

# Venta directa

## Del campo a su casa

Adquirir un producto cercano, sin intermediarios y sobre el que tenemos un mayor conocimiento nos resulta cada vez más atractivo.

**DISTINTOS  
CANALES,  
MISMA  
FILOSOFÍA**

Para nuestro estudio pasamos revista a distintas modalidades de venta en canal corto. Además hemos hablado con personas implicadas en él: organizadores de mercados virtuales o físicos, agricultores que venden directamente en espacios cooperativos, en su propia casa o en tiendas que han abierto ellos mismos y también productores de algunos sectores, como el de los quesos y productos de origen animal, que tienen dificultades para abrirse camino debido a una reglamentación muy restrictiva.

**A**

medida que tomamos conciencia de nuestra responsabilidad como consumidores nos interesa más conocer el relato que

hay detrás de cada producto: la historia de la gente que lo produce, su relación con la tierra o las condiciones de cultivo. Y nadie puede ofrecer eso mejor que el productor que vende su producto en un mercado cerca de casa o en su propia finca. Hablamos, no obstante, de un modo de comercialización todavía incipiente en España y con muchos retos por delante.

### Que no le lien

Lo primero que hay que aclarar es que la definición de venta directa no es unívoca. Nosotros nos hemos ceñido a sistemas en los que hay, como máximo, un intermediario. Además, cuenta también la cercanía. Por ejemplo, si una plantación vende sus naranjas directamente a un supermercado nacional, aunque técnicamente no haya más que un paso entre el campo y nosotros, no representa bien el espíritu del canal corto. De hecho, algunas cadenas han aprovechado el interés por los productos locales para disponer espacios específicos, pero sigue siendo una venta con intermediarios más o menos tradicional.





**José**  
Productor de miel  
que vende  
directamente con la  
etiqueta "La abeja  
viajera"

José destaca la posibilidad que para pequeños productores como él significa vender su mercancía en la cámara agraria, pues dan una salida comercial a su producción que de otro modo no tendrían y atraen clientela que luego acudirá directamente a la explotación o tiendas de cercanía.



**Eduardo**  
Responsable de  
Hermeneus,  
mercado virtual de  
productores

Eduardo considera que es importante que pueda diferenciarse la venta directa auténtica de la que lo parece, pero es en realidad a través de intermediarios. El consumidor debe saber con claridad el tipo de espacio en el que está comprando.



**Victor**  
Miembro de una  
cooperativa de  
consumo de  
productos  
ecológicos

Para Victor las motivaciones principales son generar riqueza local al comprar a productores menos sometidos a intermediarios y de los que se tiene garantía que cultivan de forma justa y sostenible productos estrictamente de temporada. La calidad termina de compensar el precio algo más caro y el esfuerzo organizativo.



**Alberto**  
Organizador de un  
grupo de consumo  
en Madrid

Alberto remarca las dificultades que aún hay para formar un grupo de consumo, tanto a la hora de contactar con suficientes productores para tener una cesta amplia, como para discernir cuáles trabajan con criterios sociales y ambientales.

## Mercados de productores

**Ayuntamientos y otras instituciones públicas o privadas organizan estos mercados donde los propios productores ponen a la venta sus productos. A veces comparten el mercado con vendedores no productores.**

Para el comprador son muy cómodos. Sin embargo, para los productores implican un coste de montaje y alquiler de los puestos, personal para atenderlos y el transporte de las mercancías, lo que encarece el precio final de venta. A menudo solo se montan una vez al mes.

**Direcciones de interés:** Cámara Agraria Madrid; Mercado agroecológico, Zaragoza; M. de origen, Jaén y A. de Henares; [Mercadoproductores.es](http://Mercadoproductores.es)



## La venta directa exige al productor que explique más y mejor lo que hace

Otro equívoco es asimilar venta directa a cultivo ecológico. Es comprensible, pues muchos consumidores buscan también producción ecológica y ambas condiciones coinciden con frecuencia. Pero un producto local en venta directa puede provenir de un cultivo convencional, del mismo modo que uno ecológico puede venir de lejos y ser puesto en el mercado por una comercializadora. En resumidas cuentas, no siempre es fácil distinguir el auténtico canal corto y a menudo tenemos que pedir información exacta sobre el origen de lo ofertado para discernirlo bien.

### Ganamos en confianza y apoyamos la economía local

En cualquier caso, son muchos los argumentos a favor de las distintas modalidades de venta directa. El apoyo a la economía local que tiene repercusiones positivas en nuestro entorno, da empleo a gente de la zona, provoca sinergias con otros comercios y crea un tejido comunitario más vital y fuerte. También se reduce el impacto medioambiental en transporte, la trazabilidad hace que los consumidores sientan mayor confianza hacia lo que comen.

Además, según varios estudios, el consumidor al implicarse más en la selección de sus alimentos, mejora sus hábitos nutricionales. Incluso es posible que sienta una mejora en el sabor, ya que suele tratarse de productos estacionales, más frescos.

### ¿Más caro que en el súper?

Con todo, debemos comprender que eliminar intermediarios no se traduce automáticamente en una ventaja económica. Los intermediarios se encargan de la comercialización y del transporte, asumen el riesgo del almacenamiento y agrupan ofertas muy distintas. Si desaparecen, son los productores quienes asumen esos costes en tiempo y dinero. Algo para lo que no todos están preparados. De ahí que el consumidor que tenga como principal motivación el ahorro puede quedar

## Venta directa en la explotación

**Supone la comercialización en el mismo lugar de producción, al que los consumidores deben desplazarse, si bien puede acordarse un método alternativo de venta a distancia.**

Aún poco extendida en España, esta fórmula permite un contacto directo con el productor y un buen conocimiento de su forma de trabajar, así como comprender mejor los retos y costes de producir alimentos. Obviamente, solo es práctico cuando la granja o la explotación está cerca de casa.

**Direcciones de interés:** [Laabejaviaviajera.com](http://Laabejaviaviajera.com), [Elcantodelhuerto.wordpress.com](http://Elcantodelhuerto.wordpress.com) (Galapagar), [Alimentolabrego.es](http://Alimentolabrego.es)



## Tiendas de venta directa de varios productores/cooperativas

**Fruto de la asociación de varios productores o de cooperativas para vender conjuntamente sus productos. A veces organizado por un vendedor que hace de intermediario.**

La existencia de una tienda permanente no obliga a planificar la visita en un determinado día y no nos exige un volumen mínimo de compra para que nos salga a cuenta. Además, que las haya en algunos grandes núcleos de población hace más factible que tengamos una más cerca. Eso sí, es posible que no se ofrezca una gran variedad de productos.

**Direcciones de interés:** [Coopecambrils.com](http://Coopecambrils.com); [Tiendafruta.com](http://Tiendafruta.com); [Picotasjerte.es](http://Picotasjerte.es); [Covap.es](http://Covap.es).



## REPARTO DEL PRECIO. SECTOR CÍTRICO. CONFIGURACIÓN TRADICIONAL



Fuente: Magrama

decepcionado, pues los precios en venta directa no son por lo común más baratos, ni la granja consigue siempre un mayor beneficio. Y tampoco ayuda la falta de apoyo institucional.

También debemos ser conscientes de que con la venta directa quedamos más sujetos a la estacionalidad. Y que es precisa una mayor planificación y compromiso. O que no siempre podemos ajustar las cantidades como en un súper. De hecho, es casi imposible abastecerse así de todo lo que necesitamos, aunque siempre puede completarse la compra en un comercio tradicional. Aún así, creemos que la venta directa merece la pena: por frescura, por sabor, por ecología... Y, sobre todo, porque nos permite conocer mejor el origen de los que comemos. De usted depende.

## Grupos de consumo



**Son consumidores que se asocian para comprar directamente a los productores y organizar el reparto. Al hacer pedidos periódicos de cierto volumen reducen los costes.**

Consiguen precios más competitivos aunque por lo común sin llegar a los de mayoristas. Eso sí, al tener un contacto muy estrecho con el productor, pueden resolver mejor los problemas y dudas que surjan. Requieren organización, un alto nivel de compromiso y que haya uno en nuestra zona.

**Direcciones de interés:** Arco-COAG pone en contacto a productores con grupos de consumidores; Yocomprosa.es; Grupo grupo.net.

## Plataformas on line



**Una fórmula resolutive y cómoda para el consumidor. Son páginas web informativas sobre productores que a menudo permiten hacerles una compra online sin intermediarios.**

En estas plataformas tenemos acceso a gran variedad de productos accesibles en cualquier momento gracias a la red. Sin embargo, los costes de transporte hasta nuestro domicilio suelen encarecer los envíos, y en muchos casos, desaparece el componente de cercanía y producto local que muchos consumidores exigen en este tipo de transacciones.

**Direcciones de interés:** Hermeneus.es; Mumumio.com; Verdeo.org



Consulte nuestro listado, actualizado, de direcciones útiles de Venta Directa.

[www.ocu.org/venta-directa-alimentos](http://www.ocu.org/venta-directa-alimentos)

... y ayúdenos a completarlo enviándonos sus sugerencias a:

[saludyalimentacion@ocu.org](mailto:saludyalimentacion@ocu.org)