



# Estratègies de venda de proximitat i distribució Claus per la sobirania alimentària

JORNADA PATT. SETMANA BIO 2023



Eines per la Dinamització  
Local Agroecològica  
**arran de terra**

# Objectius de la jornada

## PLA DE LA SESSIÓ

- **Comercialització alimentària. Algunes dades clau.** Ana Correro. Arran de Terra.
- **Estratègies de comercialització. Com establir un full de ruta pel meu projecte?** Ana Correro. Arran de Terra.
- Torn de preguntes
- **Distribució agroecològica. Propostes estratègiques a través de nodes.** Benjamí Aguilar. Som Ecològica.
- Torn de preguntes
- **Exemples d'experiències de comercialització i distribució agroecològiques**



# 01

## Comercialització alimentària

ALGUNES DADES PER SITUAR-NOS

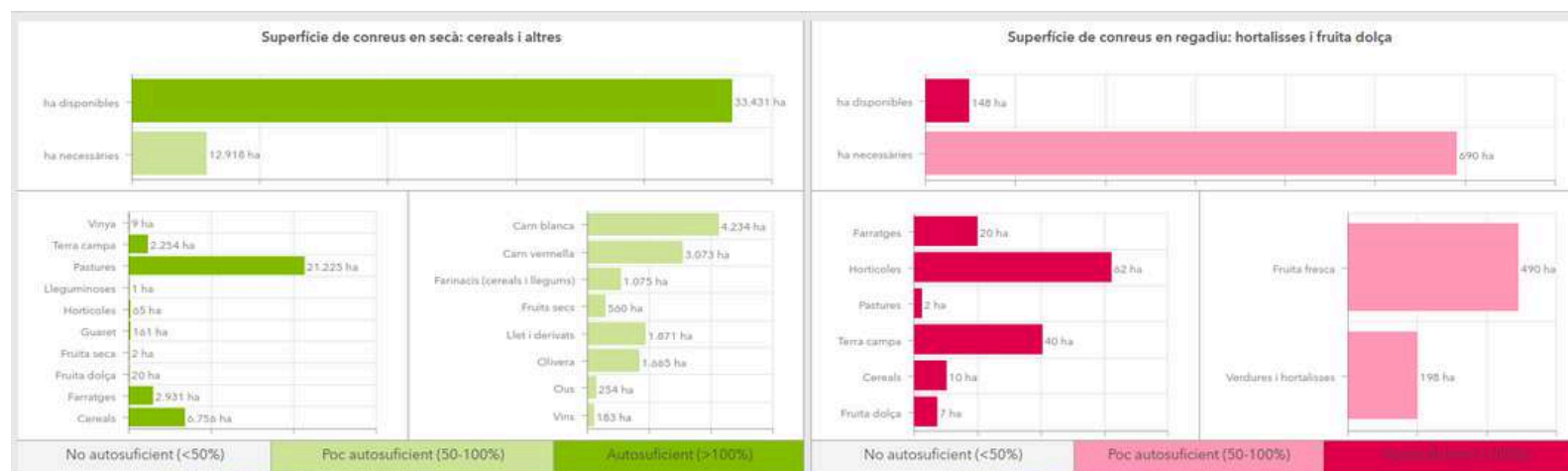
# Autosuficiència alimentària

BERGUEDÀ

246%

Al Berguedà es perden cada any 110,12 ha de conreus. La majoria dels conreus de 1956 s'han convertit en boscos densos d'aciculifolis.

Hi ha una població de 40.039 persones, i es podria alimentar 98.147 persones. Tot i així, s'ha de distingir tipologia de conreus.



BARCELONA (PROVÍNCIA)

10%

A la demarcació de Barcelona es disposa d'un total de 203.779 hectàrees de superfície agrícola; concretament, 189.127 ha de secà i 14.652 ha de regadiu.

Amb aquestes hectàrees es poden alimentar al voltant de 600.000 persones, una xifra que representa el 10% dels habitants de la demarcació.

CATALUNYA

44%

# Logística i distribució



## PORT BCN

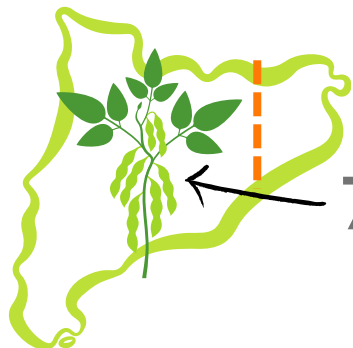
El Port de Barcelona és un dels principals centres logístics a Europa.

Els productes agroalimentaris representen el 20% del tràfic portuari.

### SOJA: PRINCIPAL PRODUCTE IMPORTAT

Només dues companyies importen pràcticament el 100% de la soja que arriba al port

Per cultivar la soja que s'importa anualment a través del port caldria:



1.250.000 HA DE TERRA







75% DE LA SUPERFÍCIE CULTIVADA

Font: Ajuntament de Barcelona, 2023



## MERCABARNA

Mercabarna és un dels mercats majoristes més importants d'Europa

Origen				
	13%	57%	30%	
	8%	42%	21%	29%

### PRINCIPALS PRODUCTES COMERCIALITZATS



França, Segòvia, Màlaga



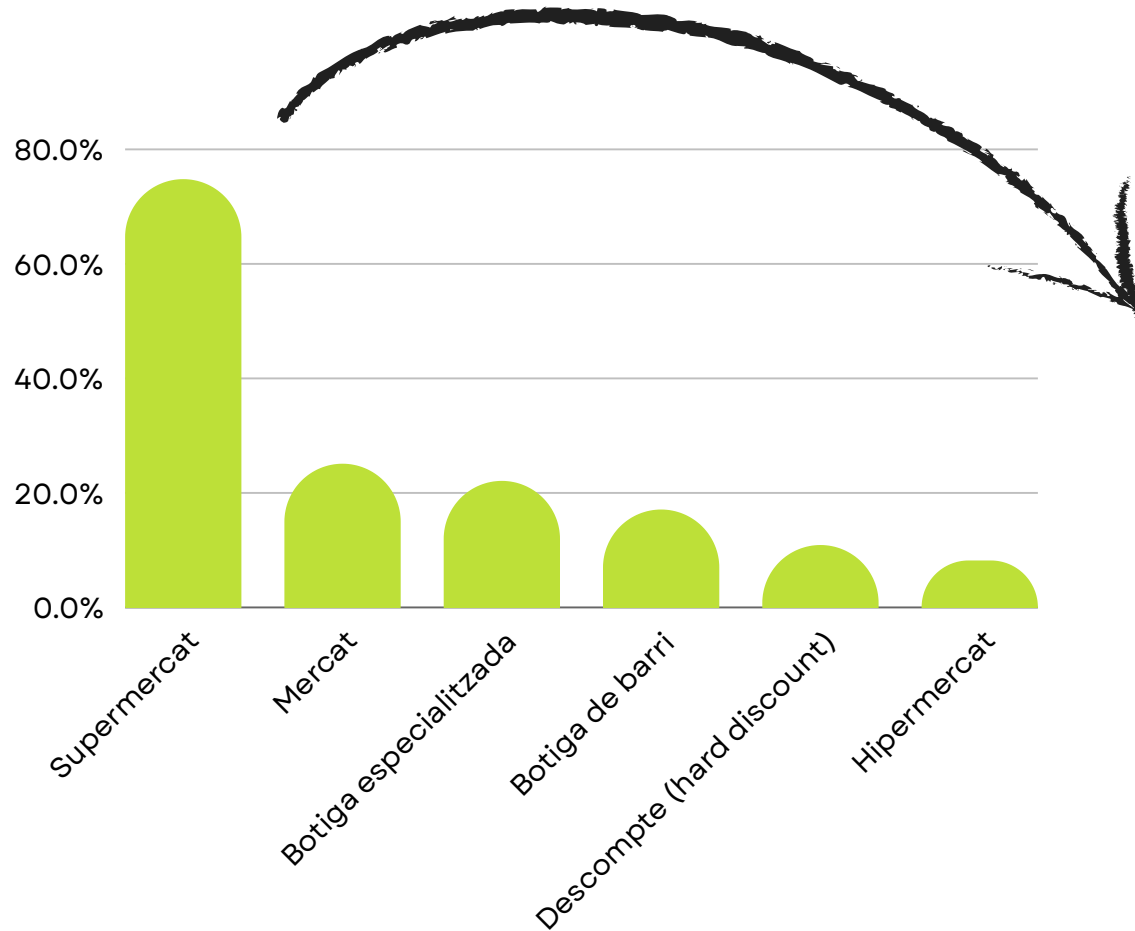
Canàries, Equador, Costa Rica



Almeria, Múrcia

Font: Mercabarna, 2022

# Comercialització



## LLOC DE COMPRA ALIMENTÀRIA, CATALUNYA, 2020

Font: Baròmetre percepció aliments ecològics, Generalitat de Catalunya, 2022

### FACTURACIÓ CATALUNYA

↑  
TOP 3

<b>MERCADONA</b>	>15%
<b>Bonpreu</b>	<10%
<b>Dia</b>	<10%

35%

### SUPERFICIE CAT, QUOTA MERCAT

<b>MERCADONA</b>	15%
<b>Dia</b>	10%
<b>Bonpreu</b>	10%

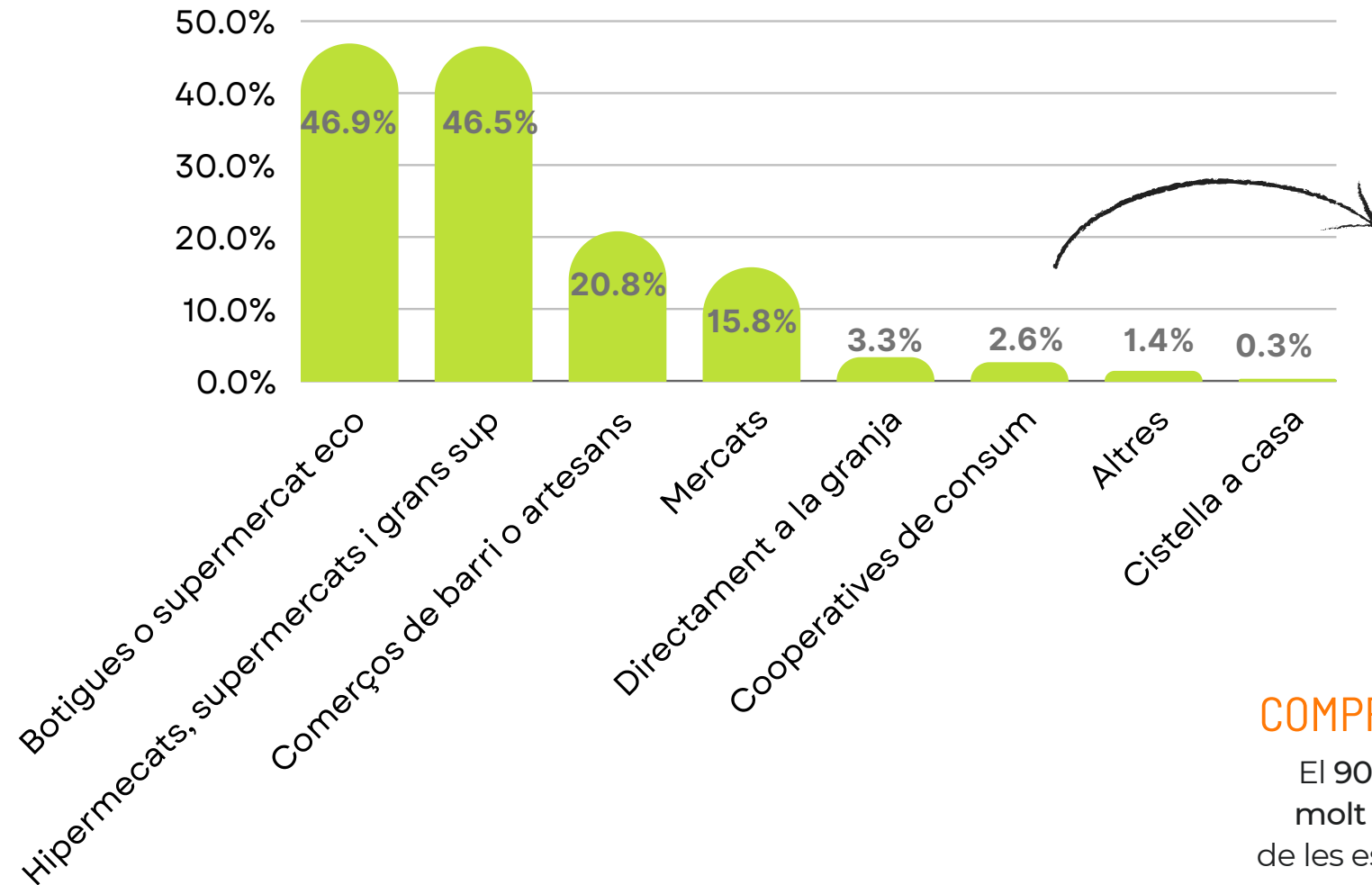
35%

### NÚM ESTABLIMENTS CAT

<b>Dia</b>	19%
<b>Condis</b>	12%
<b>GM FOOD</b>	9%

40%

# Comercialització eco



## COMPRA ALIMENTÀRIA ECO CAT, 2020

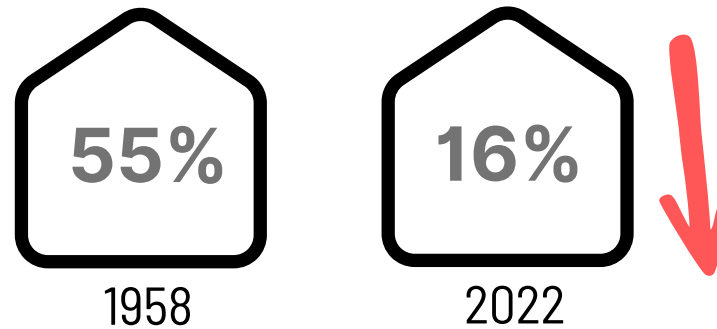
El 90.6% de la població considera bastant o molt interessant que als menjadors públics de les escoles, dels hospitals, dels geriàtrics, de les escoles bressol... s'oferissin aliments ecològics

## LLOC DE COMPRA ALIMENTÀRIA ECO, CATALUNYA, 2020

# Consum alimentari



## DESPESA EN ALIMENTACIÓ A LES LLARS



Font: Enquesta de pressupostos familiars, Institut Nacional d'Estadística, 2022

## SECCIONS AMB MÉS CREIXEMENT, 2022



Eco



Preparats per consumir  
i precuinats

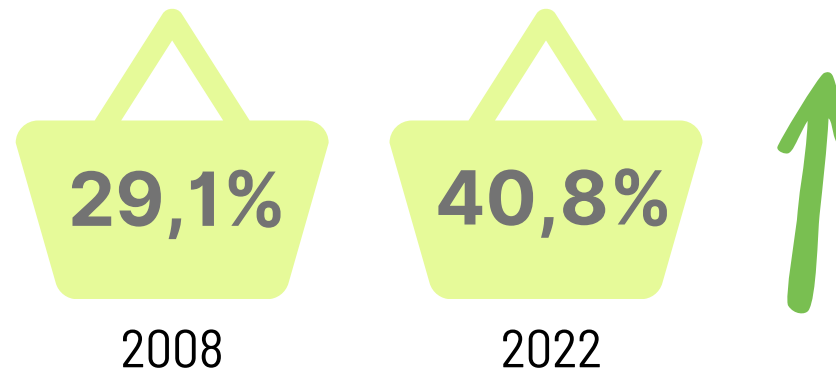
Font: Departament d'Empresa i Treball, Generalitat de Cat, 2022



# Consum alimentari ecològic



## CATALANES QUE CONSUMEIXEN ECO



## PERFIL DE PERSONES CONSUMIDORES ECO



Font: Baròmetre percepció aliments ecològics, Generalitat de Catalunya, 2022

# Circuits curts de comercialització

## VENDA DIRECTA

En finca      Mercats

Cistelles

Grups de consum

AMAP

Sistemes d'apadrinament

## COMERÇOS

Supermercats

cooperatius

Cooperatives amb

botiga

Petit comerç

## INTERCANVI ENTRE PRODUCTORS/ES



Alterbanc

## HOSTELERIA I RESTAURACIÓ PARTICULARS

## CUINA PER COL·LECTIVITATS

Menjadors escolars

Menjadors socials

Hospitals

Altra compra pública

## SUPORT MUTU I AUTOABASTIMENT

Horts d'autoconsum

i comunitaris

Bancs d'aliments alternatius

Xarxes de recuperació  
d'aliments

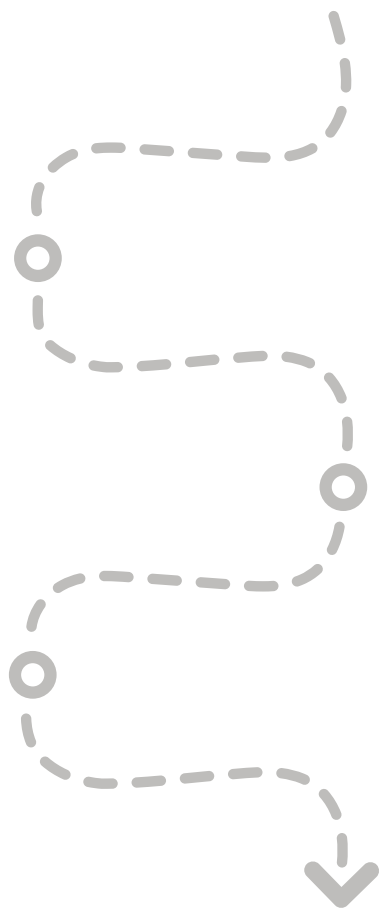


# 02.

## Establim un full de ruta

COM AUGMENTEM  
EL VOLUM DE VENDES  
DES DELS NOSTRES PROJECTES

# Impuls de la comercialització



## ANÀLISI DE LA PRODUCCIÓ PRÒPIA

Com és la meva producció?  
Quins condicionants té?  
Com la puc posar en valor?

## ANÀLISI DELS CANALS DISPONIBLES

Pros i contres dels circuits  
curts de comercialització

## ZONIFICACIÓ

Seleccionem optimitzant les rutes

## DECISIONS COMERCIALS I LOGÍSTIQUES

Detectar estratègies, recursos i  
infraestructures necessàries

# Anàlisi de la producció pròpia o de proveïdores



TIPUS DE PRODUCTE QUE FAIG

QUANTITATS DISPONIBLES PER VENDRE

LÍMITS DE LA MEVA DISTRIBUCIÓ (Temps propi, preus de l'empresa transportista, no ompló furgoneta, etc.)

ESTACIONALITAT DEL MEU PRODUCTE

PREUS (Costos de producció, marge per augmentar preus, quin és el preu psicològic del meu producte, etc.)

IDENTITAT DEL PROJECTE

CAPACITAT DE CONSUM DEL TERRITORI

COMPETÈNCIA (On ven, a quin preu, quins serveis ofereix, quin missatge transmet, suports de xarxes...)

# Pros i contres dels canals

	Restauració	Botigues	Supercoops	Grups de consum	Mercats municipals	Mercats de pagès	Col·lectivitats públiques	Col·lectivitats privades	Domicili
Volums demanats	baix	mig	mig	baix	mig	mig/alt	alt	alt	baix
Facilitat de gestió de canal	mig/alt	mig	mig	mig	mig	mig	baix	baix/mig	baix
Estabilitat de la venda	alt	alt	alt	mig/alt	alt	alt	alt	alt	baix/mig
Preus de venda	baix	baix	mig	mig	mig	alt	mig	mig	alt
Nivell d'aliança	mig	mig	alt	alt	mig	alt	baix	baix/mig	mig
Promoció del producte	alt	mig	alt	alt	mig	alt	baix	baix	alt
Estalvi de temps invertit	baix	mig	mig	mig	mig/alt	baix	mig/alt	mig/alt	baix
Potencial de creixement	mig	mig	alt	baix	baix/mig	mig	alt	alt	mig
Nota mitjana del canal	3,25	3,5	5	4,25	4,25	5,5	3,25	3,75	2,75

Adaptació de "Valoración por parte de los productores madrileños de los distintos canales cortos utilizados." López García et al., 2015.

# Zonificació

Anàlisi de nous punts de comercialització:



AL VOLTANT DE NODES LOGÍSTICS



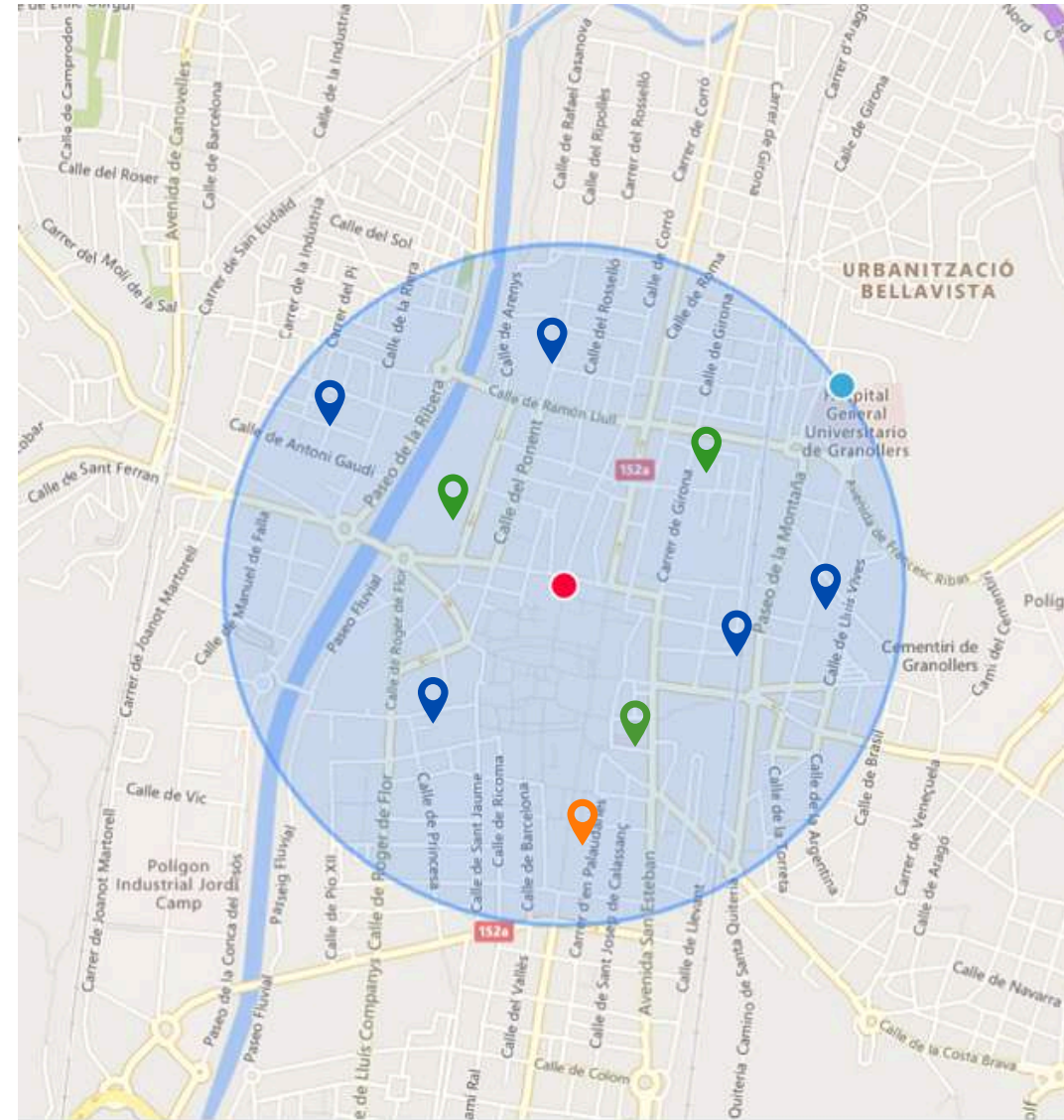
EN LES RUTES HABITUALS

Selecció de radi de referència o desviació màxima en funció de vehicles.

Quins possibles nous punts hi ha en aquest radi?

Corresponen al tipus de canal amb els que vull

treballar?



# Planificació comercial

## REQUERIMENTS DEL CANAL

Serveis, productes, quantitats, formats, preus....

## COMPETÈNCIA

Com s'abasteix el canal? Hi cap la meva producció?

## ALIANCES

Per arribar-hi, ampliar volums o millorar eficiència

## COMUNICACIÓ I COMPLICITAT

Comandes, incidències, valors, propostes....





# Comunicació

VALORS QUE ENS REPRESENTEN I DIFERENCIEN

MATERIALS

Material informatiu (catàleg)

Material de difusió

CANALS DE COMUNICACIÓ

Online: web, xarxes, publicitat

Offline: publicitat, logos, pancartes, fires, etc.





# 03.

## Anàlisi de la distribució agroecològica

PROPOSTES I ESCENARIS DE FUTUR

# Zones de producció i consum

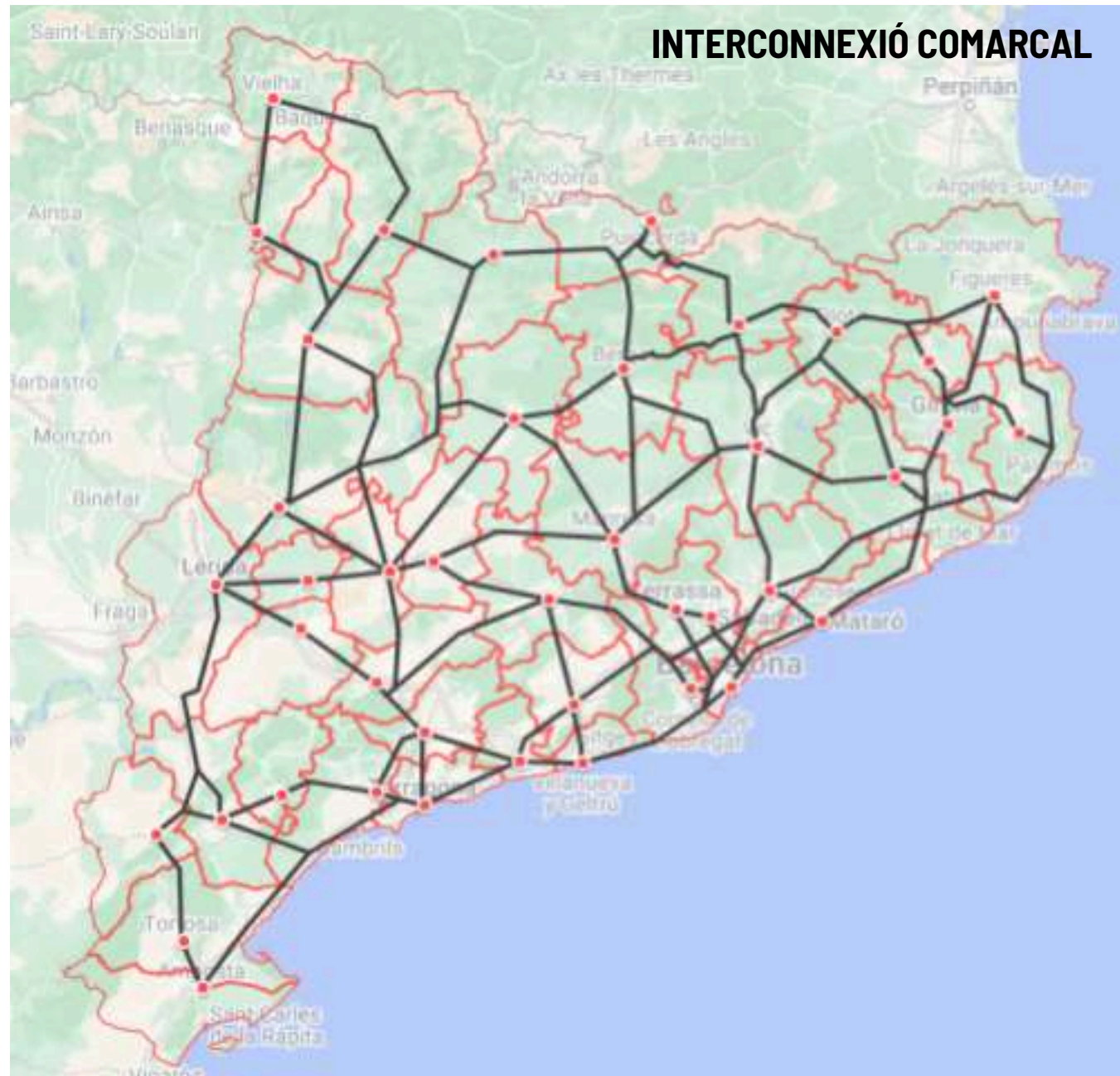


**PRODUCCIÓ > CONSUM**

**PRODUCCIÓ = CONSUM**

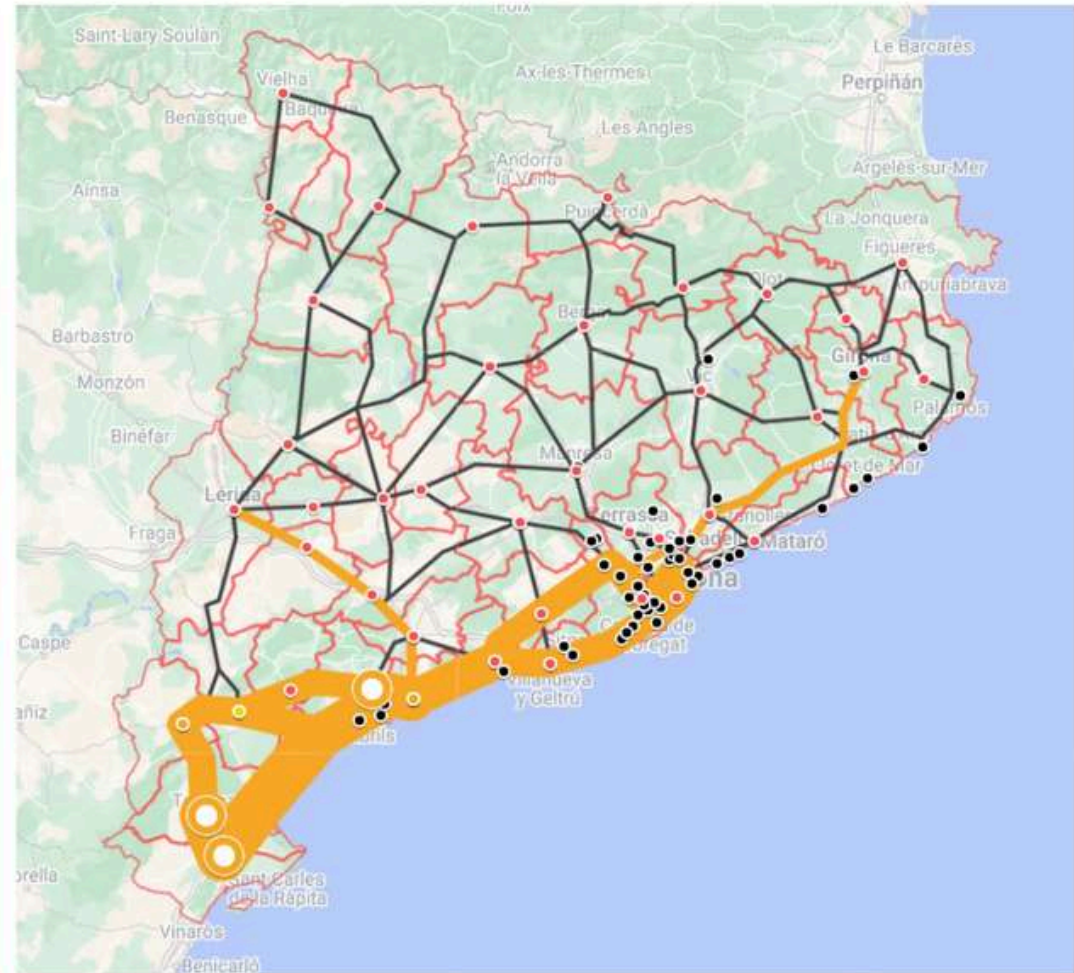
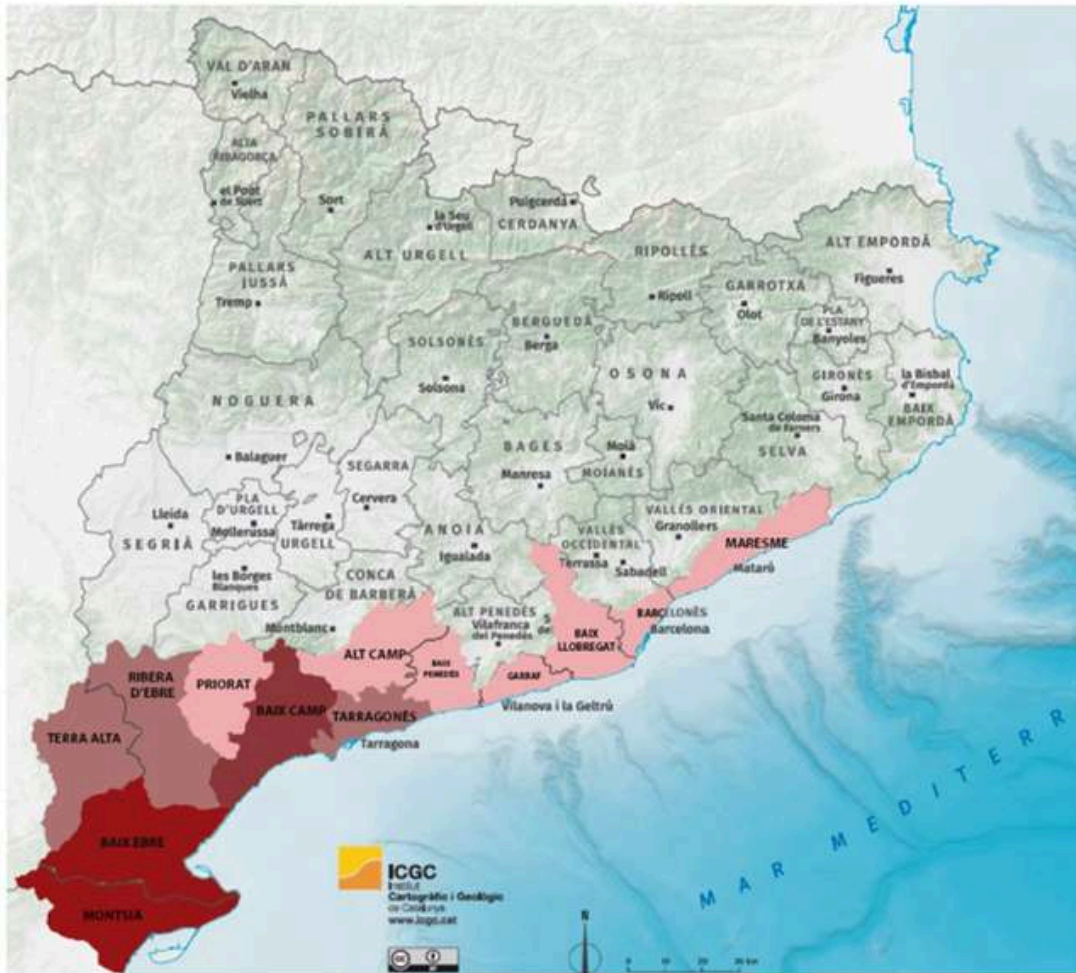
**PRODUCCIÓ > CONSUM**

# Xarxa viària per la distribució



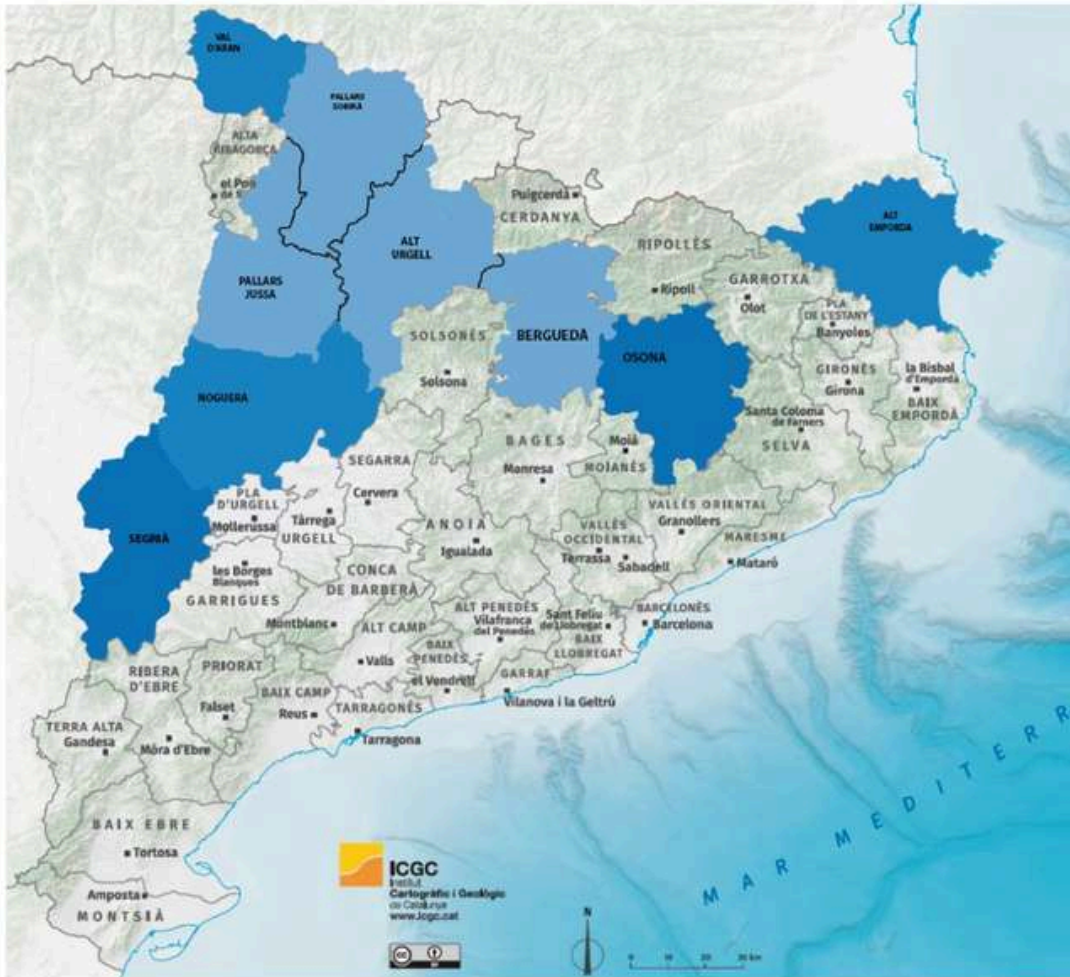
# Fluxos de distribució

REDISTRIBUCIÓ DE PRODUCCIÓ LOCALITZADA - CÍTRICS



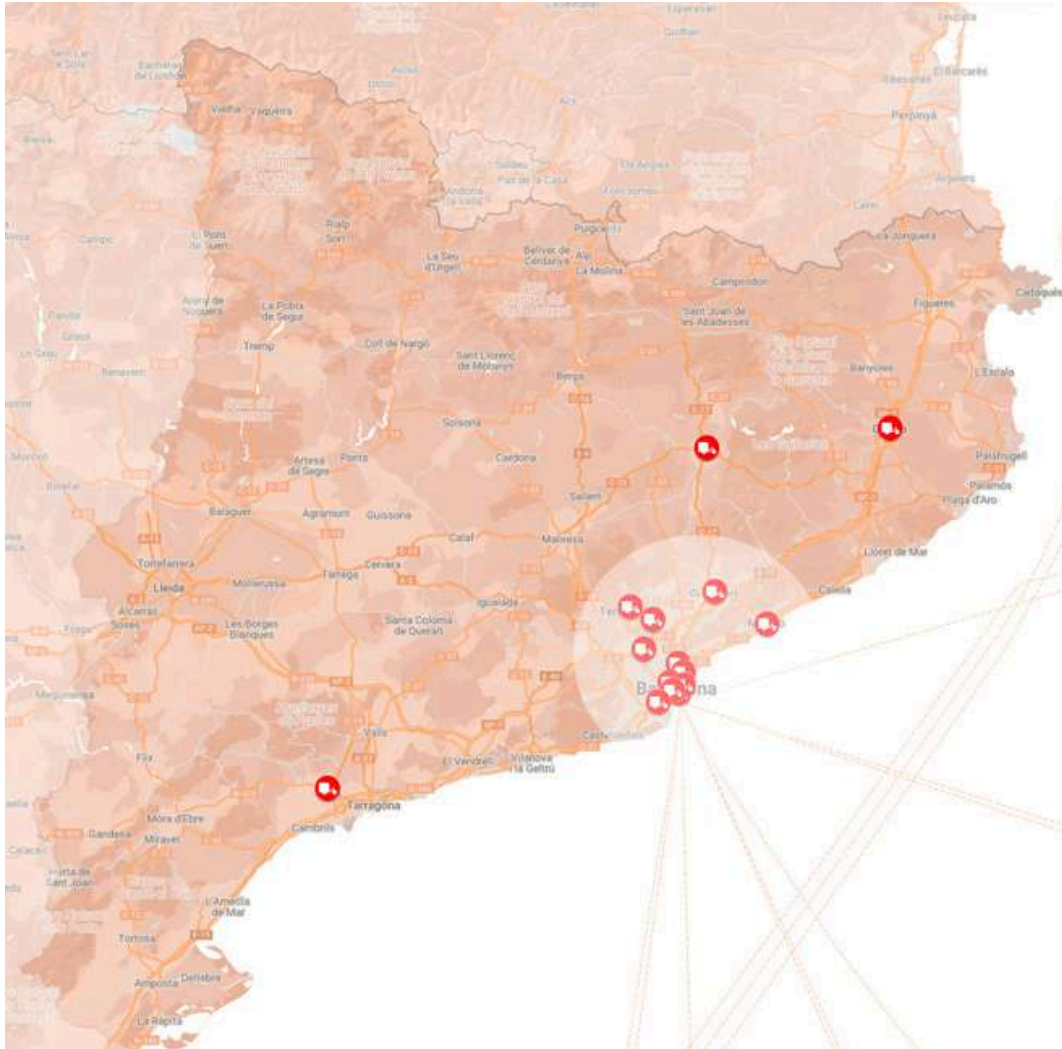
# Fluxos de distribució

REDISTRIBUCIÓ DE PRODUCCIÓ LOCALITZADA - BOVÍ

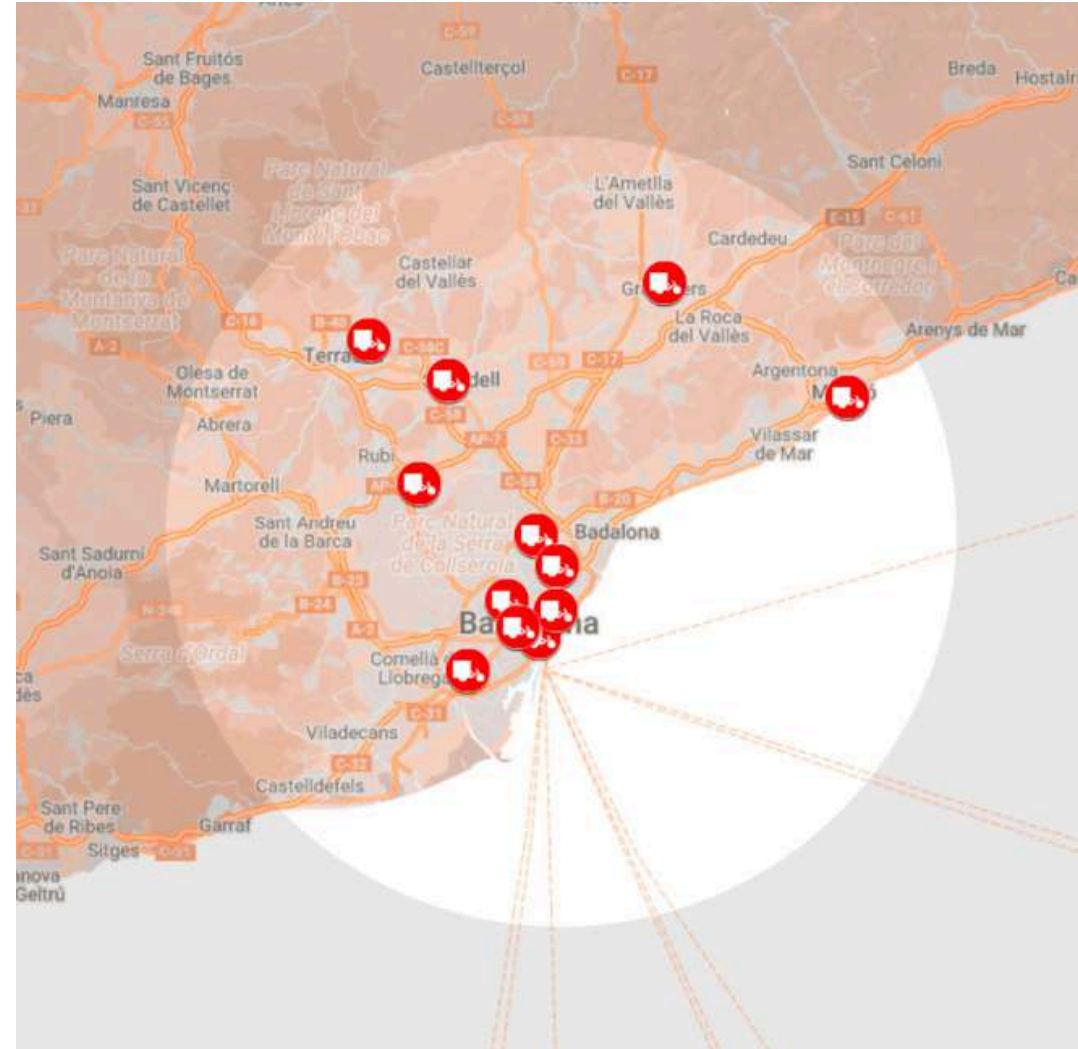


# Nodes de Som Ecològística

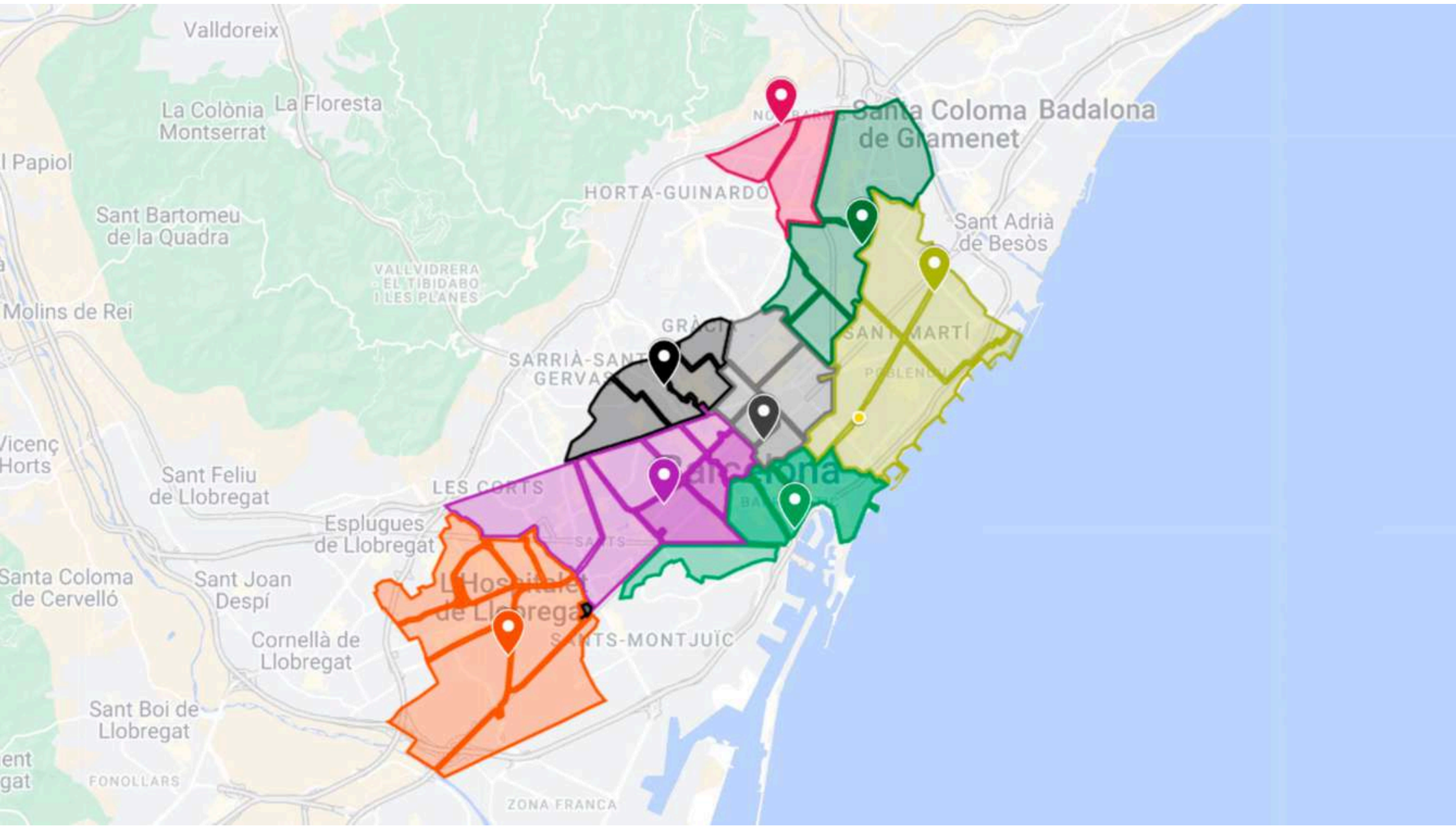
ÀMBIT DE CATALUNYA



ÀMBIT METROPOLITÀ DE BARCELONA



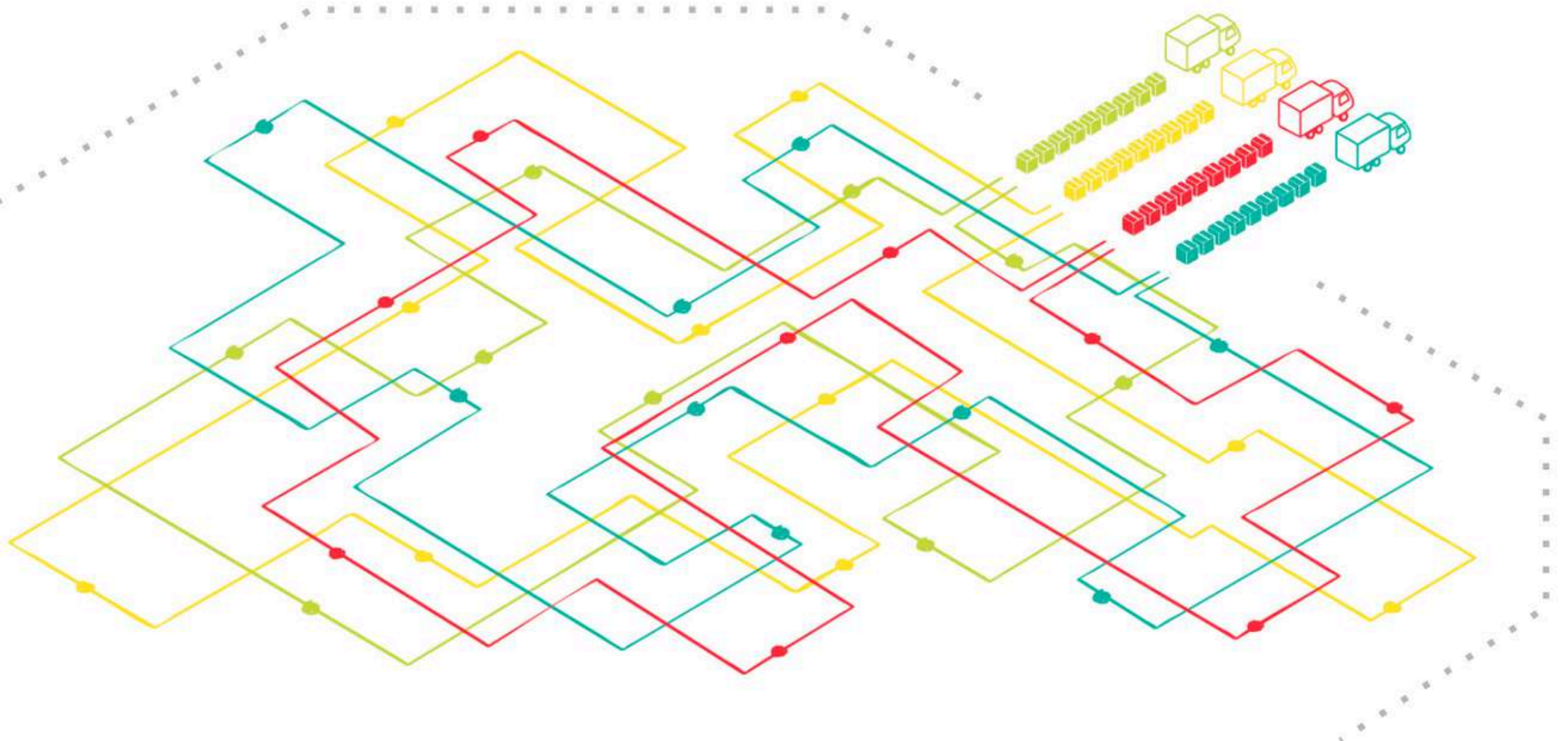
# Estratègia de zonificació de BCN





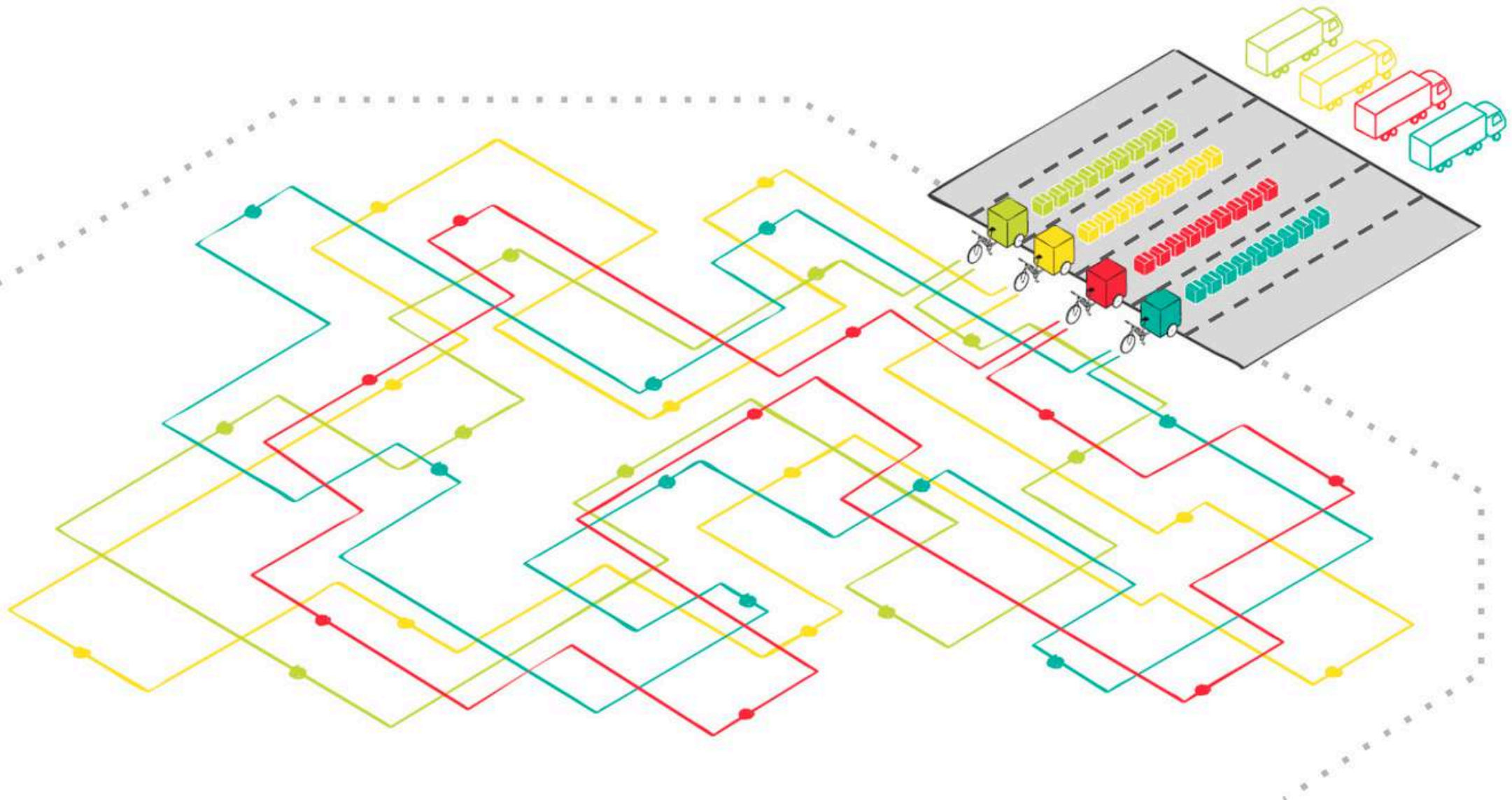
# Estratègia de distribució a l'entorn dels nodes

Situació actual



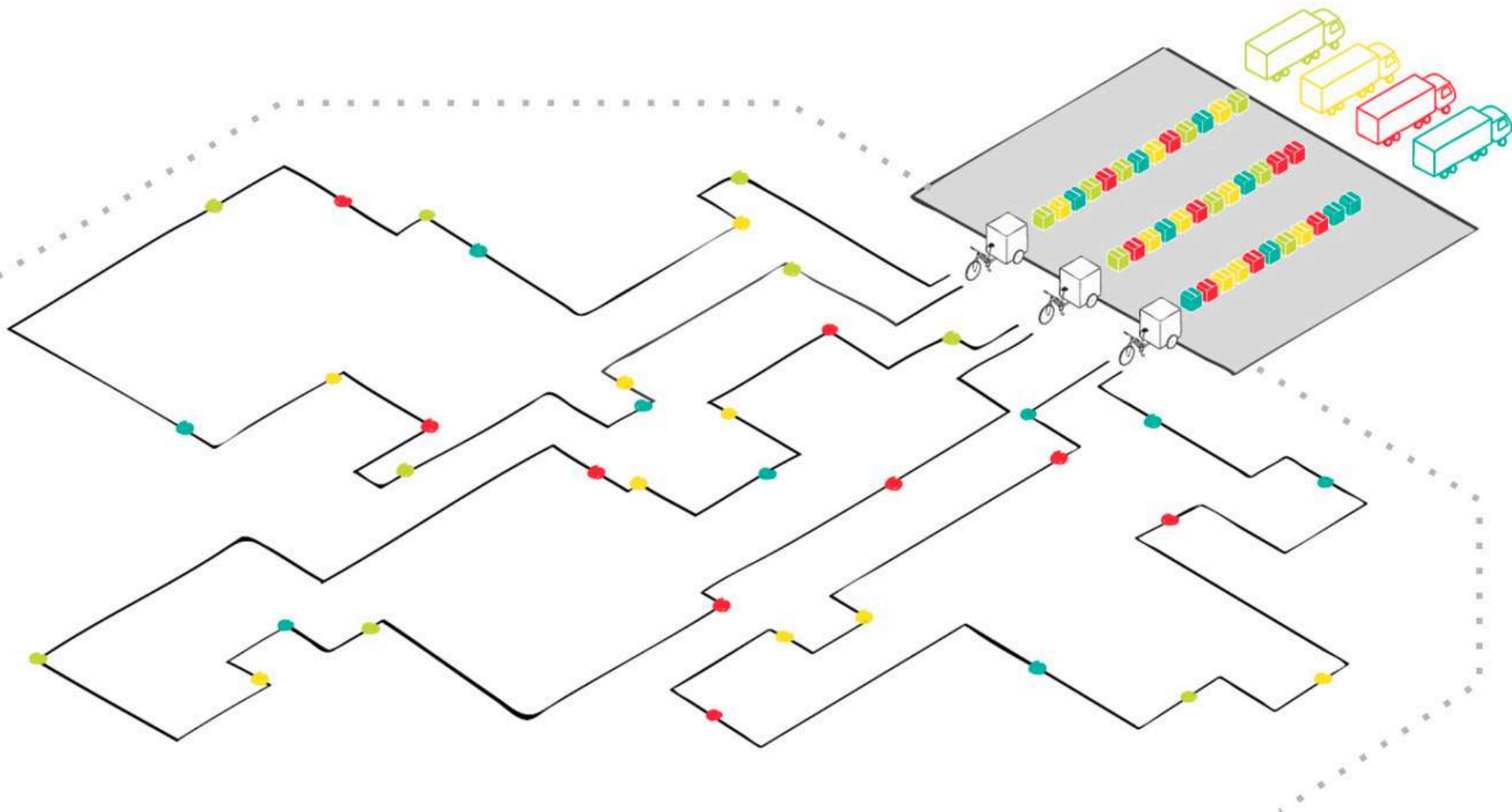
# Estratègia de distribució a l'entorn dels nodes

Canvi modal



# Estratègia de distribució a l'entorn dels nodes

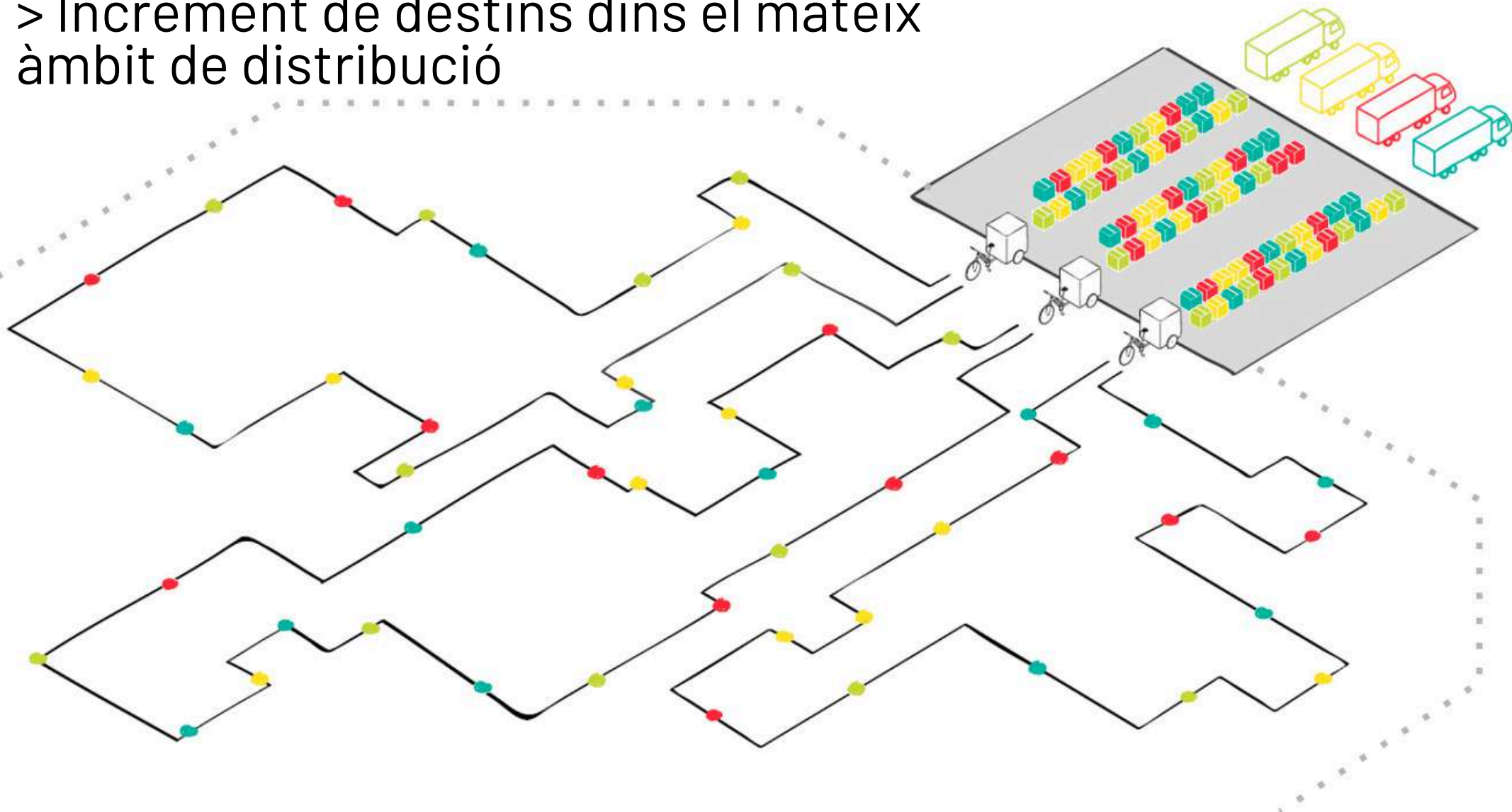
Canvi modal  
Consolidació



# Estratègia de distribució a l'entorn dels nodes

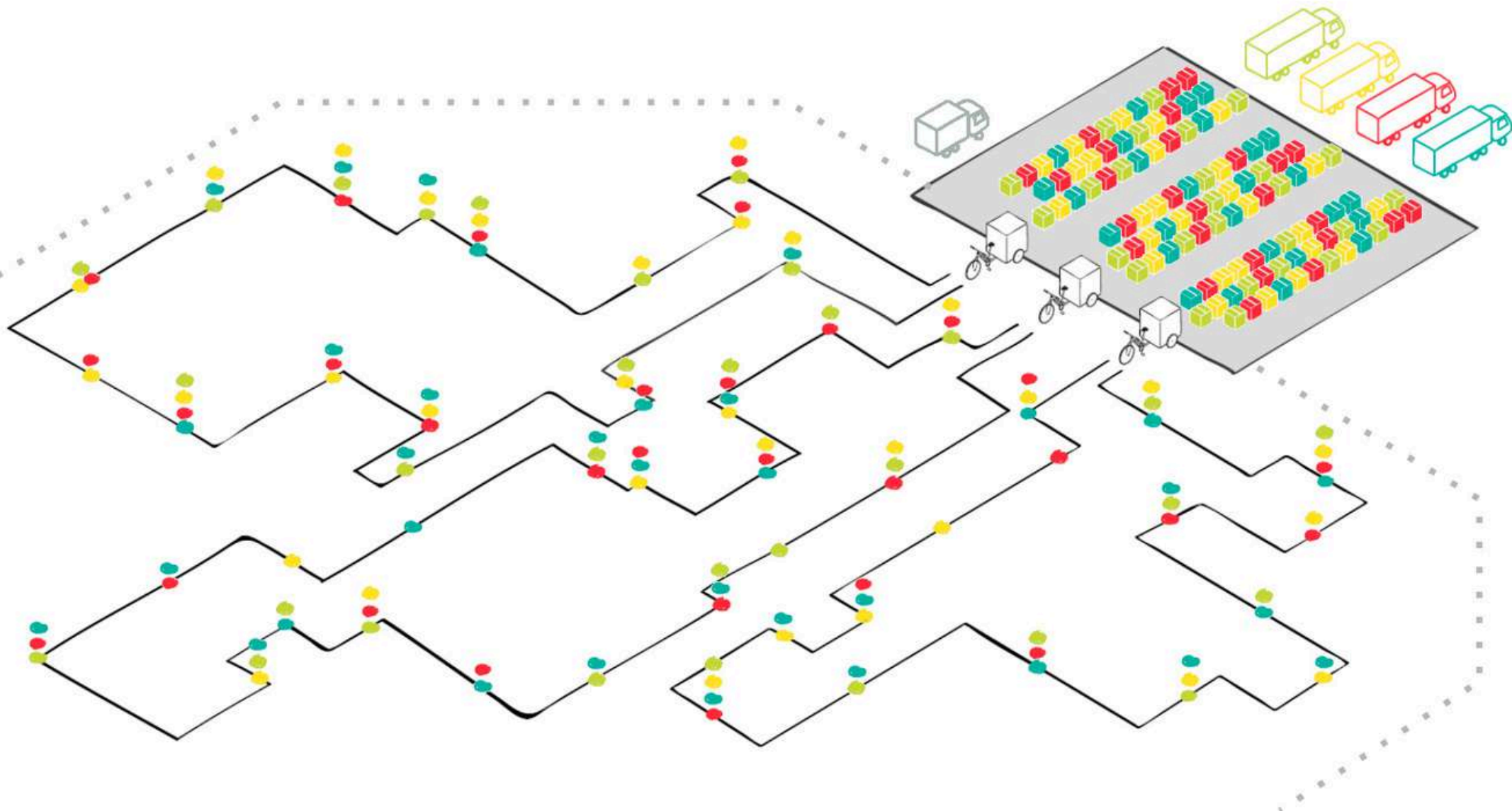
Canvi modal  
Consolidació

> Increment de destins dins el mateix àmbit de distribució



# Estratègia de distribució a l'entorn dels nodes

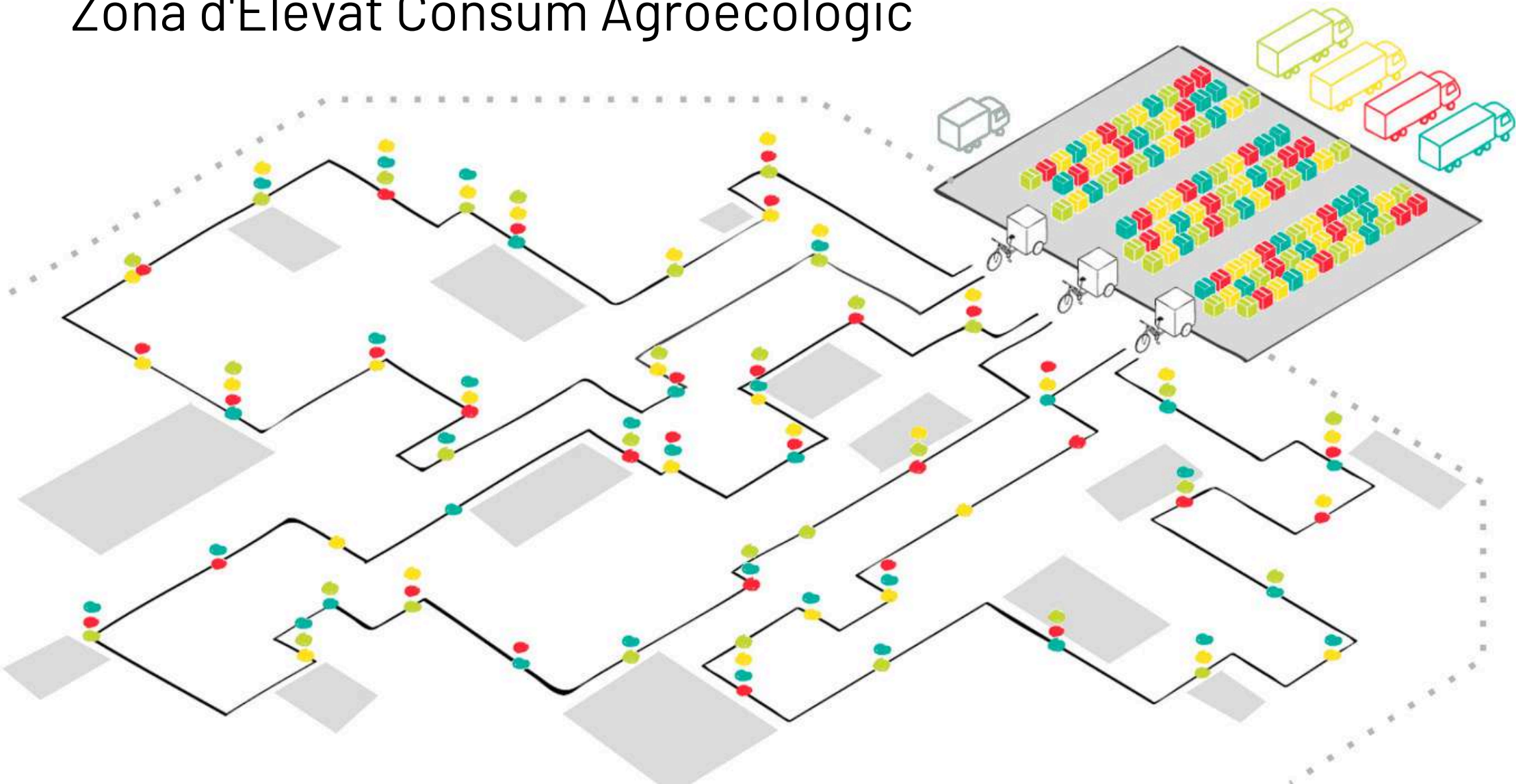
Canvi modal  
Consolidació  
Multilliurament



# Estratègia de distribució a l'entorn dels nodes

Zona d'Elevat Consum Agroecològic

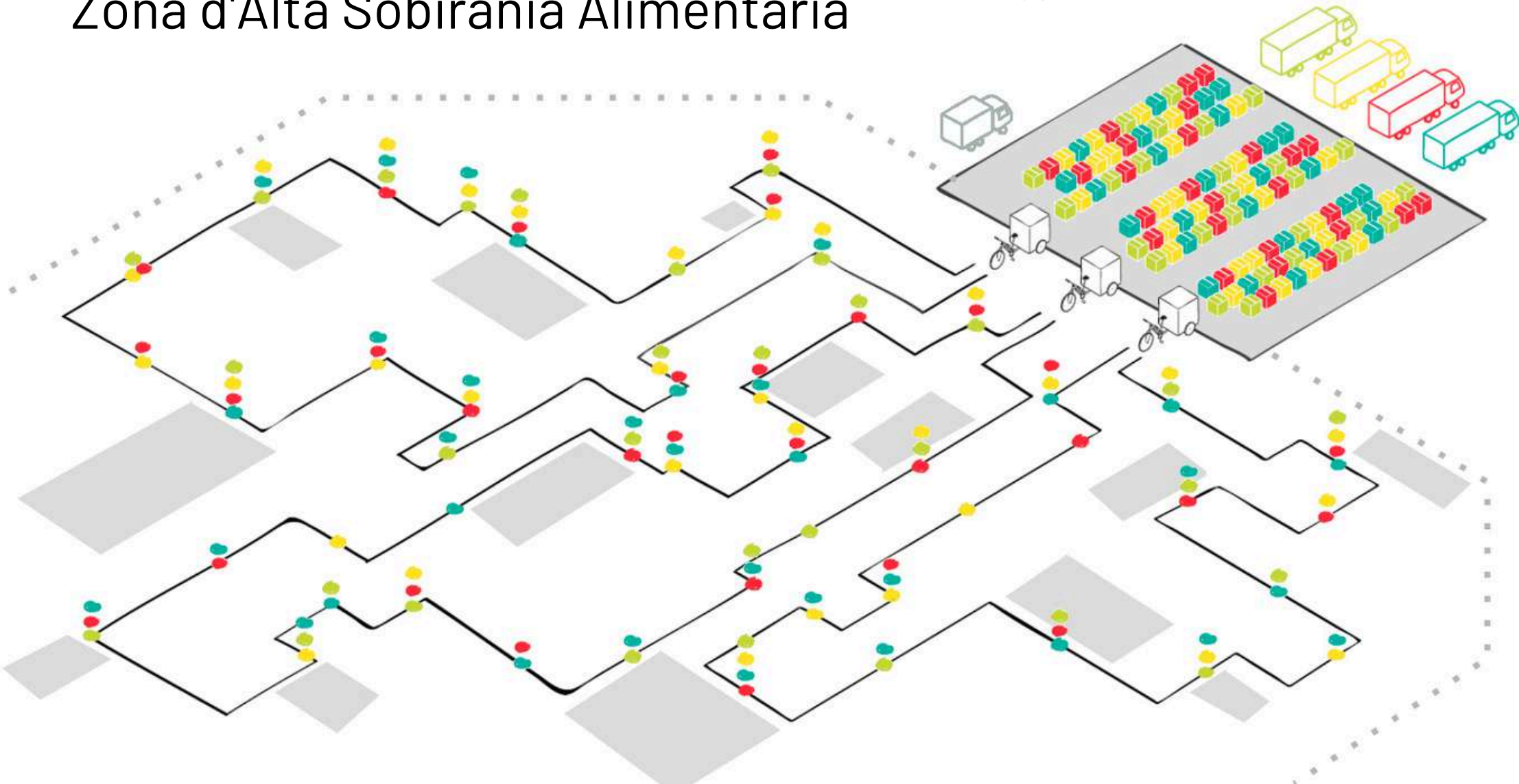
Canvi modal  
Consolidació  
Multilliurament  
Multicanal



# Estratègia de distribució a l'entorn dels nodes

Zona d'Alta Sobirania Alimentària

Canvi modal  
Consolidació  
Multilliurament  
Multicanal  
Governança compartida



# Planificació logística

criteris **mínims** dels nodes per a realitzar la distribució d'última milla agroecològica

<b>ESPAI GENERAL PER OPERATIVA</b>	40 m <sup>2</sup>
<b>ESPAI EMMAGATZEMATGE</b>	30 m <sup>2</sup>
<b>ESPAI EMMAGATZEMATGE FRED</b>	6m <sup>3</sup>
<b>ACCÉS PER FURGOS I CAMIONS</b>	Zona càrrega i descàrrega propera
<b>SISTEMA DE DESCÀRREGA</b>	Manual i despaletitzant el camió
<b>FLOTA</b>	1 cicle amb caixa isotèrmica i plaques acumuladores de fred
<b>RADI DE COBERTURA</b>	Els necessaris
<b>RUTES DE DISTRIBUCIÓ</b>	1 ruta de ½ jornada a la setmana





An aerial photograph of a lush green landscape, likely a wetland or marsh. A winding stream flows through the center, surrounded by vibrant green grass. A herd of sheep is scattered across the field, some standing and some resting. The scene is captured from a high angle, showing the intricate patterns of the water and vegetation.

# 04.

## Experiències inspiradores

ALGUNS EXEMPLES A CATALUNYA  
I A L'ESTAT ESPANYOL

# Experiències inspiradores



# Experiències inspiradores



# Experiències inspiradores

