



3.2.3. A comercialización dos produtos

Unha das primeiras preguntas que se debe facer un NE é a forma de comercialización do seu produto: Como e onde vou vender a miña produción?. Aínda parecendo unha pregunta obvia, é frecuente que a persoa que se incorpora non teña reflexionado en profundidade sobre ela.

O modelo óptimo de produción implica tentar colocar un produto no mercado antes de produci-lo e así poder adaptalo plenamente ás demandas do cliente.

Como regra xeral, recoméndase basear o deseño en estudos de mercado de calidade, completar as fontes de información cuantitativa con outras cualitativas e partir da base de que é o produto o que se ten que adaptar aos hábitos de consumo e non ao contrario.

Á hora de trasladar a produción ao mercado, débese contemplar as posibles vías de comercialización máis axeitadas ás características dos modelos produtivos máis frecuentes en persoas NE.

Dende a entidade de apoio, se ben non sempre vai ter experiencia no apartado de comercialización, é factible animar á persoa NE nesta reflexión, mesmo introducíndolle distintas opcións existentes como as que se citan a continuación. En todo caso, coñecer que canles e estratexias de comercialización están a seguir produtores do territorio e do mesmo sector, xa é un punto de partida fundamental dado que as novas persoas produtoras poden intentar buscar fórmulas de cooperación a ese nivel.

3.2.3.1. Canles curtas de comercialización (CCC)

Non hai unha definición clara do que supón unha CCC. O regulamento do Fondo Europeo Agrícola de Desenvolvemento Rural (FEADER), defínese como “unha cadea de subministro formada por un número limitado de axentes económicos, comprometidos coa cooperación, o desenvolvemento económico local e as relacións socioeconómicas entre produtores e consumidores nun ámbito de proximidade.”

Basicamente, o que se busca é xerar unha canle que minimize os axentes da cadea dende a produción ata o consumidor final.

3.2.3.1.1. Venda directa en mercados

A venda directa en mercados presenta varias vantaxes, como a distribución gradual da mercadoría e o control total sobre o prezo de venda. Aínda que é unha opción moi apreciada polos produtores, é importante considerar certos aspectos: A necesidade de contar con persoal de axuda para a carga e a descarga, así como a montaxe do posto, de ser fóra dunha instalación.

- » Os custes de desprazamento ata o lugar de celebración do mercado.
- » Os permisos municipais, se fosen precisos, ou a obtención da praza no caso de ser limitadas.
- » As perdas por transporte dos produtos non vendidos.
- » Necesidade dun vehículo adecuado para o transporte dos produtos.

3.2.3.1.2. Venda directa na propia explotación

Aínda que esta práctica non é moi común na nosa rexión, en outras partes de Europa é habitual que os consumidores se despracen



para adquirir alimentos frescos e de tempada directamente nas explotacións, especialmente froitas e hortalizas. Este modelo está limitado pola distancia aos núcleos de consumo.

- » Require de accións publicitarias específicas.
- » Require dunha boa organización do traballo.

3.2.3.1.3. Envíos a domicilio

Esta fórmula comeza a ser unha opción cada vez máis habitual, sobre todo despois da pandemia. Os hábitos do consumidor están a mudar e son moitos os que escollen a opción de mercar determinados produtos directamente ao produtor.

Aínda así, esta fórmula non é a máis sinxela de implantar e débense contemplar varios requisitos:

- » A necesidade de contar cunha páxina web que soporte un Marketplace, ou calquera outra ferramenta que facilite a oferta de produtos.
- » Un sistema de pago que permita o cobro e un sistema de facturación adaptado.
- » Unha loxística propia de reparto ou unha empresa que se adapte ás necesidades de reparto porta a porta.
- » Un volume suficiente como para xerar unha venda constante na tempada.

3.2.3.1.4. Venda directa en tendas de proximidade ou especializadas

Pode ser a través dunha tenda propia ou como provedores dunha ou varias tendas da contorna.

Sexa a un único despacho, ou a varios, debemos contar con:

- » Un sistema de reparto.
- » Negociar as marxes polo total da mercadoría, sen tanta marxe como a venda nos mercados, pero aforrando os custos de desprazamento e de persoal.

3.2.3.1.5. Venda a través dun grupo ou cooperativa de consumo

Este modelo supón a venda a un grupo de consumidores semipermanentes aos que vender de xeito regular unha cantidade fixa de produto. É unha opción cómoda para a planificación financeira, produtiva e de reparto, pero obriga igualmente a asumir os custos de desprazamento e persoal para a manipulación da mercadoría, así como unha facturación máis complexa.

3.2.3.1.6. Venda directa a un restaurante ou comedor de colectividadeas.

Unha das opcións que podemos explorar é a de ser provedores directos dun restaurante ou comedor de colectividadeas.

Neste caso, debemos contar con ter un volume e unha tipoloxía de produtos axeitado ás demandas de cada cliente, así como dispoñer dun medio de transporte que poida afrontar o desprazamento regular. O prezo soe ser negociado, en moitos casos, para unha tempada enteira e o sistema de facturación debe adaptarse ás necesidades da empresa ou institución.

É preciso ter en conta que se traballamos con algún establecemento pertencente a un grupo de empresas, é probable que teñamos que darnos de alta como provedor nunha base de datos e adaptarnos ao xeito de facturación e pago deste tipo de empresas.



3.2.3.2. Distribución a través de intermediarios

En xeral, optar por modelos de distribución a través de intermediarios pode simplificar a xestión lóxística.

Cando se traballa como provedores deste tipo de canles, cómpre ter en conta que na maioría dos casos, débese escalar a produción e estandarizar o produto.

Estas canles caracterízanse pola falta de conexión directa entre o produtor e o consumidor e polo xeral o reparto de valor entre os elos da cadea está moi concentrado nos elos intermedios.

3.2.3.2.1. Provedores dunha empresa distribuidora ou gran superficie

É fundamental avaliar a capacidade para proporcionar un volume adecuado de produto.. Por exemplo, se se desexa colaborar cunha cadea de supermercados, non se debe fornecer a un único establecemento, senón a toda a cadea ou a unha parte significativa dela. Neste caso, o produto debe estar estandarizado en termos de gramaxe e ser completamente libre de defectos. Este tipo de adecuación do produto supón asumir unhas perdas que dependo da especie poden chegar ate o 15% ou o 20% da plantación. Por iso haberá que ter en conta esta perda no calculo dos custos. De igual xeito teremos menos marxe á hora de negociar o prezo final da venda.

Se optamos por este modelo, é recomendable prever unha segunda vía de comercialización para descartes ou excedentes.

3.2.3.2.2. Provedores dunha empresa transformadora

Os requisitos son similares aos do modelo anterior, pero con algúns matices adicionais. Se se fornece a unha empresa transformadora que conta con selos de calidade ou certificacións específicas, o produto debe adaptarse aos estándares establecidos por esa empresa. Isto pode implicar unha adaptación adicional no produto para cumprir cos requisitos de calidade ou certificacións solicitadas.

3.2.4. Localizar o proxecto. Analizar o contexto do territorio e os servizos dispoñibles

A dispoñibilidade de superficie para comezar o proxecto produtivo é o primeiro e máis importante condicionante co que se ten que enfrontar a persoa NE.

Os posibles escenarios naqueles casos en que as persoas NE teñan que buscar terra para desenvolver o seu proxecto produtivo, descríbense de maneira exhaustiva na **Guía de apoio no acceso á terra dos novos entrantes no sector agrario** elaborada polo Grupo Operativo TERRACTIVA e que completa a información desta guía xeral.

Chegados a este apartado da guía no que a persoa NE xa fixo a reflexión inicial de que é o que quere producir e como, xa ten emprazamento posible para o proxecto (ben porque xa dispoñía del ou por que accedeu a el por diferentes medios) e conta coa formación e información necesaria a nivel produtivo, é necesario ter en conta outros aspectos moi ligados ao territorio onde se vai establecer o proxecto, entre eles, o acceso á vivenda e servizos vinculados, a integración na comunidade e o acceso aos chamados servizos básicos.