueva marca jiennense. La tendencia se rompe con el lanzamiento al mercado de Señorío de Jaén, de la empresa familiar Olife, S.A. Desde Mallorca llega Solivellas, certificado por el CRDOP Oli de Mallorca. Por su parte, desde la monumental Mérida, en Extremadura, surge Merula, con su exclusiva lata de diseño. Finalmente, el sector de los ecológicos viene representado por el virgen extra leridano Olicatessen.

¿Qué ventajas e inconvenientes tiene la promoción de ventas como arma competitiva?

La promoción de ventas es un instrumento muy eficaz para incrementar a corto plazo el volumen de ventas. Sin embargo, conlleva también una serie de riesgos. Por ejemplo, el mismo efecto anticipador de las ventas puede dar lugar a una reducción significativa de las ventas después de la campaña promocional, si el marketing no contempla otras medidas suplementarias que mantengan el nivel de demanda alcanzado. Por otra parte, el consumidor corre el riesgo de habituarse a comprar sólo en temporadas de promoción si no se delimita adecuadamente la duración de la campaña. Asimismo, el consumidor puede acostumbrarse a realizar la compra, no por los beneficios que aporta el producto, sino más bien por el incentivo promocional. Por sí sola, difícilmente puede la promoción de ventas crear fidelidad a la marca. Ésta siempre debe generarse mediante los beneficios del producto y el grado de satisfacción que aporte su consumo y/o uso. No obstante, en colaboración con otros instrumentos comunicacionales, puede contribuir a provocar la prueba y compra de un producto y, con ello, fomentar indirectamente la lealtad de marca.

En los últimos tiempos, se ha producido un desplazamiento de las inversiones en publicidad hacia la promoción de ventas. Las razones de este fenómeno estriban en la saturación publicitaria y en el incremento del poder de los mayoristas y minoristas, que siempre están interesados en promocionar una amplia gama de productos en el mismo punto de venta.

El momento adecuado para lanzar una campaña promocional se da cuando la producción, el marketing mix y la fuerza de ventas están perfectamente coordinadas. Aunque también es posible que la competencia o una mala situación de la empresa fueren a realizar promociones a corto plazo por razones tácticas.

Fuente: Guía de Gestión Comercial y Marketing, (José A. Gómez Quintero).

Solivellas, nuevo virgen extra mallorquín

La almazara Explotadora Agro-Alcudia, S.A., ubicada en la localidad mallorquina de Port d'Alcúdia, presenta su nuevo aceite de oliva virgen extra Solivellas.

Este aceite, certificado por el CRDOP Oli de Mallorca, se elabora a partir de aceitunas de las variedades arbequina y picual, que se recogen en la finca familiar durante la primera quincena de noviembre. Debido a la ubicación de los olivares, que se extienden por la costa mediterránea y reciben los vientos de la Serra de Tramontana, el aceite de oliva virgen extra Solivellas presenta connotaciones sensoriales de manzana, alcachofa, hierba verde, almendra tierna, tomate, menta, frutas maduras, nueces y plátano. La firma también comercializa la marca Oli S'illa, que elabora a partir de aceitunas de las variedades hojiblanca y picuda.



Señorío de Jaén, nueva apuesta de Olife, S.A.

La familia Bonilla-Rojas, establecida en Jaén desde el siglo XIV y convertida en productora de aceite de oliva en el siglo XIX, rinden homenaje a la tierra que desde entonces los acogió con su nueva marca Señorío de Jaén.

Se trata de un aceite de oliva virgen extra con un frutado de sensaciones verdes e intensidad ligera-alta, con notas perceptibles de verde hierba, macedonia, manzana y almendra, entre otras, con predominio, al paso final por la boca, de dulce frente al amargo o picante, resultado de la sabia y esmerada combinación del zumo natural extraído de aceitunas de las variedades picual y arbequina.

Este producto de alta selección se presenta para su venta en una caja de cuidada elaboración, en tonos granate y oro, que contiene 6 botellas de 500 ml. de vidrio de diseño italiano y de color verde oscuro, cuadradas en su base, queriendo representar la estabilidad y fuerza como pilar fundamental para la salud que es el aceite virgen extra, y bordelesa en su pecho, significando cuánto de exquisito de la cultura del vino han adoptado en la empresa para su fabricación.



Marqués de Valdeuza presenta Merula

Marqués de Valdeuza vuelve a incursionar en el mercado de los aceites de oliva virgen extra con el lanzamiento de Merula. Complementario de su marca archiconocida Marqués de Valdeuza, miembro integrante de la Asociación "Grandes Pagos de Olivar", Merula es ya un éxito en mercados tan exigentes como el británico, francés, sueco, estadounidense y canadiense, y ahora también está disponible para nuestro disfrute en España.

Merula se elabora a partir de aceitunas de las variedades con que la familia cuenta en sus olivares: arbequina, hojiblanca, picual y morisca. Igualmente, para su elaboración se cosechan los frutos en su momento óptimo de recolección, para obtener un aceite de oliva virgen extra excelente y con atributos superiores para la salud. Merula se presenta en latas de 500 ml. y 5 l. de cuidado diseño, merecedor de la medalla de oro en los prestigiosos premios Möbius. El oleólogo Cristino Lobillo es el responsable de este aceite de oliva virgen extra de altísima calidad, pensado para los guisos y platos típicos de la cocina española.



Molí dels Torns, S.L. lanza al mercado Olicatessen

La almazara leridana Molí dels Torns, S.L. acaba de lanzar al mercado su aceite de oliva virgen extra Olicatessen. Se trata de un aceite que refleja a la perfección la suavidad y el equilibrio que proporcionan las aceitunas de la variedad arbequina que, recogidas en su punto óptimo de maduración hacen de Olicatessen un aceite único. Los aromas de madera verde de olivo, verduras y almendra verde, combinados con dulces y amargos ligeramente picantes, consiguen una armonía que hace muy agradable la entrada en boca. Al final, ligeros toques de plantas aromáticas y frutas maduras le dan cierta reminiscencia mediterránea. Olicatessen es un aceite ecológico, que se presenta en botella de cristal de 375 ml., aunque la empresa brinda la posibilidad de servirlo en otros formatos, adaptándose a las necesidades del cliente.

