



## Comercialización de alimentos en circuito corto: Diagnóstico de Aragón

*Azucena Gracia*

Unidad de Economía Agroalimentaria



# Estrategias sostenibles de comercialización de productos agrarios en circuito corto

- **Dirección General de Desarrollo Rural del Gobierno de Aragón**
- **Dirección General de Desarrollo Rural del Gobierno de Navarra**
- **Viceconsejería de Agricultura y Desarrollo Rural del Gobierno Vasco**

El proyecto fue financiado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural Marino, en el marco de Programa de Desarrollo Rural de la Red Rural Nacional 2003-2007, a través de la convocatoria de ayudas de agosto de 2010 para Proyectos Innovadores en las Comunidades Autónomas y financiado con fondos FEADER.



# Objetivo general del proyecto

---

- **Diseñar Estrategias Regionales Sostenibles para el impulso de la comercialización de productos agrarios en circuito corto**
- **Apoyar la puesta en marcha de pequeñas experiencias innovadoras de venta directa con un alto grado de replicabilidad y transferibilidad**



# Objetivos específicos

- Conocer y valorar la situación actual de la comercialización en circuito corto en las regiones.
- Establecer el potencial de crecimiento de la comercialización en las regiones
- Definir una Estrategia de Crecimiento Sostenible
- Aumentar la sensibilización y el conocimiento de los consumidores respecto de los productos y productores agrarios locales.
- Diseñar y poner en marcha experiencias piloto innovadoras de comercialización
- Sensibilizar, animar y formar a los productores agrarios, en particular a jóvenes en venta directa.
- Difundir e intercambiar experiencias con otros agentes en otras regiones y países
- Identificar y superar las barreras que frenan el crecimiento de la venta directa en nuestro país.

# Acciones del proyecto

## ESTRATEGIAS SOSTENIBLES DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CIRCUITO CORTO

ACCION 1	DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN
ACCION 2	DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA
ACCION 3	SENSIBILIZACIÓN Y ANIMACIÓN DE PRODUCTORES
ACCION 4	DESARROLLO EXPERIENCIAS PILOTO
ACCIÓN 5	DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES
TRANSVERSAL	COORDINACIÓN PROYECTO





# Diagnóstico de Aragón: Comercialización de alimentos en circuito corto

*Azucena Gracia*

# Objetivo Diagnóstico Regional - Aragón

---

## Analizar la situación de partida de la comercialización de productos agrarios en circuito corto en Aragón

- ✓ Venta directa en la explotación
- ✓ Venta a domicilio
- ✓ Mercado ambulante
- ✓ Feria periódica
- ✓ Feria esporádica o especializada
- ✓ Tienda especializada
- ✓ Venta por catálogo
- ✓ Internet
- ✓ Asociaciones de consumidores
- ✓ Venta a canal HORECA
- ✓ Venta comedores colectivos (colegios, hospitales, geriátricos...)
- ✓ ..

# Metodología de trabajo

---



- **Entorno socioeconómico**
- **Caracterización del sector**
- **Normativa general aplicable : limitaciones**
- **Benchmark de otros países**

# Metodología de trabajo



# Metodología de trabajo

---

**Borrador  
diagnóstico**

- **Contraste en una mesa de trabajo con los agentes relevantes:**
  - ✓ Intercambio de impresiones y opiniones sobre la situación actual
  - ✓ Recopilar aportaciones , sugerencias y visión de futuro

**Diagnóstico  
Regional**

# Experiencias actuales de venta directa en Aragón

Número de experiencias por canal y tipología		Venta directa en la explotación	Venta a domicilio	Mercado ambulante	Feria periódica	Feria esporádica o especializada	Tienda especializada	Venta por catalogo	Internet	Asociación de consumidores	HORECA	Centros escolares, hospitales	Otros (indicar)
Ubicación geográfica	Huesca	5	3		2	1	3		6		1		
	Teruel	7	5		3		3				1		
	Zaragoza	3	3		6		1		2		1		
	TOTAL	15	11		11	1	7		8		3		
% comercializado en venta directa	5-10%	5	3		2								
	11-99% (1)	4	1		2	1							
	100%	5	7		6		5		4		3		
Productos	Frutas y hortalizas frescas	4	7		8		1		2				
	Carnes y derivados	1					2		2				
	Miel y mermeladas	2			1	1	2		2				
	Quesos	3											
	Aceites	1	2		1		1						
	Varios	2	2		1		1		2		1		
	Vinos y licores	2					1		1		2		

# Experiencias actuales de venta directa en Aragón

---

- Un mayor número de experiencias utiliza la venta directa en la propia explotación, la venta a domicilio y la venta en ferias periódicas.
- La venta en la explotación está más arraigada en Teruel y las ferias periódicas en Zaragoza.
- Hay un mayor número de experiencias que comercializan el 100% de forma directa.
- Los productos más comercializados mediante venta directa son las frutas y hortalizas frescas, muchas de ellas ecológicas.

# Visión del sector sobre el circuito corto

## Ventajas

- Aumenta los márgenes económicos.
- Ofrece mayor diversificación.
- Establece una relación de confianza entre el productor y el consumidor.
- Mejora la reputación del productor y de sus productos en los consumidores.
- Crea una fidelización en el consumidor que puede actuar como publicidad y difusión del producto a otros consumidores.
- Aumenta el protagonismo de los productos primarios al convertirse en un punto de referencia.
- Ausencia de intermediarios.
- Liquidez.
- El cliente valora la calidad porque es un producto recogido en el momento óptimo.

# Visión del sector sobre el circuito corto

---

## Inconvenientes

- Necesidad de pre-venta o reserva previa (organización de la producción).
- Falta de producto en algunas ocasiones.
- Pocas ayudas para promoción del circuito corto.
- Desconocimiento del consumidor de este tipo de venta.
- La comercialización es muy laboriosa e implica mucho trabajo y gastos y las ventas son reducidas.
- Falta de un marco legal claro.
- Escasa formación del productor para comercializar sus productos.

# Visión del sector sobre el circuito corto

- Las razones indicadas para no utilizar la venta directa son:
  - formar parte de una integración vertical (cerdos y aves).
  - pertenecer a una cooperativa.
  - la consideran una complicación añadida.
- Aquellos productores que realizan venta directa indican que lo hacen porque:
  - mejora la rentabilidad del producto.
  - diversifica el riesgo al utilizar diversos canales de venta.

# Visión del sector sobre el circuito corto

## Propuestas de mejora

- Disminución de los requisitos legales o adaptarlos a las pequeñas producciones.
- Seguridad en el aspecto jurídico (leyes claras y adaptadas a cada producto).
- Mayor formación de los productores (comercialización, envasado, normativa, etc.).
- Mayor información al consumidor sobre el sistema de venta directa.

# Visión del sector sobre el circuito corto

## Propuestas de mejora

- Puesta en marcha de campañas de promoción de la venta directa.
- Mayor unión de los productores (creación de una asociación de productores de venta directa).
- Fomento de los mercadillos de productores.
- Mayor apoyo de las instituciones a la venta directa.
- Estudiar la aceptación del consumidor de los productos comercializados directamente por el productor.
- Promover la venta en la restauración colectiva (hospitales, colegios, etc.).

# Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) del circuito corto

- Debilidades: factores internos que perjudican o pueden perjudicar.
- Amenazas: factores externos que perjudican o pueden perjudicar.
- Fortalezas: factores internos propios de la comercialización que favorecen o pueden favorecer.
- Oportunidades: factores externos a la comercialización que favorecen o pueden favorecer.

# Diagnóstico Aragón – Debilidades

---

- Pérdida de las explotaciones familiares.
- Sector agrario envejecido.
- Reducido tamaño de las explotaciones.
- Los productores deben tener un conocimiento sobre todos los temas (producción, comercialización, aspectos contables y fiscales).
- Poca formación de comercialización de los productores.

# **Diagnóstico Aragón – Debilidades**

---

- **Dificultad de acceso debido a deficientes comunicaciones.**
- **Falta de concienciación en los consumidores sobre el consumo de productos de la tierra.**
- **No existe una etiqueta que identifique a los productos locales.**
- **Escasa información sobre los circuitos cortos de comercialización.**
- **Pocas ayudas para la promoción del circuito corto.**

# Diagnóstico Aragón – Debilidades

---

- El consumidor no está lo suficientemente informado sobre la existencia de otros lugares de compra de alimentos diferentes a los que utiliza habitualmente (supermercados, tiendas, etc.).
- Las asociaciones de consumidores no están muy extendidas.
- Existen pocos mercados de productores.

# Diagnóstico Aragón – Amenazas

---

- **Baja densidad de población (Huesca y Teruel).**
- **Elevado número de pequeños municipios que corren riesgo de desaparición.**
- **Bastantes municipios en zonas desfavorecidas.**
- **El empleo en la agricultura representa el 6,7% de la población total ocupada mientras que un 10% de los empleados en la agricultura tienen entre 55 y 65 años.**

# Diagnóstico Aragón – Amenazas

---

- El PIB *per capita* en Aragón es superior a la media española y a la de la UE-27 pero ha disminuido en los dos últimos años.
- El valor añadido generado por la agricultura ha descendido a favor del sector servicios.
- En Aragón no existe todavía una ley sobre venta directa.

# Diagnóstico Aragón – Fortalezas

---

- Los productores que venden a través de venta directa o canales cortos de comercialización están convencidas de las bondades de utilizar este tipo de venta.
- La venta directa da al producto un carácter tradicional, local y una vinculación con el productor.
- En Aragón ya existen casos de éxito de venta directa que podrían ser trasladables a otras producciones.
- En otros países o regiones existen también experiencias de venta directa que han dado muy buenos resultados que podrían ser trasladadas a Aragón.

# Diagnóstico Aragón – Oportunidades

---

- Posición geográfica estratégica situándose entre Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao y frontera con Francia.
- Población muy concentrada en la ciudad de Zaragoza.
- Aragón es una región típicamente mediterránea y con un territorio muy variado lo que hace que se produzca una importante variedad de productos agroalimentarios.
- La presencia de las Oficinas Comarcales Agrarias supone un apoyo y asesoramiento de la administración a las explotaciones.

# Diagnóstico Aragón – Oportunidades

- Aumento progresivo de la población de Aragón.
- Paro masculino similar al español y paro femenino y juvenil es sensiblemente inferior.
- En la actualidad se está redactando un decreto sobre venta directa que establecerá las condiciones mínimas sanitarias que los productores deben cumplir para que puedan vender sus productos directamente al consumidor en un entorno de proximidad que establecerá el propio decreto.



**MUCHAS GRACIAS**