

CONECTANDO CON COMPRADORES ORGÁNICOS - GANADO, CARNE Y AVES DE CORRAL

GUÍA DE RECURSOS: MARZO DE 2025



Esta Guía de Recursos describe las mejores **prácticas, consideraciones y recursos para el comprador**, orientados a la exploración de los mercados de ganado, carne y aves de corral orgánicos. Está diseñada para agricultores y ganaderos que están en transición a la producción orgánica o que buscan fortalecer y expandir sus relaciones con el mercado orgánico.

A medida que la demanda de productos orgánicos continúa creciendo, comprender las expectativas de los compradores, la dinámica del mercado y las estrategias para establecer relaciones es esencial para el éxito y la rentabilidad a largo plazo. Esta guía sirve como un complemento práctico para ayudar a los productores a prepararse mejor para la comunicación con los compradores, las conversaciones y las colaboraciones continuas.

El Programa Nacional de Asociación para la Transición a lo Orgánico (TOPP) apoya a los agricultores y ganaderos orgánicos y en transición a través de recursos de mercado, incluidos eventos de descubrimiento entre compradores y vendedores y talleres de desarrollo de mercado.

Los conocimientos y las mejores prácticas compartidos en esta guía surgieron de una serie de seminarios web nacionales de **tres partes sobre los mercados de ganado orgánico**, celebrada en marzo de 2025, con la participación de agricultores y compradores orgánicos de todo Estados Unidos.

Para obtener más información y encontrar eventos cerca de usted, visite www.organictransition.org/region/national/events



RESUMEN DE LA SERIE DE SEMINARIOS WEB:

Esta serie de seminarios web sobre mercados orgánicos exploró temas clave que configuran el futuro de los mercados orgánicos de ganado, carne y aves de corral, con un fuerte enfoque en las perspectivas de los compradores y las relaciones entre agricultores y compradores.

Seminario web 1: Retorno de la inversión en mercados de la transición orgánica para ganaderos (Grabado)

Los ganaderos orgánicos compartieron información práctica sobre el retorno de la inversión y el acceso al mercado:

- Jason Walker, StarWalker Organic Farms (CA)
- Kate Brewster, Brewster Ranch (WY)
- Ben Coerper, Wild Harmony Farms (RI)

Seminario web 2: Perspectivas del comprador sobre el abastecimiento orgánico (Grabado)

Esta sesión presentó información sobre los compradores, tendencias de los consumidores y datos de compra basados en valores:

- Simons Cutts, vicepresidente de relaciones minoristas, SPINS
- Erik Lind & Jeff Soto, Meat & Seafood Buyers, PCC Mercados comunitarios (WA)
- Mike Leveille, Fresh Category Manager, The Common Market (MD)
- Gary Stevens, Director de Ventas Minoristas, Charcutnuvo (Mercado de valor añadido)

Seminario web 3: Preguntas y respuestas entre agricultores y compradores (no grabado)

Una conversación abierta entre agricultores y compradores para fomentar un diálogo franco. Las notas y las conclusiones clave de esta sesión se reflejan a lo largo de esta guía.

Conclusiones clave/Mejores prácticas

ENCONTRAR AL COMPRADOR ADECUADO:

Adapte el tamaño de su granja al tipo de comprador adecuado:

- **Operaciones más pequeñas:** minoristas independientes locales, cooperativas, instituciones
- **Granjas de escala media:** minoristas regionales, centros de alimentos, compradores institucionales

Utilice las herramientas y redes disponibles



- Busque en la **base de datos de integridad orgánica (OID por sus siglas en inglés)** por ciudad o estado
- Contáctese con socios orgánicos regionales
- Solicite a socios de confianza recomendaciones y presentación de compradores.



QUÉ DEBE SABER ANTES DE LLAMAR:

Antes de realizar el acercamiento inicial, tómese el tiempo para prepararse.

Esté preparado para:

- Identificar al comprador o al responsable de la decisión de categoría por su nombre
- Dar seguimiento de cada llamada telefónica con un correo electrónico.
- Comunicar claramente lo que hace que su producto sea único
- Resaltar sus prácticas de producción, valores y estándares de calidad.
- Un acercamiento profesional y preparado transmite confiabilidad y respeto por el tiempo de los compradores.

CÓMO PROGRAMAR SU ALCANCE:

Los compradores están ocupados y el tiempo importa.

Mejores prácticas para contactar a los compradores:

- Llamar durante el horario laboral habitual (8:00 a. m. a 4:00 p. m.)
- De martes a jueves suelen ser los días más productivos.
- Las mañanas tempranas (incluso a las 7:00 a.m.) pueden ser efectivas
- Tenga en cuenta las zonas horarias y los horarios de almuerzo.
- Los compradores pueden que estén más disponibles mientras viajan entre ubicaciones

DESARROLLÉ UNA HISTORIA DE MARCA CLARA:

Los compradores, especialmente los minoristas pequeños y regionales, quieren entender quién es usted y cómo opera.

Sus materiales deben incluir:

- Nombre y logotipo de la granja o rancho (si está disponible)
- 2 o 3 fotos que ayuden a los compradores a visualizar su operación
- Una breve descripción (2 o 3 oraciones) que refleje su misión e historia
- Una identificación clara del ganado que cría (por ejemplo, carne de res alimentada con pasto, aves de corral criadas en pastura)

Sea específico sobre la escala y el formato del producto:

- Volumen y frecuencia estimados (p. ej., semanal, mensual)
- Presentación del producto (p. ej., animales enteros, mitades, cuartos, completamente cortado y envasado)
- Una marca clara ayuda a los compradores a evaluar compatibilidad y a comunicar su historia internamente.

ENVÍOS Y LOGÍSTICA:

Esté preparado para discutir la logística al comienzo de la conversación.

Considere y aclare:

- Quién es responsable de la entrega o la recolección
- Si los productos se envían frescos o congelados
- Formato del empaquetado (cortado y envasado, guarniciones, cuartos)
- Relaciones con procesadores o carniceros que puedan ayudar con la entrega

PREGUNTAS FRECUENTES:

¿Qué buscan los compradores al seleccionar socios agrícolas?

- Certificado orgánico
- Calidad y confiabilidad constantes
- Auditorías de seguridad alimentaria, según sea necesario (p. ej., USDA GAP)
- Empaquetado y comunicación profesionales
- Iniciativa y compromiso con las certificaciones
- Comprensión clara de los costos de producción y precios

¿Quién es responsable de la entrega: el agricultor o el comprador? La responsabilidad varía según el comprador y la escala. Siempre discuta y confirme las expectativas con anticipación.

¿Quién fija el precio? El precio depende de la escala, la ubicación y el historial de relaciones.

- Los productos hiperlocales pueden alcanzar precios más altos debido a la calidad y los costos de los insumos.
- Los precios a gran escala suelen ajustarse más a las estructuras de costos nacionales.
- Muchos compradores buscan precios justos que fomenten relaciones a largo plazo.
- Las negociaciones sobre precios suelen ser colaborativas; los agricultores deben conocer sus costos para evitar precios demasiado bajos o demasiado altos.

Recuerde:

Su explotación ganadera o rancho es único

Los compradores valoran las relaciones sólidas, la transparencia y la consistencia. Compartir su historia, sus prácticas de gestión y su compromiso con la calidad ayuda a diferenciar sus productos, incluso en mercados competitivos.

CONÉCTESE CON NOSOTROS

¿Necesita ayuda con el acceso al mercado, la conexión con compradores o la planificación de la transición orgánica?

El equipo de Consultoría de Mercados de Rodale Institute está aquí para ayudarle.

Correo: Markets@RodaleInstitute.org

Teléfono: [\(610\) 683-1416](tel:(610)683-1416)

