



València, 10 de octubre de 2019

La cátedra Consum-UPV investiga sobre la percepción del consumidor para mejorar la oferta de frutas y verduras

- **La Universitat Politècnica de València y Consum renuevan, por tres años más, esta colaboración que desarrolla proyectos de investigación y formativos**
- **La cátedra es un proyecto multidisciplinar en el que participan alumnos de varias titulaciones y profesores de tres departamentos de la UPV**

“Gracias con mayúsculas. Para la Universitat Politècnica de València es un lujo colaborar con Consum”. Son las palabras con las que el rector de la UPV, Francisco Mora, ha iniciado el acto de renovación de la cátedra Consum-UPV. Creada en el 2007, se renueva, tres años más.

Adscrita a la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y del Medio Natural (ETSIAMN) y al Departamento de Economía y Ciencias Sociales de la UPV, la iniciativa tiene como objetivo fomentar la investigación para así mejorar sus procesos de producción y comercialización. Con esta colaboración, se quieren llevar a cabo actividades de investigación, formación y divulgación, que complementen y contribuyan a una mejor formación del alumnado de la UPV.

El director general de Consum, Juan Luis Durich, considera “muy positiva” la colaboración que en estos doce años se ha desarrollado entre la universidad y la cooperativa. Durich ha explicado que “cuando las empresas crecen, las personas que las impulsamos nos hacemos mayores, y cada vez tenemos más experiencia, pero necesitamos el impulso de la gente joven”. En su opinión, la combinación entre experiencia y la perspectiva de la gente joven formada “nos hace avanzar al ritmo que requiere la sociedad en cada momento”.

“Un realismo que no está en los libros”

Desde la creación de esta cátedra, el alumnado de la UPV ha tenido acceso a las técnicas de gestión de la cooperativa y a una serie de experiencias que complementan la formación universitaria. Según el director de la cátedra Consum-UPV, Juan Manuel Buitrago Vera, “es espectacular ver cómo el programa de fidelización de Consum maneja la información del consumidor, para así adecuar sus productos. Nosotros, en la Facultad de Administración y Dirección de Empresas y en la ETSIAMN, lo utilizamos como ejemplo de aplicación de técnicas de marketing a la vida real. Colaborar con ellos nos da ese realismo que no está en los libros”.

Después de centrarse durante años en geomarketing, actualmente, desde esta cátedra, se trabaja con Google Maps con el objetivo de “aumentar la visibilidad de los supermercados y deducir qué factores hacen que el algoritmo vuelva las tiendas más visibles. Eso es extrapolable a cualquier sector”, según explica Buitrago.



Frutas y verduras al gusto del consumidor

También está en marcha un proyecto para medir la calidad de la fruta y verdura desde el punto de vista de la persona que va a consumirlas, con el objetivo de conseguir un calendario varietal que permita seleccionar los productos óptimos en cada momento. “Que la fruta se adapte a los gustos del consumidor y a lo que realmente busca”, dice el director de la cátedra.

Es un proyecto multidisciplinar en el que participan el Departamento de Tecnología de los Alimentos y el de Producción Vegetal de la universidad, que analizan cuál es la preferencia del consumo, desde un punto de vista sensorial, instrumental y de neuromarketing.

Análisis sensorial de los productos

Este año se ha formado el panel de cata que ha realizado el análisis sensorial de los productos. El análisis instrumental se ha llevado a cabo desde el Departamento de Tecnología de los Alimentos. Los resultados de ambos análisis ya están recogidos y la siguiente fase es de neuromarketing, que medirá el efecto inconsciente de la fruta en las personas.

Además de las actividades de investigación, durante estos doce años, la cátedra ha convocado becas de ayuda a actividades de formación, premios de trabajo final de grado y de máster y un premio de ideas comerciales. También ha organizado conferencias y ha ofertado prácticas en empresa.

Un total de 55 cátedras y aulas de empresa

La Universitat Politècnica de València cuenta con 55 cátedras y aulas de empresa. Las primeras surgieron en el año 1999 y, desde entonces, el programa Cátedras de Empresa se ha consolidado. Su objetivo es potenciar la relación de la comunidad universitaria con el entorno empresarial. Además, contribuye a la formación de futuros profesionales, potencia la transferencia de tecnología y la generación y difusión de conocimiento.

Consum, una cooperativa centrada en las personas

Consum es la mayor cooperativa del arco mediterráneo español. Cuenta con 730 supermercados, entre propios y franquiciados, distribuidos por Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón. En 2018 facturó 2.731,6 millones de euros, un 8,45% más, y obtuvo un beneficio de 52,2 millones de euros. Con más de 3,3 millones de socios-clientes y 15.363 trabajadores, Consum es la única empresa de distribución con el Certificado de Empresa Familiarmente Responsable (Efr). En 2018 la Cooperativa ha sido certificada con el sello Top Employers, por sexto año consecutivo, como una de las Mejores Empresas de España para trabajar, según la consultora Top Employers Institute.