



Organización de las Naciones
Unidas para la Alimentación
y la Agricultura



Saberes que
alimentan

Del productor al comprador:

circuitos cortos y mercados
inclusivos que funcionan





¿Qué es la comercialización?



**Transacción
financiera de bienes y
servicios entre actores
de la cadena**





¿Cómo llegan nuestros productos a los clientes?



ÁMBITO DE LA PRODUCCIÓN o de la OFERTA

Productores
agropecuarios



Agroindustrias



MATERIA PRIMA

Propiedad de la
tierra y la fuerza
de trabajo

PRODUCTO FINAL

Propiedad
del bien
industrial

ÁMBITO DE LA COMERCIALIZACIÓN o del MERCADO



Distribuidores comerciales
y minoristas



Consumidores
finales



RELACIÓN CON LA DEMANDA

Propiedad
de la logística de distribución
y/o los puntos y la fuerza de ventas



En la medida que la cadena se acerca a los consumidores y al mercado
aumentan proporcionalmente los ingresos o el valor bruto económico de las ventas



ESQUEMA DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS PERECEDEROS EN COLOMBIA



José Fernando Camero Gómez
Ing. Agrónomo
Consultor FAO
2018

Canal de comercialización

Sistema o medio a través del cual un producto o servicio se mueve desde el productor hasta el consumidor final

- > Flujo de actores
- > Medios de pago
- > Medios de información

- > Canal directo
- > Canal indirecto
- > Alternativas cooperadas de distribución*

Canales de comercialización

**Canal de
comercialización
Indirecto**

Cuando el productor
deja la venta en manos
de intermediarios

- Acopiadores
- Distribuidores
- Mayoristas
- Comercios minoristas
- Grandes superficies
- Pagina web de terceros

Canales de comercialización

**Canal de
comercialización
directo**

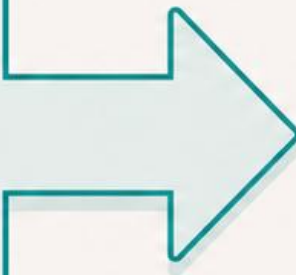
cuando el mismo
productor realiza la
venta directa al
consumidor

- Productor de leche produce leche y la vende en una feria.
 - Tienda propia
 - Ferias
 - Redes sociales propias





Alternativas cooperadas



Cuando el mismo
productor realiza
alianzas con el
comerciante

- Coseche y venda a la fija
 - Franquicias
 - Marcas exclusivas



Canal indirecto largo



producción agropecuaria



distribuidor



mayorista



comercio minorista



consumidor final

Canal indirecto corto



producción agropecuaria



comercio minorista



consumidor final

Canal directo



producción agropecuaria



consumidor final

Longitud del canal:

Número de intermediarios que participan en la distribución. Existen “canales cortos” y “canales largos”.

Circuitos Cortos de Comercialización

- Un mecanismo de **comercio** basado en la venta directa o con la **mínima intermediación posible** de productos frescos o procesados



▶ **Desde lo económico:** baja o nula intermediación



▶ **Desde lo geográfico:** cercanía territorial



▶ **Desde lo social:** confianza y fortalecimiento del capital social

Tipos de CCC



Face to face

- Ocurre cuando un consumidor/a **compra directamente** al productor/a o **procesador/a**.



Productor/a



Consumidor/a



Circuitos de proximidad

- Extiende su alcance más allá de la interacción directa y se fundamenta esencialmente en **relaciones de proximidad**, generando así redes principalmente en la cercanía espacial, por lo que los productos **se venden en la región (o lugar) de producción**, y los consumidores/as son conscientes de la naturaleza "local" del producto.



Productor/a



Punto de venta local



Consumidores/as locales



Circuitos extendidos

- Los productos **se venden a consumidores/as fuera de la región de producción**, estos pueden no tener una experiencia personal con ese territorio.



Productor/a



Transporte



Otras regiones / países



Consumidor/a final

Modalidad de venta de CCC



Venta en centro de producción

- El productor (a), o cualquier integrante de la familia **vende el producto en finca** o en el **lugar de agregación valor o procesamiento** cuando aplica.



Venta directa en ferias locales

- Son mercados realizados en **centros poblados o ciudades cercanas**, donde la AF, normalmente asociada, consolidan su oferta y la llevan para **venderla de manera directa**. Estas ferias pueden ser temporales o permanentes.



Venta en tienda

- Refiere cuando se vende el producto (**en fresco o transformado**) en un **punto de venta**, la cual puede ser propio o especializada (restaurantes, supermercados, detallistas, entre otros), esta última actuando como intermediario.



Basado en: (CEPAL, FAO, & IICA, 2014)





Venta por comercio electrónico

- Se realiza por medio de **internet**, sea por plataforma electrónica propia, redes sociales o plataforma especializada. Este medio **facilita la interlocución** entre productor (a) y el consumidor. Involucra el reparto a domicilio o por correspondencia.



Consumo directo en el centro de producción

- Se utilizan los productos propios de la finca, pero se presta un **servicio de agroturismo**, con componentes gastronómicos, ambientales y productivos. Lo que se vende es **una experiencia**.



Venta directa a las compras públicas

- Ocurre cuando la agricultura familiar local le vende sus productos a la **demanda pública de alimentos** para los programas locales de servicios de alimentación.



Venta al mercado fuera de la región

- Es la modalidad de venta referida en los **circuitos extendidos**.





Impactos de los CCC





Mantener contacto permanente con el cliente



Caracterizar el producto



Siempre deberá haber un gana – gana



Tener en cuenta las necesidades del consumidor



Hablar con los vecinos, demás productores, amigos.



Planificar a largo plazo



Mejorar la presentación del producto



Nada de timidez al momento de vender



Caracteriza los clientes



Saberes que
alimentan

Gracias

por su participación

Isaac Bernal Chávez

Rousseau.BernalChavez@fao.org



Circuitos cortos: una ruta para conectar mejor producción, mercados y territorios

Los mercados inclusivos funcionan cuando hay oferta organizada, reglas claras y relaciones de confianza entre quienes producen, compran y consumen.



1. Organizar la oferta

Saber qué se produce, cuánto, cuándo y con qué calidad.



2. Acordar reglas claras

Definir precio, entrega, pago, presentación y responsabilidades.



3. Conectar actores

Acercar productores/as con compradores, plazas, restaurantes, instituciones y consumidores.



En el SARA y en los sistemas agroalimentarios territoriales, **los circuitos cortos pueden mejorar la conexión entre territorios productores y demanda urbana y regional.**



Más eficiencia



Más sostenibilidad



Más inclusión



Curso gratuito de FAO Campus

Circuitos cortos de comercialización en la agricultura familiar

Aprende cómo acercar productores/as, compradores y consumidores mediante canales de comercialización más directos, justos e inclusivos.



¿Qué ofrece el curso?



Modalidad: 100% virtual, autoaprendizaje



Duración: 40 horas aproximadas



Costo: gratuito



Certificado: disponible al aprobar la evaluación final



Dirigido a: productores/as, organizaciones rurales, funcionarios/as, extensionistas, academia, estudiantes y actores del sistema agroalimentario



¿Qué aprenderás?



Comprender qué son los circuitos cortos y por qué aportan a los mercados inclusivos.



Identificar modalidades de venta directa como ferias, canastas, compras públicas y acuerdos locales.



Reconocer herramientas de gestión, logística y organización comercial.



Analizar condiciones para construir relaciones más claras entre productores/as y compradores.



Escanea el QR e
inscríbete

Profundiza tus conocimientos en este
curso gratuito de FAO Campus

FAO Campus



ACADEMIA de aprendizaje
electrónico de la FAO
para América Latina y el Caribe

<https://capacitacion.fao.org/>



Curso gratuito de FAO Campus

Circuitos cortos de comercialización en la agricultura familiar

Aprende cómo acercar productores/as, compradores y consumidores mediante canales de comercialización más directos, justos e inclusivos.



Escanea el QR
e inscríbete



Les esperamos el
martes 28 de julio
en el 3er webinar de
la serie



Organización de las Naciones
Unidas para la Alimentación
y la Agricultura

**Saberes que
alimentan**

formación para productores y
actores agroalimentarios

Webinar 3

**Innovar con
sentido:
soluciones
prácticas para
producir, vender
y decidir mejor**

Innovaciones prácticas para
fortalecer la agricultura familiar
y los sistemas agroalimentarios



Martes 28 de julio



8:30 a 9:30 a. m.



Modalidad virtual



Acceso gratuito



Escanea el QR
e inscríbete





Organización de las Naciones
Unidas para la Alimentación
y la Agricultura

Gracias por sumarse a



**Saberes que
alimentan**

**Formación para productores/as
y actores agroalimentarios**

