

SIN INTERMEDIARIOS: LA VENTA DIRECTA COGE FUERZA EN EL AGRO

Los bajos precios empujan cada día a más agricultores y ganaderos a prescindir de los intermediarios para llevar sus productos a los consumidores

ENRIQUE PALOMO

Eliminar a los intermediarios es la razón principal para buscar nuevas fórmulas de comercialización, pero no la única. También tiene mucho peso que estas plataformas permiten adaptar la producción a la demanda del mercado, tener un contacto con quien es el receptor y *feedback* -valoración de su producto- y una seguridad en el pago.

Uno de estos ejemplos es *Naranjasyfrutas.com*, un proyecto nacido en 2012 que cuenta ya con más de 2.200 productores anunciados y más de 300.000 toneladas de fruta disponibles. El objetivo de esta plataforma es facilitar la localización de las cosechas de los productores de frutas y hortalizas a todos los comercios mayoristas, tanto nacionales como internacionales. La iniciativa surgió de la casualidad. "Mi padre es agricultor un día vino a casa y nos comentó que había vendido su cosecha de naranjas a un mejor precio porque había coincidido casualmente con un mayorista. Esto me hizo reflexionar sobre la posibilidad de conseguir mejores precios dando visibilidad a los productores y conectándoles con los compradores directamente", comenta Juanjo José Bas Fayos, gerente de este portal.

La diferencia fundamental es que con la venta directa por internet el agricultor recibe la mayor parte de lo que paga el consumidor. "El productor la vende al mismo precio, no más cara, pero es él quien se queda la mayor parte del beneficio", explica Bas. La plataforma es gratuita tanto para los productores que anuncian sus cosechas como para los comercios mayoristas de fruta que los localizan y en su creación ha colaborado AVA-Asaja.

Los principales comercios internacionales que utilizan *naranjasyfrutas.com* provienen del mercado europeo pero también se ha presentado este proyecto a Emiratos Arabes o China. La plataforma está disponible en español, inglés y francés.

Una ventaja de la venta directa es que ofrecen mayor seguridad de cobro y un menor número de impagados. "El agricultor tiene menos riesgos porque el dinero pasa por menos





Juan Pascual (izq.), de Viña Enebro, en una muestra de sus vinos ecológicos en Alemania. EE

manos. Desgraciadamente muchas explotaciones abandonaron a pesar de ser rentables cuando la cosecha valía dinero porque frecuentemente se producían impagos de los intermediarios. Con esta fórmula se reduce el riesgo y también los plazos de pago”, explica Bas. La última novedad de este portal es un nuevo sistema de alertas para que los mayoristas reciban al instante la información de las cosechas en las que están interesados en el momento que los productores las anuncien.

Productos de calidad elaborados por mujeres

Otro proyecto de venta directa por internet es *Cashrural* una plataforma impulsada por la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (Fademur), de UPA, que surgió por “la necesidad de productoras agroalimentarias, cooperativas y artesanas de llegar con sus productos más allá de sus territorios”, comenta Teresa López presidenta de Fademur. Formada solo por mujeres, comercializa producciones pequeñas pero de alta calidad.

Desde *Cashrural* se encargan de recibir y gestionar unos pedidos, tanto

2.200

Son los productores que venden de forma directa a mayoristas a través de la web ‘Naranjasyfrutas.com’



Quesos Santiago Madera utiliza ‘Cashrural’, formada sólo por mujeres. EE

para particulares, como para grupos de consumo como asociaciones de padres y madres, oficinas u otros colectivos, lo que abarata costes de logística. “Nuestro ámbito de actuación es España aunque si hemos atendido alguna petición que nos han realizado desde fuera”, aclara López.

Un ejemplo de cómo utilizan esta plataforma para vender es la quesería artesana extremeña Quesos Santiago Madera. Desde Santa Marta de los Barros (Badajoz), Alba María y Ana Isabel Santiago venden los quesos que producen las 400 cabras murciano-granadinas de su padre Juan Gabriel Santiago. “Como no nos pagaban bien la leche, el primer paso fue montar la quesería porque fue así como empezaron a valorar nuestro producto. Más tarde, llegaría el segundo paso, la venta por internet “a través de *Cashrural* para poder llegar a toda España con un producto artesano que es más difícil de colocar en los canales tradicionales”, explica Alba María Santiago.

Por medio de esta plataforma les llegan pedidos principalmente de Barcelona, Bilbao, Madrid, Sevilla, o Galicia, clientes que valoran lo artesano y un producto “como los de antes, con un sabor que ya no encuentran en ningún sitio y que les trae recuerdos de su niñez” comenta esta emprendedora de Badajoz.

Luraki, una ‘app’ para productos del entorno Luraki nació de la pasión por viajar y poder comprar en cada rincón que visitas productos locales. Sus creadores Iñigo Busto y Javier Sánchez definen a esta aplicación más que como una tienda *online* como “una herramienta para poder comprar a distancia como si lo hicieras en persona”, aclara Busto.

Agricultores y ganaderos, sobretodo pequeños productores, “pasan mucho tiempo cultivando con cariño sus productos y les gusta saber qué pasa con ellos, si gustan o no gustan y cómo pueden mejorarlos”. Esta iniciativa funciona con un sistema de geolocalización permite al usuario de la aplicación encontrar en un mapa el producto que le interesa y conocer dónde se elabora. Actualmente hay disponibles más de 1.000 productos y 3.600 consumidores registrados. “Muchos restaurantes de vanguardia tiene pequeños proveedores del entorno que les suministran sus mejores productos, con esta aplicación, cualquier familia o restaurante, puede acceder a

La venta directa permite adaptar la producción y asegurarse y anticipar los cobros

esos productos que muchas veces no encontramos y que ahora la tecnología pone a nuestro alcance”, explica Busto.

Aunque no proviene de familia de agricultores, a Juan Pascual, productor de vino ecológico en Cehegín (Murcia) siempre le gustó esta profesión. Sus padres no tenían tierras, pero la familia de su mujer sí, de la que aprendió una lección rápido. “Siempre hay que completar el ciclo, si sólo te dedicas a producir, otros se llevarán la ganancia”.

Como tantos otros agricultores, el bajo precio que le pagaban por su producto le animó a crear su propia empresa. Una bodega ecológica, Viña Enebro, que produce entre 14.000 y 16.000 botellas según venga climatológicamente el año. “Comencé en mercados de proximidad y el paso a vender por internet fue natural porque es una herramienta que te permite que te conozca todo el mundo”, explica Pascual.

Sus vinos se venden ahora EE.UU, Francia, Dinamarca, Reino Unido y Canadá. El 80 por ciento de lo que produce lo destina a la exportación.

Luraki persigue que el consumidor compre a distancia como si lo hiciese en persona. EE

