

Como empezar – Una guía para tener ventas exitosas durante el Mercado de Agricultores

Requerimientos Mínimos para el Manejo de Alimentos y Soporte Educativo para los Vendedores



Este guía fue financiado por El Departamento de Agricultura de Nebraska, desarrollado por Buy Fresh Buy Local® Nebraska (Compra fresco compra local) en asociacion con Center for Rural Affairs (Centro para Negocios Rurales).

Índice

| | | |
|--------|----|--|
| Página | 3 | Como Empezar |
| Página | 7 | Reglas del Mercado de Agricultores |
| Página | 9 | Regulaciones locales, Estatales y Federales |
| Página | 10 | Entendiendo el Mercadeo De sus Productos Dirigido directamente al Consumidor |
| Página | 11 | Exhibición |
| Página | 13 | Señales |
| Página | 14 | Precios |
| Página | 15 | Métodos de Venta apropiados |
| Página | 16 | Etiquetado, Muestras y Permiso Para Manejar Alimentos |
| Página | 17 | Lavarse las manos |
| Página | 18 | Otras Opciones de Mercadeo Directo |
| Página | 19 | Recursos |
| Página | 22 | Fuentes |

Como empezar – Una guía para tener ventas exitosas durante el Mercado de Agricultores

Requerimientos Mínimos para el Manejo de Alimentos y Soporte Educativo para los Vendedores



Mercadeo dirigido directamente al consumidor: comercializar los productos directamente al consumidor incluye ventas durante el mercado de agricultores, mercados en la misma granja, puestos de venta al borde de la carretera, ferias o festivales en la misma granja, ventas donde uno recoge sus propios productos. Todas estas formas de publicidad directa están incrementando en Nebraska. El objetivo principal de esta guía para cultivadores será el mercado de agricultores.

Mercado de Agricultores: están apareciendo a lo largo de la nación y los mercados de agricultores en Nebraska son una parte importante de la industria agrícola. Desde el comienzo de la primavera hasta el otoño, vegetales y frutas cultivadas localmente atraen a muchos consumidores que buscan alimentos frescos en las comunidades a través del estado.

Los mercados de agricultores son la forma más fácil para las pequeñas familias de agricultores y nuevos cultivadores, que viven y cultivan en pequeñas parcelas de tierra, que están buscando comercializar sus productos de manera directa en pequeñas cantidades. La inversión para publicitar y promocionar su granja es baja ya que el mercado generalmente afronta todo el costo. Hay una base de clientes lista y un local de bajo costo para vender los productos de su granja y recibir precios al por menor. Este tipo de comercialización te permite determinar tu propia variedad de productos para mantener una producción fija entre la demanda de tus consumidores y tus talentos individuales para cultivar y vender.



Para tener éxito, los mercados de Agricultores tienen que servir a los agricultores, los consumidores y a la comunidad, ofreciendo beneficios para asegurar el apoyo y las ganancias de todos los participantes

Antes de comenzar a vender en el Mercado de Agricultores

Hágase las siguientes preguntas



- **¿Es usted amigable?** ¿Le gusta conversar con sus clientes? Los clientes están interesados en saber acerca de usted, de sus productos y también quieren tener una gran experiencia. La satisfacción de los clientes es la clave para su éxito. Un cliente satisfecho es uno que se convertirá en un cliente continuo e importante para su negocio agrícola.

- **¿Tiene tiempo para estar fuera de la granja?** Tener suficiente reserva de productos es importante para usted, el mercado y los consumidores. Si usted está en el Mercado de Agricultores ¿quién estará plantando, cultivando, cosechando los productos, alistándolos para el mercado, transportándolos, ubicarlos y venderlos en el mercado?



- **¿Sabe usted lo que los clientes quieren, como lo quieren y cuando lo quieren?** ¿Está usted dispuesto a cultivar nuevos productos? ¿Sabe usted como deben ser cultivados? Si no, ¿sabe usted dónde conseguir la ayuda necesaria para tener un cultivo de calidad?



- **¿Ha considerado todos los costos para crecer en el mercado?** ¿Su tiempo (plantando, cultivando, recogiendo, seleccionando) empaque, señales, el puesto, los cobros, el seguro y la gasolina? Además ¿Tiene usted que contratar a alguien para que le ayude con estas responsabilidades? Usted tiene que desarrollar presupuestos, estados de cuenta y otros documentos para poder decidir si la venta directa al consumidor es posible para usted.

- **¿Tiene usted un plan de mercadeo?** ¿Ha determinado donde, a quien y a qué precios serán vendidos sus productos? Un buen plan de mercadeo empieza con el consumidor y luego se trabaja hacia atrás hasta llegar a la producción. Usted necesita saber lo que los consumidores quieren y como quieren ellos que esto sea cultivado. ¿Sabe usted que variedades están buscando sus clientes? ¿Cuáles son las mejores épocas para plantar estos cultivos?
- **¿Cómo le gustaría que su negocio se viese en 5 años?** ¿Cuáles son algunos de los pasos u objetivos que debe considerar para llegar ahí?

Sugerencia: El mercadeo no comienza después de que su cosecha crece. Al contrario, las opciones de mercadeo necesitan ser consideradas mucho antes de que la producción empieza.

Trate de visitar el Mercado de Agricultores repetidas veces antes de convertirse en un vendedor y considere:

- Converse con los granjeros acerca de sus experiencias
- ¿Quiénes son los clientes y que están comprando?
- ¿Cuál es el cobro para mostrar y vender sus productos?
- ¿Quién hace las reglas para el mercado? ¿Los vendedores dan su opinión?
- Hable con el manager del mercado para ver si su producto es uno que aporta al mercado de agricultores, es mejor que el de la competencia?
- ¿Cuál es el precio más alto y el más bajo que usted podría recibir y que circunstancias crean estos precios?
- ¿Cuál será su volumen de venta esperado para el año?





Reglas del Mercado de Agricultores

Para ayudar a que el mercado de agricultores se desarrolle sin percances generalmente se establecen los derechos y responsabilidades de los vendedores en el reglamento del mercado. Leer y entender las reglas le puede ayudar a seguirlas y prevenir cualquier malentendido. Asegúrese de mantener una copia de las reglas del mercado para poder revisarlas en caso se presente alguna pregunta.

Un contrato o acuerdo firmado por usted como vendedor y un mercado agrícola, expresando su intención de obedecer todas las reglas del mercado agrícola para poder participar como vendedor, crea un acuerdo legalmente vinculante entre usted y el mercado de agricultores.

Eligibilidad

Cada mercado agrícola tiene diferentes reglas o normas referentes a quien puede participar como vendedor en el mercado. Debajo se encuentra una lista de las reglas de elegibilidad comúnmente usadas.

Reglas de elegibilidad comúnmente usadas

- “Mercado solamente para productores”

Un mercado de agricultores “solamente para productores” es un mercado en el cual los vendedores participantes solo pueden vender lo que ellos mismos producen o recolectan. Esto es para asegurar de que las ganancias del mercado de agricultores vayan directamente a los productores locales de estos productos.

- ¿Qué puede vender?

Productos frescos de granja: Incluyendo frutas y vegetales frescos, hierbas, nueces, miel (no es necesario un permiso o una licencia), productos lácteos, huevos, productos avícolas, carnes, pescado. También incluidas en esta categoría se encuentran las flores recién cortadas, productos de viveros y plantas (estos requieren de un permiso, una licencia o un número de impuestos)

Productos agrícolas con valor agregado: Incluyendo conservas, mermeladas y jaleas, cidra, almíbar, salsas, carnes o pescados ahumados, frutas secas, productos horneados en casa (estos requieren de un permiso, una licencia o un número de impuestos).

- **“Compra al por mayor o reventa”**

“Compra al por mayor o reventa” es vender productos que usted no produjo. Algunos mercados de agricultores permiten el intercambio o reventa y otros mercados de agricultores no. Asegúrese si se requiere un permiso especial para poder ser un comprador al por mayor. Muchos mercados de agricultores disuaden a los vendedores de tratar de rebajar sus precios comparados con otros a propósito. Esto es especialmente cierto en mercados que permiten reventa – un vendedor podría comprar productos al por mayor a un precio menor a lo que costaría cultivarlo localmente. Distinguir su producto del de la competencia como un producto cultivado en su granja y por usted mismo podría ayudarlo con este problema. Además la reputación que usted desarrolle por ofrecer alimentos de alta calidad le permitirá mantener un precio más alto. La mejor estrategia para fijar precios en comparación con los de su competencia es saber cuál es su costo de producción.

- **Ubicación de su producción**

Algunos mercados limitan la elegibilidad de los agricultores que producen sus alimentos a una cierta región o número de millas desde el mercado. Esto es hecho a menudo para beneficiar a los agricultores locales, para minimizar la distancia que recorren los alimentos del campo al mercado y para maximizar la fresquedad.

- **Diversidad de los productos**

Algunos mercados agrícolas requieren que los agricultores entreguen una lista de los productos que van a vender junto con su aplicación. Esta lista es utilizada para determinar si los productos listados son necesarios. Esto se hace para establecer un mercado con productos diversos.

- **Inspecciones**

Un mercado agrícola podría tener una cláusula que requiere a los agricultores estar de acuerdo en permitir que el mercado inspeccione sus granjas para asegurarse de que se cumplan las reglas. Si un mercado tiene una regla en la cual un vendedor debe cultivar el producto o vivir a una cierta distancia del mercado este podría enviar a alguien para que visite la granja y confirmar que usted tiene la capacidad para producir la cantidad de alimentos que usted planea vender o que vive dentro de la distancia establecida.

Sugerencia: Como toda ley, las reglas del mercado pueden cambiar. El proceso para cambiar las reglas del mercado generalmente es mencionado en el reglamento, los estatutos de la asociación de productores o en el contrato.

Cada mercado tiene diferentes reglas para establecer quién puede participar como vendedor.

Regulaciones Locales, Estatales y Federales

Además de las reglas del mercado, su participación en el mercado de agricultores podría estar regida por leyes locales, estatales o federales. Dependiendo de donde se encuentra ubicado el mercado en Nebraska usted podría necesitar cumplir con reglas referentes a cosas como: el manejo y seguridad de los alimentos, permisos y licencias, recolección y reporte de impuestos de venta y prácticas agrícolas. La responsabilidad de cumplir todas las reglas oficiales depende de usted, es su responsabilidad contactarse con las agencias locales y estatales para averiguar cuáles son los requerimientos y tomar los pasos necesarios para cumplirlos.

Algunos ejemplos de los tipos de leyes que podrían aplicar son:

Leyes para obtener una licencia: para más información acerca de los requerimientos para inspecciones y obtención de licencias en Nebraska contacte al Nebraska Department of Agriculture (Departamento de Agricultura de Nebraska) (vea la sección de información para buscar información de contactos)

Regulaciones para el manejo seguro de los alimentos: algunas reglas podrían aplicarse a usted como vendedor participante en el mercado de agricultores. Estas regulaciones rigen el almacenamiento, exhibición, muestra y el transporte de los alimentos. Estos podrían estar incluidos en las reglas del mercado de agricultores, sin embargo usted debe cumplir todas las reglas estatales y federales requeridas.

Alimentos potencialmente peligrosos (alimentos propensos al crecimiento rápido y progresivo de bacterias o formación de toxinas) en un mercado de agricultores deben obtener una licencia. En la mayoría de los casos la inspección del procesamiento también es requerido. Mantenga en cuenta lo siguiente:

- Mantenga el área de venta limpia: desinfecte las superficies.
- Evite la acumulación de desperdicios y mantenga los contenedores de basuras cubiertos.
- Utilice utensilios para manejar los alimentos. Si utiliza guantes de plástico para manejar los alimentos quíteselos para manejar el dinero u otros artículos no alimenticios y replácelos con un par nuevo.
- Mantenga los alimentos a la temperatura apropiada mientras los vende en el mercado.

(Para mayor información vea el NebGuide acerca del manejo seguro de alimentos para los vendedores del mercado agrícola en la sección de recursos en esta guía)

Leyes de impuestos: los impuestos a las ventas (si usted vende productos que no son para consumo humano) son la responsabilidad de cada vendedor individual. Usted necesitara proveer su número de impuestos cuando se hace la aplicación para vender en el mercado (ver la sección de información para buscar información de contactos)

Seguro: Los vendedores podrían tener que presentar prueba de seguro de responsabilidad para sus productos. Es mejor verificar con el mercado para ver si esto es requerido.

Entendiendo el Mercadeo de sus Productos Dirigido Directamente al Consumidor

Los consumidores vienen al mercado de agricultores por diferentes razones las cuales generalmente incluyen:

- Ellos prefieren productos frescos y de más alta calidad. Usted no debe vender ningún producto que usted mismo no utilizaría.
- Los mercados de agricultores ofrecen una variedad de productos para escoger.
- Los productos están disponibles en grandes cantidades para enlatado o para conservas. Usted podría ofrecer descuentos para compras por volumen.
- Ellos disfrutan del ambiente del mercado y de conversar con los cultivadores de los productos. Es de ayuda conversar con la gente cuando se acercan a su puesto, sea amigable y respetuoso, garantice sus productos y reparta tarjetas de negocio con el nombre de su granja y su ubicación.
- A ellos les gusta apoyar la agricultura local.

Notas: _____

Exhibición

He aquí algunas sugerencias acerca de cómo atraer más clientes a usted en el mercado de agricultores

- Las muestras abundantes atraen la atención. “Apílelo alto y véalo volar”
- Muestras atractivas le dan una buena imagen a su puesto y generan compras impulsivas.
- Los contenedores deben ser atractivos y estar limpios.
- Los productos que tienen alta demanda deben ser ubicados de tal forma que los clientes que pasen por el frente puedan verlos fácilmente y los productos menos populares deben ser ubicados hacia atrás.



- Sus muestras también deben ser planeadas de tal manera que la calidad de sus productos se mantenga. Algunas prácticas generales para ayudarle a mantener la calidad de sus productos son:
 - Evite el contacto directo con la luz solar y movimiento excesivo del viento.
 - Mantenga los vegetales que tienen muchas hojas húmedas, echándoles agua con un spray o teniéndolas sobre hielo.
 - Mantenga las muestras llenas y a un nivel donde se puedan agarrar fácilmente. Los estudios muestran que un 75% de los productos vendidos son ubicados a la altura del codo y del hombro.
- Asegúrese de tener sus productos ubicados al menos 6 pulgadas sobre el suelo. Los alimentos para el consumo humano no deben ser ubicados en el suelo.
- Mostrar una combinación de colores, texturas y fragancias crea interés y emoción.
- Tenga una oferta básica de variedades de productos confiables que sus consumidores conozcan y que usted sepa crezcan bien en Nebraska.
- Re acomodar y re abastecer los productos durante la duración del día en el mercado mantiene las cosas ordenadas y atractivas.
- Tenga suficientes bolsas, cambio y sonrisas para mantener a los clientes felices.

- Trabaje al público. Por ejemplo: Salude y reconozca la presencia de los clientes que están esperando en línea en su puesto.
- Demuestre apuro y entusiasmo.
- Si las líneas son largas, considere contratar ayuda extra durante las horas pico.
- Eduque a sus clientes acerca de su negocio, sus métodos de cultivo y lo que usted está vendiendo en el mercado.
- Es más fácil poner precios altos desde el inicio que incrementarlos más tarde.
- Este listo para responder preguntas acerca de sus productos. Por ejemplo ellos le podrían preguntar dónde siembra sus productos, cómo cocinarlos o cómo preservarlos.
- Promueva ventas grandes ofreciendo descuentos por volumen.

Recuerde: Lo que el cliente quiere es calidad. Sus alimentos deben ser frescos, deliciosos y manejados con cuidado. Deben estar limpios y empacados apropiadamente. Sus productos son su mejor promoción.

Sugerencia: Ofrezca recetas que incluyan 5 o 6 de sus productos y tenga estos productos ordenados juntos en su muestra.

Usted también puede proveer un boletín explicando cómo cultiva usted sus productos y otras notas interesantes acerca de su granja.

Notas: _____

Señales: Estas ayudan a que sus productos resalten en el mercado. Utilícelas para mostrar sus precios y dar a sus clientes información interesante acerca de sus productos y su granja. Usted nunca puede ofrecer demasiada información a sus clientes.

Muestre señales pequeñas (Materiales en el punto de venta son materiales que usted entrega a sus clientes en el momento de la venta para educarles acerca de su compra) al lado de sus productos que identifiquen claramente su producto y el precio. Usted tiene productos de calidad en el mercado que son cultivados con buenas prácticas de agricultura y usted debe predicar esto de tal manera que no dé la impresión de ser un “producto de gancho” como lo hacen en los grandes supermercados.



Tenga una pizarra grande que muestre todos sus productos y los precios. Cuando usted agote un producto escriba “sold out” (agotado) al lado de este, esto le permite al cliente saber lo que usted cultiva y ellos pueden hacer un pedido.

Sugerencia: Usted se dará cuenta que las buenas técnicas de mercadeo valen la pena, al igual que las buenas prácticas de agricultura.

Identificación de la Granja o Negocio: Una señal colorida y creativa le ayudara a que la gente lo recuerde y a convertirse en un cliente continuo. A usted se le requiere poner una señal identificando el nombre de su granja o negocio y donde esta se encuentra ubicada. Las señales no deben ser más pequeñas que 24” de ancho por 8” de alto.



Precios: Una de las preguntas más frecuentes hecha por los vendedores durante el mercado de agricultores es ¿Cómo decido el precio para mis productos? Generalmente los precios en el mercado de agricultores son establecidos por lo que el mercado puede afrontar y son generalmente más altos que otros productos similares disponibles en las tiendas locales.

Conozca su costo de producción: esto incluye su trabajo en cultivar, vender, transportar, empacar y mercadear sus productos. Así como su equipo, el seguro, los permisos, sus materiales y otros bienes relacionados al negocio.

Una nueva herramienta de planeamiento, Local Market CALC (Mercado Local CALC), desarrollado por Roger Wilson, analista de presupuestos económicos agrícolas de la Universidad de Nebraska, puede calcular el costo de mercadeo de siembras individuales (Ver la sección de recursos para más información)

Como anunciar sus precios:

- Escriba el precio por unidad de cada producto utilizando números enteros.
- Use tarjetas con los precios (evite poner precios con 9's)
75¢ no 79¢
\$1 no 99¢

Sugerencias para ajustar sus precios:

- Es más fácil bajar los precios que subirlos.
- Es difícil aumentar los precios luego de haber sido reducidos
- La meta es ganar dinero (ver la línea final)

Sugerencias adicionales para fijar los precios:

- Los precios deben reflejar la calidad, originalidad, servicio y conveniencia que proveen.
- Comunique la diferencia en calidad a sus clientes.
- Los clientes fijos aprecian los precios fijos.
- Producto único = fije su propio precio
- Producto común = menos opción para fijar el precio

Métodos de Venta Apropriados

La venta al por menor de frutas, vegetales y otros artículos está regulado por el Decreto de Pesos y Medidas de Nebraska.

Método de venta: Los productos pueden ser vendidos por peso, unidad o medida. Por ejemplo:

- Venta directa por peso: Tomates \$1 la libra
- Por peso en forma pre empacada: Paquete de dos libras por \$2 cada paquete
- Por unidad: Tomates 6 por \$3.00: Sandias \$4 cada una
- Por medida: Tomatillo cherry \$3 por un cuarto.

Balanzas: Los vendedores que desean vender sus productos por peso deben proveer su propia balanza. Las balanzas deben de ser “legales para el comercio” y están sujetas a inspección. La balanza debe ser legible y de fácil vista para los clientes durante las transacciones de negocios. Para obtener una lista de compañías donde se pueden comprar estas balanzas contacte al Nebraska Department of Agriculture (Departamento de Agricultura de Nebraska) división de Pesos y Medidas (ver las sección de recursos para información de contactos) Las balanzas marcadas como “no legales para el comercio” no son aceptables.

Es la responsabilidad del dueño de la balanza tener esta inspeccionada y mantener la exactitud de la misma. Las balanzas deben ser inspeccionadas anualmente.

Venta de productos pre empacados: ocurre cuando usted pesa y empaqueta el producto indicando una cantidad en el paquete antes del momento de la venta. (Bolsa de papas de 3 libras, bolsa de arvejas de 2 libras). Las balanzas utilizadas para el pre empaque no tienen que cumplir los requerimientos del decreto de Pesos y Medidas de Nebraska, sin embargo, el paquete debe contener al menos el peso especificado en la etiqueta. Todos los productos pre empaquetados deben de tener una etiqueta individual que contenga:

- El nombre del producto
- Que establezca la cantidad (peso, medida o unidades). La indicación del peso debe ser el peso neto (el peso del producto sin incluir el peso del contenedor o bolsa)

La medida es un contenedor estándar de una pinta o un cuarto. Cuando compre los contenedores asegúrese de que cumplan con la definición legal de una pinta, un cuarto, un peck (2 galones), etc. El contenido debe estar nivelado con la parte de arriba del contenedor en el momento de la venta.

Etiquetado: todos los alimentos empacados deben de estar debidamente etiquetados con el nombre común del producto (ej. Habichuelas), nombre y dirección del agricultor, el contenido neto (peso o unidades o medida). Al vender productos horneados usted debe listar los ingredientes en orden descendiente de acuerdo al peso.



Muestras: La promoción de un producto, donde una muestra del producto es ofrecida sin cobro alguno para demostrar sus características, no requiere de una licencia. Esta puede ser una buena manera de introducir sus vegetales o frutas frescas, pero usted debe saber lo que es permitido en el mercado. Las guías especiales del departamento de salud pueden ser utilizadas en los puestos de los vendedores para las demostraciones y muestras. Además de lavarse las manos hay otros procedimientos que protegerán a sus clientes. Consulte con el inspector de su departamento de salud local acerca de estas regulaciones.

Prepare muestras en casa y siempre enjuague las frutas y vegetales en agua potable antes de cortarlos. Usted no debe utilizar otras sustancias a parte de agua potable a menos que esta haya sido aprobada para utilizarse en los alimentos. Muchos jabones podrían en realidad hacer que los alimentos sean menos seguros, las soluciones de lejía o blanqueador no son recomendadas para este propósito. Mantenga las muestras refrigeradas cuando las transporte y muéstrelas sobre hielo.

Las muestras deben ser cubiertas para protegerlas de los insectos, polvo y otros contaminantes cuando no están siendo probadas por los clientes.

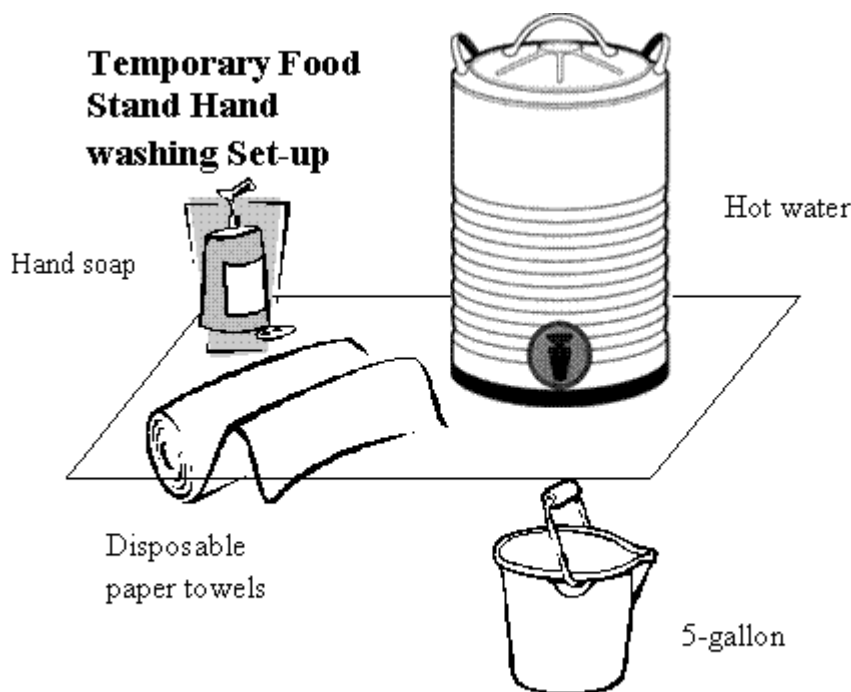
La manera como ofrece las muestras debe estar organizada de tal manera que los clientes no puedan tocar otra muestra a parte de la ellos mismos cogen. Los palitos de diente son útiles; clavar uno en cada muestra puede evitar que se rehúsen.

Permiso Para Manejar Alimentos (Food handler's permit): todos los vendedores de alimentos preparados o alimentos horneados deben de tener un permiso para manejar alimentos que esté vigente o un permiso especial del mercado de agricultores indicando que el producto no fue preparado en un lugar que cuenta con licencia y es preparado en el hogar de la persona. Consulte con su inspector del departamento de salud o el manager del mercado acerca de estas regulaciones.

Lavarse las manos: lavarse las manos es una tarea muy importante que muchos vendedores hacen – o dejan de hacer- sin darse cuenta. Para proteger la salud de los clientes, los vendedores del mercado de agricultores deben de seguir lo siguiente: Usted siempre debe lavarse las manos por mas o menos 20 segundos incluyendo una fricción vigorosa, por al menos 10 a 15 segundos, enjuagarse entre los dedos, manos y parte de los brazos expuestas al contacto directo con los alimentos, seguido de un enjuague con agua limpia y corriente.

Como organizar una estación para lavarse las manos: una pieza clave es un contenedor cerrado que pueda cargar la cantidad correcta de agua para la duración del día en el mercado. El contenedor debe de tener un caño que permita un flujo constante de agua para lavarse las dos manos. Estos los puede encontrar en las tiendas que venden artículos para acampar. Otros componentes requeridos son: agua, jabón, toallas de papel desechables y una especie de lavatorio que reciba el agua de desperdicio.

Los vendedores pueden utilizar desinfectante de manos o toallitas húmedas, pero no como sustituto para lavarse las manos.



(Organización de una estación temporal para lavarse las manos: agua caliente, jabón de manos, toallas de papel desechables, recipiente de 5 galones)

Los guantes desechables no eliminan la necesidad de lavarse las manos; pueden ser de utilidad en algunos casos para evitar el contacto directo con los alimentos. Si usted utiliza guantes estos deben ser utilizados sólo una vez y luego desechados cuando termine alguna tarea, cuando se ensucian o si la tarea es interrumpida.

Otras Opciones de Mercadeo Directo:



Tiendas de abastos locales, restaurantes y vendedores al por mayor

Las tiendas de abastos locales y los restaurantes algunas veces están dispuestos a comprar directamente del productor a través de entregas directas a la tienda. La paciencia es un requerimiento, ya que las ventas de sus productos se basan en buenas relaciones desarrolladas con el tiempo.

Lo que debe considerar al vender a tiendas de abastos, restaurantes y Vendedores al por mayor:

- ¿Puede usted sembrar y cosechar al nivel de calidad que el mercado de ventas al por mayor requiere?
- ¿Cuáles son los costos de producción? ¿Tendrá usted los fondos suficientes para operar todo el año y continuar el negocio de ventas al por mayor?
- ¿Tiene usted el tiempo y las habilidades necesarias para encargarse de esta nueva empresa? Y si no, ¿Cuál sería el costo (en dólares y tiempo) para adquirir las habilidades necesarias para poder hacerse cargo?
- ¿Existe alguna regulación legal o algún aspecto de responsabilidad legal asociado con la venta al por mayor?
- ¿El negocio de ventas al por mayor requiere algún tipo especial de registro de cuentas que provea información para usted y el negocio?
- La mayoría de las grandes cadenas de tiendas quieren que el control de calidad se realice cuando el producto pasa por un centro de distribución regional. ¿Requerirá usted inicialmente de los servicios de un agente de ventas al por mayor? Si es así, ¿Tienen ellos algún requerimiento especial (entrega, empaque, volumen, etc.)? Converse con el encargado de los productos en el supermercado para discutir las posibilidades de mercadeo.

Requerimientos para abastecedores locales y restaurantes:

- Una calidad consistente, ya que ellos necesitan un buen incentivo para interrumpir sus pedidos anuales para su tienda o restaurante.
- Entregas confiables, ya que los abastecedores y los restaurantes cuentan con que las entregas del producto se hagan en el tiempo acordado.
- Los vendedores al por mayor tienen acuerdos con los abastecedores y los restaurantes acerca de lo ellos tendrán disponibles, ellos cuentan con la entrega a tiempo del producto acordado con el agricultor. Estos compradores generalmente tienen requerimientos específicos y de gran demanda para garantizar la uniformidad del producto, tipo de contenedores, enfriamiento. Transporte y entrega del producto fresco. En algunos casos al agricultor se le requiere proveer las calcomanías para verificar el precio (PLU) ya puestas en su lugar.

Recursos

Un número de organizaciones se encuentran trabajando actualmente para crear nuevas oportunidades de mercadeo para los sembradores de vegetales en Nebraska:

Buy Fresh Buy Local Nebraska (Compre Fresco Compre Local Nebraska): Es un programa pagado de mercadeo, educación y alcance, que promueve la compra y disfrute de alimentos cultivados localmente. Tiene un grupo de miembros en todo el estado compuesto de agricultores, granjeros, mercados de agricultores, escuelas, instituciones, negocios de venta e individuos que apoyan a las familias de agricultores y granjeros locales, su producción sostenida de alimentos y entienden la importancia de sistemas de alimentos locales que crean individuos y comunidades saludables y vitales.

402-472-5273
103H Miller Hall,
Lincoln, NE 68583-0711
www.buylocalnebraska

Center for Rural Affairs (Centro de Asuntos Rurales): comprometidos en construir comunidades que sostienen la justicia social, oportunidad económica y administración ambiental. Nosotros promovemos que la gente acepte su responsabilidad personal y social para crear estas comunidades. Nosotros proveemos oportunidades para que la gente participe en las decisiones que forman la calidad de sus vidas, sus futuros y el de sus comunidades. El centro participa en investigación, educación, defensa y trabajo de servicio para una visión más amplia del futuro rural de América.

P.O. 136
Lyons, NE 68038-0136.
(402) 687-2100
info@cfra.org

Nebraska Department of Agriculture (Departamento de Agricultura de Nebraska):

División de Promoción y Desarrollo: mantiene un directorio de los sembradores de vegetales de Nebraska, cooperativas de mercadeo, mercados de agricultores y es el contacto para el programa de nutrición al adulto mayor del mercado de agricultores (Farmer's Market Senior Nutrition Program).

301 Centennial Mall South
P.O. Box 94947
Lincoln, NE 68509-4947
Teléfono: (402) 471-4876
Número Gratuito en los Estados Unidos: 800-422-6692
Fax: (402) 471-2759

División de Pesos y Medidas: tiene información de los tipos correctos de balanzas que se pueden utilizar en las ventas directas al consumidor y otra información vigente acerca de los métodos apropiados de venta.

301 Centennial Mall South
P.O. Box 94757
Lincoln, NE 68509-4757
Teléfono: (402) 471-4292
Fax: (402) 471-2759

División de Alimentos: el propósito del Nebraska Pure Food Act (Decreto de Alimentos Puros de Nebraska) y el Nebraska Food Code (Código de Alimentos de Nebraska) es el de salvaguardar la salud pública y proveer a los consumidores, alimentos que son seguros, no adulterados y preparados honestamente. El Código de alimentos se basa en factores desarrollados científicamente centrándose en la salud pública y la prevención de enfermedades originadas por los alimentos.

301 Centennial Mall South
Lincoln, Nebraska 68509
Teléfono: (402) 471-2536
Fax: (402) 471-2759

Bureau of Plant Industry (Agencia de la Industria de Plantas): tiene información acerca de la venta de plantas y semillas.

301 Centennial Mall South
P.O. Box 94756
Lincoln, NE 68509-4756
Teléfono: (402) 471-2394
Fax: (402) 471-6892

Contacto para productos avícolas y huevos: para obtener su permiso gratuito para huevos

University of Nebraska
A103 Animal Science
P.O. Box 830908
Lincoln, NE 68583-0908
Teléfono: (402) 472-2051
Fax: (402) 472-4607

Requerimientos para la regulación y manejo seguro de alimentos para los mercados de agricultores y shows de manualidades: es una publicación creada por el Departamento de Agricultura de Nebraska (Nebraska Department of Agriculture) delineando las regulaciones estatales.

http://www.agr.ne.gov/pub/daf/food_safety_farmers_markets.pdf

Asociación de Cultivadores de Vegetales de Nebraska (Nebraska Vegetable Growers

Association): es una red de cultivadores estatales de productos, esta provee programas educativos y eventos sociales.

Ryan A. Pekarek
2450 Road O
Dwight, NE 68635
ryanpekarek@hotmail.com
402-641-3305l

Nebraska Department of Revenue (Departamento de Ingresos de Nebraska): contactar para obtener un número de impuestos.

301 Centennial Mall S
Lincoln, NE 68508-2529
402- 471-2971
www.revenue.ne.gov

University of Nebraska- Lincoln (Universidad de Nebraska – Lincoln)

Extensión de Servicios Cooperativos: muchos de los agentes de las extensiones del condado conocen acerca de las oportunidades de mercadeo y producción en sus condados. Ellos pueden proveer información acerca de la producción de vegetales y acceso a especialistas de mercadeo y producción. Además, las oficinas de extensión del condado deben tener acceso a los directorios de la industria de productos alimenticios como “The Red Book” (El libro rojo) o “The Blue Book” (El libro azul). Estas publicaciones tienen una lista de compradores de productos alimenticios por ciudad y por estado, también incluyen índices para la rapidez con la que se efectúan los pagos y otra información pertinente.
<http://www.extension.unl.edu>

LocalMarketCALC: los costos de mercadeo pueden ser importantes cuando los productores que venden localmente están evaluando sus alternativas de mercadeo. La hoja de cálculo de EXCEL, LocalMarketCALC, ayuda a los productores a estimar todos los costos relacionados y a destinarlos entre los mercados y las empresas.

www.agecon.unl.edu/resource/hortbudgets/marketingcalc.html

NebGuides (Guías)

Manejo seguro de alimentos en el Mercado de Agricultores # G1706

Guías de Pesos y Medidas para las Ventas en el Mercado de Agricultores, Puestos al Lado de La Carretera y Otros Centros Comerciales # G1944

Fuentes

Gibson, Eric (1994) *Sell What You Sow! The Grower's Guide to Successful Produce Marketing*. (Vende lo que cultivas! La guía para sembradores para poder mercadear sus productos con éxito) New World Publishing, Carmichael, CA

Oregon Department of Agriculture(2003), *Farmers Markets Guidelines, Minimum requirements for food safety* (Departamento de Agricultura de Oregon (2003), Guías para los Mercado de Agricultores, Requerimientos Mínimos para la seguridad de los alimentos)

Marketing Options for commercial Vegetable Growers (Opciones de Mercadeo para Sembradores Comerciales de Vegetales), Cooperative Extension Service (Extensión de Servicios Cooperativos), Brent Rowell, Especialista de la Extensión de Vegetales, Tim Woods, Especialista de la Extensión de Mercadeo Horticultural, Jim Mansfield, Director, División de Valor Agregado de Horticultura y Acuicultura , Universidad de Kentucky, Facultad of Agricultura

Food Safety for Farmers' Markets (Seguridad de los alimentos para los Mercados de Agricultores), Karen Gast, Extensión de Horticultura, Post cosecha y Mercadeo, Kansas State University, Estación de Agricultura de Experimento y Extensión de Cooperativa de Servicio. (1997)

Bienvenido a la Federacion del Mercado de Agricultores de New York, desarrollado por la Federacion del Mercado de Agricultores de New York y subvencionado por el Programa de Desarrollo Profesional (NE SARE Professional Development Program)

Apéndice

NebGuides (Guías)

Manejo seguro de alimentos en el Mercado de Agricultores # G1706

Guías de Pesos y Medidas para las Ventas en el Mercado de Agricultores, Puestos al Lado de La Carretera y Otros Centros Comerciales # G1944

Requerimientos para la regulación y manejo seguro de alimentos para los mercados de agricultores y shows de manualidades: es una publicación creada por el Departamento de Agricultura de Nebraska (Nebraska Department of Agriculture) delineando las regulaciones estatales.



Buy Fresh Buy Local Nebraska is a part of FoodRoutes Network, a national non-profit organization providing technical support to community based groups working to strengthen regional markets for locally grown foods



Promueve la compra y disfrute de alimentos cultivados localmente para todos los habitantes de Nebraska



La extensión es una división del instituto de Agricultura y Recursos Naturales (Institute of Agriculture and Natural resources) en la Universidad de Nebraska-Lincoln cooperando con los condados y el departamento de Agricultura de los Estados Unidos (United States Department of Agriculture

La extensión de programas educacionales de la universidad de Nebraska- Lincoln se rige por la política de no discriminación de la Universidad de Nebraska-Lincoln y el Departamentode Agricultura de los Estados Unidos (United States Department of Agriculture