

# Del árbol a la mesa, pasando por internet

La venta de alimentos sin intermediarios prolifera en España en beneficio de nuestra salud y de nuestro bolsillo. El productor amplía su margen de beneficios y el consumidor recibe en casa un producto más fresco.

TEXTO RAFAEL CARRASCO

**A**lgo está pasando en el comercio de alimentos. Los precios abusivamente bajos que pagan a los agricultores las grandes cadenas de distribución, unido al paradójico encarecimiento de muchos alimentos básicos, están propiciando una sorprendente novedad: la eclosión de los circuitos alimentarios que ponen en contacto directo a productor y consumidor, como hace un siglo, pero utilizando la tecnología más moderna. Son los denominados “canales cortos de comercialización”, una auténtica revolución que intenta salvar al campo español y, de paso, mejorar nuestra salud y la de nuestra economía.

Las mejores naranjas de Valencia se venden hoy en internet. Esta afirmación, que en un principio puede parecer un eslogan publicitario, se aleja poco de la realidad. Los citricultores levantinos, que viven desde 2005 una terrible rebaja de precios, han tenido que buscar a marchas forzadas soluciones alternativas para sobrevivir. Y algunos, que apenas sabían nada de ordenadores, las han encontrado, nada menos, que en la venta directa a través de internet. Éste es uno de esos *canales cortos* de comercialización, llamados así no por la poca distancia, sino por la ausencia de intermediarios. Van desde la venta en fincas productoras al suministro a tiendas especializadas, cooperativas de consumidores, mercadillos y restaurantes, pasando, cómo no, por la venta en la red.

“Soy un agricultor valenciano que ha decidido emprender un nuevo método de distribución de las naranjas que cultiva”, explica en un peculiar folleto Luis Serra, el propietario de la finca L'Hort de Montanya, en Corbera (Valencia). “Hasta ahora, siempre he vendido mis naranjas a un comerciante de fruta, encargándose éste de ponerlas en el mercado. Mi objetivo es hacerle llegar a su casa las naranjas recién recogidas y maduras en el árbol, por lo que le llegarán naturales al 100%.” ¿Y esto qué significa para usted? Pues aparte de una forma nueva de comprar, poca o ninguna química y un fruto madurado de manera totalmente natural con mejor olor, mejor sabor y mayor número de propiedades nutritivas.

## CÓMO BUSCAR EN LA RED

Para el consumidor, el sistema es bastante simple. Si teclea en cualquier buscador, por ejemplo, “naranjas a domicilio”, le aparecerá una amplia lista con los cultivadores que se han subido al carro de internet para su beneficio y el nuestro. Se elige uno y, una vez vista la oferta de cada momento que, por cierto, va siguiendo fielmente las temporadas de cada fruta, puede hacer su encargo por teléfono o a través de la misma página web. El pedido mínimo suele ser de 10 o 15 kilos, dependiendo de los vendedores, lo que hasta ahora ha limitado esta venta a familias numerosas y a grupos concertados de familias, así como a restaurantes, colegios y otros grandes consumidores.

La venta directa permite al horticultor recibir un precio más alto por sus productos y es un incentivo que ayuda a frenar el alarmante abandono del campo.



# Comprar otra vez en la cooperativa

Un sistema del pasado ahora modernizado en el que todos se comunican por correo electrónico.

Aunque lo último en canales cortos de comercialización es la distribución a través de mensajería urgente, generalmente, con Internet de por medio, la forma más asentada de estos canales en España son los grupos de compra ecológica, esto es, cooperativas de consumidores o grupos más informales que se organizan para tratar directamente con los productores.

**AUNQUE NO EXISTEN CIFRAS** sobre estos grupos, se calcula que unas 50.000 familias compran así en España, y cada mes se crean nuevas cooperativas o asociaciones de personas que quieren comprar alimentos de otra forma, al tiempo que las más antiguas, nacidas a finales de los 80 o principios de los 90, consolidan sus estructuras. En Cataluña, existen en estos momentos 20 grupos, mientras que en Madrid, la Coordinadora de Grupos de Consumo Agroecológico la forman hoy nueve grupos y unas 500 familias, y hay otras cinco entidades fuera de esta red. En la Comunidad Valenciana existen 24 grupos en su coordinadora y en Andalucía –el mayor huerto ecológico de Europa– ocho, aunque cinco de ellos son cooperativas de gran tamaño, con más de 200 familias en su listado. Y en

el País Vasco, Navarra, La Rioja, Asturias y Galicia también existen grupos nuevos y otros ya consolidados.

**COMPRAR PRODUCTOS** a la vieja usanza pudiera parecer una vuelta al pasado, pero el fenómeno de las cooperativas de compra es algo absolutamente moderno que utiliza las últimas tecnologías. Una forma habitual de comunicar a los socios la oferta semanal o quincenal disponible con sus precios es a través del correo electrónico, y los pedidos, por supuesto, también se hacen por esa vía. La cooperativa agraria Gumendi, por ejemplo, *cuelga* en su página web la oferta diaria y, a partir de ahí, los grupos de compra hacen sus pedidos mediante una contraseña, aunque también se envía cada martes la oferta semanal por fax y por correo electrónico.

**LA OFERTA SE DA A CONOCER** a los socios por diferentes vías, éstos elaboran la lista del grupo y al final, los grupos –individualmente o, mejor aún, en red– hacen el pedido de productos. Una vez el género ha llegado al local, lo que se intenta es organizarlo de tal manera que los socios puedan recoger su compra un día fijo de la semana.



Productos frescos en la feria del último lunes de octubre en Gernika (Guipúzcoa).

ARGAZKI PRESS

El precio final de unas naranjas ecológicas o casi ecológicas, recién recolectadas en la mejor huerta cítrica del mundo y puestas en su domicilio viene a ser parecido al de cualquier establecimiento: 1,45 euros de media en toda España a finales de diciembre, según las cifras oficiales del Ministerio de Agricultura, y de 1,73 a 2 euros entre los distintos productores que venden directamente al consumidor a través de internet. Y eso que el porte por mensajería urgente y a cualquier punto de la España peninsular cuesta entre 9 y 20 euros.

De la calidad de los *cibercítricos* da idea la clientela de Naranjas Lola, uno de los pioneros del sector: 1.500 clientes particulares por toda España y 400 restaurantes que incluyen a Martín Berasategui, Mugaritz, Viridiana, El Bulli o Can Roca.

Para el productor, el sistema es más complejo, ya que ahora tiene que ocuparse de nuevas tareas, pero los márgenes de beneficio son mucho mayores y le permiten sobrevivir con cierta holgura. En la segunda quincena de diciembre, por ejemplo, en plena inflación navideña, el Observatorio de Precios de los Alimentos del Ministerio de Agricultura anotaba un precio medio en origen para las naranjas de 0,18 euros por kilo, mientras que, con esta forma de venta, el precio que cobra el productor superaba con creces el euro. El sistema, además, ha permitido algo no traducible a cifras pero igualmente importante para el horticultor: recuperar una autoestima muy castigada por una crisis que ha llevado a muchos a tener que recolectar buena parte de su producción, no para ser vendida, sino simplemente para que el fruto podrido no perjudique al árbol o al suelo.

## LOS 'CIBERPRODUCTOS' MÁS VENDIDOS

El éxito de los *cibernaranjeros* está animando a otros muchos explotadores a vender de esta nueva manera y ya puede comprarse en la red fruta de temporada, todo tipo de verduras, quesos, mermeladas, aceites, vinagres, pasta, embutidos, yogures, legumbres, conservas, zumos, frutos secos, vinos... Algunas webs, como [directodelcampo.com](http://directodelcampo.com), incluso reúnen a muchas de estas granjas y enlazan con la página de cada una para facilitar la tarea.

Una de las últimas en unirse a esa web canalizadora es [www.3pfruits.com](http://www.3pfruits.com), una explotación *ciberagraria* ubicada en Tèrmens (Lleida) que comercializa muchos alimentos de temporada de producción propia. “Estas peras, hoy están aquí, en el árbol –explica Ramón Barios, promotor de la web– y mañana por la mañana estarán en Madrid. Más directo y más fresco es imposible. Creo que nuestra apuesta por internet funciona porque vendemos una gran variedad de frutas y verduras y no hay que pedir mucha cantidad de una sola cosa, aunque un pedido grande siempre abarata el porte.”

Andrés Lizcano, director de Comunicación de Finca Los Nevados, una bodega de Tomelloso (Ciudad Real) que elabora blancos y tintos de ca-



## En la tienda virtual, los alimentos son de mayor calidad y, si se hace una buena compra, incluso salen más baratos

lidad, destaca asimismo las ventajas del comercio directo. “Vendemos a través de los distribuidores habituales, pero también en la propia bodega y, en breve, en la tienda virtual, a través de nuestra propia página web. Vendiendo directamente al cliente, podemos darle datos directos de cómo se elabora nuestro vino, por ejemplo, y, por otro lado, al no haber intermediarios, el margen comercial para nosotros es mayor y al cliente le sale más económica la compra.” Así, una caja de seis botellas resulta más barata, aunque el coste de envío dentro de la Península sea de unos 12 euros, y aún lo es más si se compra en la misma finca. Es una práctica que permiten hoy la mayoría de los productores vinícolas y por lo que merece la pena hacer alguna escapada enológica cuando viajamos por nuestro país. En realidad, lo que han hecho muchas bodegas españolas no es más que seguir el exitoso ejemplo de Francia e Italia, que fomentan la venta en la propia finca con degustaciones y visitas guiadas por los viñedos.

“Muchas veces pensamos que la comida es cada vez más insípida y aún así la compramos porque parece que es algo sin remedio, pero la gente tiene que saber que hay alternativas más saludables si se está dispuesto a cambiar. En internet y en otros canales sin intermediarios puedes comprar casi de todo, la comida es mucho más fresca y, encima, te lo traen a casa.” Así se expresa Raquel Mesa, cliente de lahuertuca.com, un consorcio de horticultores ubicado en Santa Cruz de Bezana (Cantabria).

Con no poco ingenio, lamejorfruta.com, un consorcio frutero que reparte sus fincas entre Alicante, Murcia y Almería, concluye así las razones para comprar sus productos: “la mejor cámara de almacenaje es el árbol”.

### ORGANIZAR COMPRAS EN GRUPO

Felipe Medina es uno de los muchos consumidores satisfechos de estos sistemas alternativos de compra, aunque su caso es especial. Técnico del sindi-

### NARANJAS AUTÉNTICAS

Luis Sierra, padre e hijo, propietarios de L'Hort de Montanya. A través de su página web, ofrecen naranjas cien por cien naturales, que no reciben tratamientos químicos para su maduración. El producto se recoge la tarde antes de realizar la entrega.

# Productos naturales, pero sin sello ecológico

La venta directa de alimentos no se limita a los producidos ecológicamente certificados, pero en la mayoría de los casos, los agricultores ofrecen fruta, verdura o alimentos elaborados con poca o ninguna química, entre otras razones, porque los plaguicidas, conservantes y demás son caros y suelen ser innecesarios. Eso sí, salvo excepciones, las experiencias de venta directa huyen de la certificación ecológica porque la consideran un coste excesivo y una tutela odiosa por parte de los consejos reguladores.

**“EL COSTE DE LA CERTIFICACIÓN** –advierte Felipe Medina, responsable de Economía Agraria del sindicato COAG– está cayendo sobre los agricultores, y muchos piensan que, en realidad, no lo necesitan. Si yo estoy vendiendo un producto ecológico

co y tú estás contento con lo que yo hago porque lo pruebas y está rico, ves como lo hago y demás, ¿qué necesidad tengo de certificar y pagar por ello un coste añadido que lo único que hace es enriquecer a las certificadoras, muchas de ellas, privadas?”

**“NUESTRA PRODUCCIÓN ES INTEGRAL,** es ecológica –explica Ramón Barios, propietario de 3pfruits–, pero no certificada, porque la certificación es un coste añadido que el cliente no tiene por qué pagar.” Por su parte, un informe de la red ARCO en Murcia concluye: “Nuestro tipo de agricultura tiene un objetivo principal que es el desarrollo de alimentos de máxima calidad y sabor en nuestras tierras, respetando su fertilidad y optimizando los recursos que la naturaleza nos proporciona sin el uso de productos químicos de síntesis.” ¿Sello ecológico? No, gracias.



cato agrario COAG, la organización que más está trabajando para desarrollar este tipo de iniciativas de comercialización directa, es el organizador oficioso del pequeño grupo de compra que cada cierto tiempo se forma en las oficinas del sindicato, en Madrid, muchas veces por iniciativa de los propios productores. “Aquí lo tenemos fácil, lo que hacemos es comprar a *nuestros* productores. Hemos probado con un elaborador de quesos ecológicos de Salamanca, con otro de miel y con cítricos y la verdad es que cualquier cosa que encargues está buenísima. Aunque cueste más caro, lo que muchas veces no ocurre, merece la pena pagar medio euro más.” ¿Y cómo funciona? “Se manda un mail a los compañeros diciendo, por ejemplo, hay miel, cuesta esto y la hay de estos dos tipos. Luego, se juntan todos los pedidos, alguien llama al productor, hace el pedido y en uno o dos días nos lo traen por mensajería”. Así de simple.

## CANALES ALTERNATIVOS EN ALZA

Todo esto de la compra directa puede parecer una buena idea, una curiosidad que mostrar al final de los telediarios, pero es mucho más que eso. Los

canales alternativos de distribución alimentaria, como mercadillos, tiendas de gasolineras o internet, suponen ya el 10% de la venta de alimentos en nuestro país según el estudio *Canales alternativos en la distribución alimentaria* del Ministerio de Agricultura. En él se muestra un crecimiento notable de estos canales en los últimos años –algunos directos y otros no, como las tiendas de gasolinera o los herbolarios– y augura que seguirán creciendo en el futuro próximo, especialmente la comercialización sin intermediarios a través de internet. Esto se debe, sobre todo, al elevado grado de satisfacción que han demostrado los consumidores y a la difusión *boca a oreja* que están recibiendo *cibercomercios* como el de los cítricos, que son los más conocidos en este área.

El auge de la venta directa tiene que ver con el interés del consumidor por comprar de otra manera y mejor calidad, pero, sobre todo, es consecuencia del esfuerzo de las administraciones autonómicas (especialmente en Andalucía, Murcia, Extremadura, Navarra y País Vasco), los sindicatos agrarios y otras entidades por buscar soluciones urgentes a la falta de rentabilidad de la actividad agroganadera en España. Además, es una forma de poner freno al alarmante abandono del campo, que hoy, según la Encuesta de Población Activa, apenas da trabajo a 893.000 personas, el 4,5% del empleo total.

## UN REACTIVADOR DE LA ECONOMÍA AGRARIA

Las cadenas cortas de comercialización son una de las formas más importantes de desarrollo del campo, generan más empleo que cualquier otra actividad rural, aportan más ingresos que la mayoría de actividades y, lo que es fundamental, producen más valor añadido neto para el agricultor o ganadero. Eso es lo que ha desvelado la *Encuesta Fair* –un estudio sobre la agricultura ecológica en España y otros cinco países comunitarios financiado por la Comisión Europea–, en el que se señala, entre otras cosas que, en Italia, el 34,6% de las explotaciones alimentarias funcionan total o parcialmente en canales cortos, lo que tiene mucho que ver con la buena salud del agro transalpino. En nuestro país, según esa misma encuesta, la situación es bastante distinta, ya que la venta de alimentos con pocos o ningún intermediario no supera el 7,4% del total, pero las ayudas que están poniendo en marcha las comunidades autónomas para apoyar a estas redes podrían elevar los porcentajes, según estimaciones del sector, hasta el 25% antes de acabar la década.

Particularmente interesante es una iniciativa de los sindicatos COAG y EHNE denominada Red ARCO (Agricultura de Responsabilidad Compartida) para coordinar un gran número de grupos de venta directa, tanto presencial como a distancia, y, siempre, con un único intermediario (que la red denomina “aliado necesario”) público



## En los casos en los que se utilizan los servicios de un intermediario, éste es público o sin ánimo de lucro

o sin afán de lucro. En estos momentos se están poniendo en marcha grupos ARCO en todo el país, aunque las comunidades más avanzadas en esto son Murcia, Andalucía, Galicia, País Vasco y Aragón. Uno de los que ya están funcionando es el promovido en la región de Murcia por ECOMUR, la Asociación de Productores, Elaboradores y Consumidores de Productos Ecológicos y/o Locales de Calidad. El comercio directo funciona, bien a través de la red (en la dirección de la propia asociación: [www.ecomur.org](http://www.ecomur.org)) o, para los que prefieren ver el género antes de decidir, el primer domingo de cada mes, en el mercado al aire libre de El Zacatín, en Bullas, un pueblo del interior de Murcia. En este mercado, apoyado por las autoridades municipales y regionales, todo el mundo puede adquirir una gran variedad de productos locales, tanto alimentarios como artesanos, pues se venden desde fruta o vino hasta hierro forjado, pasando por la cerámica o el encaje de bolillos.

“Yo soy productor de morcones, longanizas, jamón, lomo y demás a partir de chato murciano, una raza de cerdo autóctona en peligro de extinción, pero muy buena para elaborar embutidos porque tiene un porcentaje mayor de grasa saludable”, explica Salvador Sánchez Espín, propietario de la empresa de embutidos local Once Arrobas. “Vendiendo en mercados como el de El Zacatín –continúa–, donde estamos desde que abrimos nuestra empresa, en 2003, el margen de beneficio es mayor, claro, pero, sobre todo, es un sitio donde promocionar nuestros productos con un coste casi nulo: se le da a probar a la gente, algunos lo compran y otros nos van conociendo.” El éxito de este mercado y de la red ARCO, no sólo a la hora de vender los productos sino, también, de atraer turistas a esta localidad del interior murciano, está siendo estudiada en otras muchas comarcas rurales necesitadas de revitalizar su economía. ■

Más información en [Integral Práctica](#)

### FRUTA SIN QUÍMICA

Ramón Barrios, promotor de [www.3pfruits.com](http://www.3pfruits.com), junto con dos recolectores de manzanas en los campos que la empresa familiar tiene en Tèrmens, cerca de la ciudad de Lleida. Su objetivo es la producción de fruta con métodos que respeten la salud humana y el medio ambiente.