Seminario-taller “Nuevos canales de comercialización directos al consumidor”

Eventos
El objeto del taller es romper con la barrera existente entre productores y consumidores, agilizando la gestión y reduciendo intermediarios.

Los Canales Cortos de Comercialización (CCC) son aquellos canales en los que los productos o servicios agroalimentarios en circulación tienen uno o ningún intermediario entre productor y consumidor (pequeñas tiendas, grupos de consumidores, mercadillos, restaurantes, colegios...). Esta nueva apuesta (y a su vez, la más tradicional) viene impuesta por la situación predominante y de monopolio que la gran distribución alimentaria ha obtenido con el desarrollo de la globalización, que supone pérdida de rentabilidad para los productores y abuso hacia los consumidores, siendo por tanto necesario el contraponer una estrategia de comercialización directa entre productores y consumidores basados en la confianza y la calidad.

El tipo de experiencias que agrupamos dentro de esta categoría suele compartir además una base territorial común entre producción y consumo que permite una relación directa entre ambos extremos de la cadena agroalimentaria, por lo que se suele hablar de mercados locales como un concepto ligado al de CCC. Algunas de las modalidades de las que hablaremos en este seminario son fórmulas tradicionales de distribución de la producción agraria que han sido retomadas en el proceso de ruralización como la venta en finca o los mercadillos de productores. Además de éstas, han surgido formas novedosas de comercialización ligadas a la producción ecológica, tales como los Grupos de Consumo (GGCC) de alimentos ecológicos, los sistemas de suscripción en base a la distribución periódica de lotes de productos de composición preestablecida, la venta por internet, o la distribución.

OBJETIVOS DEL CURSO

• Impulsar la comercialización directa entre el productor y el consumidor, en contraposición a la gran distribución e intermediación.
• Fomentar la Agroecología.
• Promover la generación de empleo y la economía social.
• Contribuir a la mejora económica y social del mundo rural.

ÍNDICE

1. Evolución del sistema agroalimentario. Principales canales de comercialización.
2. Agroecología.
3. Canales cortos de comercialización. Papel de productores y consumidores.
4. Reconocimiento y relaciones mutuas entre productores y consumidores.
5. Asesoramiento y apoyo.
6. Generación de empleo y economía social.
7. Experiencias de canales cortos de comercialización. Debate.

Prodetur
Lugar:
SEDESA (Sociedad Ecijana para el Desarrollo Socioeconómico), Camino del Físico s/n, Écija (Sevilla).

Contacto:
Prodetur.

Teléfono: 954 48 66 83
Email: mesanchez@prodetur.es
Enlace: http://www.prodetur.es