

Digitalización de Circuitos Cortos de Comercialización en frutas y hortalizas



Agroboca ha impulsado la creación de un Grupo Operativo (GO) supra autonómico de innovación bajo el Programa Nacional de Desarrollo Rural para reforzar el canal corto online como una manera de mejorar la calidad de frutas y hortalizas y conseguir una mejor renta agraria en origen.

El objetivo general de este GO se centra en la mejora de la competitividad de los productores primarios integrándolos mejor en la cadena agroalimentaria a través del fomento de los circuitos de distribución cortos. En este sentido, Agroboca ofrece ya actualmente a través de su plataforma agroboca.com tiendas gratuitas online a productores de frutas y hortalizas para vender directamente a sus clientes. La mayoría de usuarios usan la plataforma para vender o adquirir frutas y hortalizas de producción ecológica, como canal complementario al tradicional.

Las actividades del grupo han ido encaminadas al estudio de necesidades para fomentar y reforzar el canal corto de distribución online de acceso gratuito y abierto a todos los productores de frutas y hortalizas, tomando el modelo de agroboca.com como punto de partida.

El GO supra autonómico lo integran dos productores ecológicos, Frutos Los Pisaos (Granada) y Cooperativa Agra (Murcia); un centro de investigación agroalimentaria, CREDA (Barcelona); y Agroboca (Barcelona) como plataforma digital para transacciones de circuito corto.

Canal corto online: Invertir el ahorro de intermediación en calidad

Se busca construir un modelo independiente de distribución con un ahorro de intermediación para que éste pueda ser invertido en los dos extremos más sensibles de la cadena: mayor renta agraria en origen y mejor calidad objetiva en los hogares.

Como en el mercado actual no es creíble producir calidad si no es rentable, planteamos un canal corto online en forma de marketplace universal y de acceso gratuito donde se puedan encontrar productores y sus clientes para dinamizar la venta directa. Entendemos que la única forma de cuidar nuestra dieta es cuidar de quiénes la producen, creando un modelo que colabore en la comercialización de sus explotaciones.

Nuevo escenario digital para el canal corto online

Los miembros del grupo se proponen en este canal complementario unos valores y filosofía de trabajo que permita construir unas relaciones comerciales respetuosas y sostenibles, donde las claves del trabajo se basarán en el fomento de la calidad, en el valor transparente y compartido entre todos los actores, donde todas las transacciones son posibles y se reduce el valor de la intermediación (excepto en casos justificados) y donde se promueve la digitalización y el acceso gratuito a la información. La logística integrada también se incluye en el proceso de compra para pequeños volúmenes, simplificando la gestión del vendedor.

Definición de actores , roles e infraestructuras

Los actores principales serán: productor, concentrador, horeca / minoristas, grupos de consumo y consumidores. En el nuevo canal los productores también comercializan y por tanto, los mayoristas tradicionales tienen menor presencia. Por ello, debe apoyarse la figura de un “concentrador” que además de comprar y vender ofrece un servicio de “venta inversa” para proveer a los productores de aquellos productos que no son de producción propia.

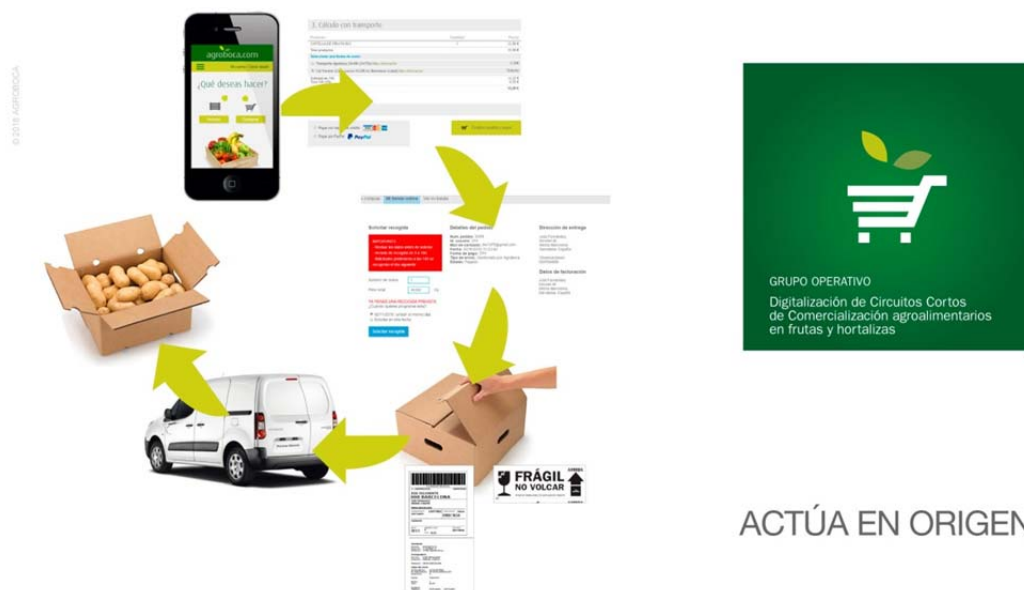
El concentrador deberá dotarse de las infraestructuras necesarias para el manipulado, control de calidad, conservación, envasado y entrega. La figura del concentrador tangibilizará la cooperación horizontal y permitirá a los productores comercializar una gama de productos más extensa.

Estructura de precios por tramos y de intercambio

Una demanda compartida por la mayoría de los productores es conseguir precios libres y fijados con simetría, sin la interferencia de los precios marcados por la gran distribución. En el modelo en estudio se propone, como en el mercado industrial, un precio de tarifa venta al público y descuentos según posición en la cadena

Se elige este sistema porque ofrece orientación y transparencia, es el más fácil de obtener en el mercado y porque la recopilación de sus datos podría automatizarse con herramientas TIC.

TIC. Identificación de nuevas herramientas online para la inclusión de los tramos de: producción (cosechas), venta al mayor y minorista, y grupos de consumo



Para invitar a todos los productores y actores, es necesario atender la comercialización de cosechas, potenciar la venta al mayor y minorista y dar cabida a los Grupos de Consumo. Para ello, el grupo propone crear una nueva sección y dos nuevos tipos de tiendas, adicionales a los ya existentes en la plataforma para los nuevos perfiles de usuarios y transacciones.

- Anuncios de ofertas para producción. Nueva sección para venta de cosechas (sin envasar)
- Tiendas Premium con prestaciones extras para la venta al mayor o minorista, pensada para productores con fuerte perfil comercial
- Nuevas Tiendas gratuitas para Grupos de Consumo, con funcionalidades específicas para organización y funcionamiento del grupo y páginas de temática eco-social

La Plataforma no sólo va a servir de instrumento facilitador de intercambios sino que pretende ser fuente de información relevante no solamente para sus usuarios sino potencialmente también para instituciones públicas. La plataforma sería en este sentido una de las pocas fuentes de información existentes sobre circuitos cortos de comercialización en frutas y hortalizas, ecológicas y convencionales.

En esta labor intervendrán específicamente el Centro de Investigación en Economía y Desarrollo Agroalimentario (CREDA) para el diseño de la información y su elaboración, y Agroboca como fuente de datos de operativa diaria. Para ello, se planea crear nuevas bases de datos que guardarán el registro estadístico conectadas a soluciones de business Intelligence y automatización procesos, para realizar el tratamiento y elaboración de la información.

Entre los resultados esperados en la medida que se alcanzara un volumen de transacciones significativo se encuentran: resumen de actividad diaria con datos por producto (convencional/ecológico) y tipo de usuario (productor, mayorista, consumidor); Información de precios semanal. Precios medios, máximos, mínimos, por tipo de agricultura y distribución geográfica; informes anuales de oferta y demanda.

Divulgación a potenciales nuevos usuarios y productores

Con la difusión del proyecto, el GO desea divulgar los beneficios de la digitalización de un Canal Corto de distribución, conseguir más usuarios vendedores y compradores que hagan más competitivo la plataforma actual agroboca.com e invitar a aquellos actores interesados en ocupar las nuevas figuras y oportunidades que ofrecerá el proyecto en su fase de ejecución.

NOTA de maqueta y contenido

El GO está pendiente de ser propuesto para subvención cofinanciada por la UE y el MAPA. Estamos obligados publicar al final de los contenidos de divulgación los logos UE- FEADER, MAPA y PNDR acompañados de los textos que figuran al pie.



“Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural: Europa invierte en las zonas rurales”
Inversión. Total: 58.815€. Cofinanciación UE: 80%

Próximas charlas divulgativas programadas

Durante el mes de septiembre el GO tiene previstas charlas divulgativas a productores y consumidores.

- Sábado 29 septiembre en Expofruit. Lérida.
 - Domingo 30 septiembre en BioCultura. Bilbao.
-

Urls

[Landing Digitalización Circuitos Cortos ...](#)

[Video proyecto Agroboca](#)

[Video Cómo funcionan las actuales tiendas gratuitas para productores](#)

[Twitter](#)

[Facebook](#)