



PROJETO "REDE LEADER 2020: Qualificar, Cooperar, Comunicar"

Oficinas de Capacitação sobre os Circuitos Curtos Agroalimentares, abril e maio 2017

MÓDULO 2 : Modalidades de CCA e Produtos Comercializáveis

Ana Entrudo - DGADR



abril 2017



Direção-Geral de Agricultura
e Desenvolvimento Rural





Algumas Modalidades de CCA

- Venda na Exploração
- Venda por cabazes
- Venda em Pontos de Venda Coletivos
- Venda à Restauração comercial
- Venda ao Comércio Local
- Venda em Mercados
- Venda à Restauração Coletiva



Venda na Exploração Agrícola

Venda direta dos produtos próprios, num local específico na exploração agrícola



com equipamentos adequados aos produtos que comercializa: bancadas para legumes e frutas, bancadas com refrigeração para os produtos lácteos e carne.

O atendimento dos clientes é feito pelo produtor, por familiares ou empregados da exploração



Venda na Exploração Agrícola

Condições para a sua viabilização:

- ✓ A oferta de produtos deve ser **diversificada**, com **produtos exclusivos** ou de **qualidade** e durante **todo o ano**, para atrair e fidelizar clientes;
- ✓ A exploração tem de ter **boas acessibilidades** e localizar-se perto de centros urbanos;
- ✓ Disponibilizar um espaço para **estacionamento adequado** e perto do local de venda;
- ✓ Criar um **espaço de venda agradável** para o cliente;



Venda na Exploração Agrícola

Condições para a sua viabilização:

- ✓ Estabelecer um horário de funcionamento adaptado ao estilo de vida dos cliente (abertura aos fins de semana e em horários pós-laboral);
- ✓ Sinalizar adequadamente a localização e acessos à exploração e ao local de venda dentro da exploração.
- ✓ Criar estratégias de comunicação que promovam a qualidade e especificidades dos produtos;
- ✓ Organizar atividades de animação na exploração agrícola para criar relações de proximidade com os consumidores.



Venda na Exploração Agrícola

Vantagens

- Não é necessário deslocações para vender;
- Recebimento imediato e direto do pagamento das vendas;
- Maior margem de lucro para o produtor

Inconvenientes

- Risco de interrupção frequente do trabalho - necessidade de definir horário de funcionamento;
- Atividade variável em função das estações do ano e das produções;
- Necessidade de prever a *gestão de produtos não vendidos.*



Venda por cabazes

Venda direta de um conjunto diversificado de produtos agroalimentares, locais e sazonais, com **entrega regular**, num **local previamente combinado** entre o produtor e o consumidor (domicílio do consumidor, sede de empresa, exploração agrícola, cooperativas, lojas e outros locais).

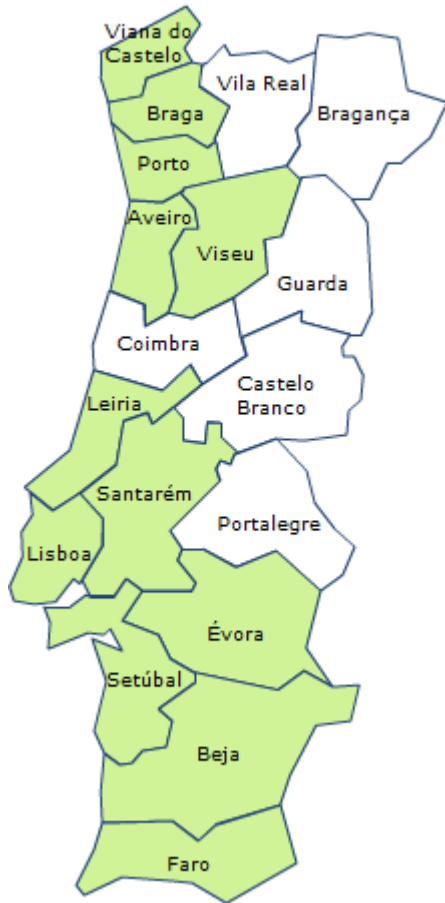
Os cabazes podem ter uma **constituição, tamanho e regularidade** de entrega diversos.

Venda de cabaz com contrato, existindo um conjunto de compromissos assumidos entre produtor e consumidor, por um período fixo de tempo (em geral de 3 ou 6 meses) e em alguns casos com pré-pagamento.



Venda por cabazes

Núcleos PROVE



Semana 16 de 2017 {16-04-2017 a 22-04-2017}



Cabaz Grande {€ 30,00}

8 VEGETAIS + 4 FRUTAS + 1 EXTRA



Cabaz Médio {€ 25,00}

6/7 VEGETAIS + 3 FRUTAS + 1 EXTRA



Cabaz Pequeno {€ 20,00}

6 VEGETAIS + 3 FRUTAS



Venda por cabazes

Condições necessárias para a sua viabilização:

- ✓ Existir um centro urbano próximo, com um número suficiente de consumidores preocupados com a alimentação, saúde e ambiente e interessados em adquirir produtos locais, saudáveis e de qualidade;
- ✓ Garantir diversidade e variedade de produtos ao longo de todo o ano (planear a produção e/ou cooperar com outros produtores);
- ✓ Garantir a qualidade dos produtos comercializados;
- ✓ Dispor de um local para preparar e organizar os cabazes, sem encargos de aluguer, com uma localização próxima da exploração e do local de entrega dos cabazes; com condições adequadas às diferentes situações climáticas e que permita garantir o cumprimento das regras de higiene;



Venda por cabazes

Condições necessárias para a sua viabilização:

- Organizar um sistema de encomendas acessível, prático e claro;
- Criar um sistema de entregas adequado aos clientes, respeitando os compromissos acordados: produtos, a regularidade e pontualidade;
- Selecionar locais de entrega acessíveis, com condições que permitam descarregar os cabazes, estacionar os veículos dos consumidores, área suficiente para colocação de todos os cabazes e espaço para encontro entre produtores e consumidores;
- Os produtores devem ter disponibilidade para estabelecer uma relação de proximidade com os consumidores, auscultando regularmente o seu grau de satisfação e recolhendo críticas e sugestões;



Venda por cabazes

Condições necessárias para a sua viabilização:

- Organizar sistemas de comunicação e marketing do "cabaz";
- Disponibilizar informação que ajude a fidelizar os clientes: sobre os produtos dos cabazes, práticas agrícolas utilizadas, a qualidade e sazonalidades dos produtos, divulgação de receitas e tradições locais;
- Organizar visitas dos consumidores à exploração agrícola e fortalecer relações entre consumidores e o produtores. (Exemplos: Dias abertos na exploração)



Venda por cabazes

Vantagens

- **Escoamento** garantido da produção;
- Possibilidade de planear a produção, colheita e transformação dos produtos;
- **Recebimento imediato e direto** da venda dos produtos;
- **Maior margem de lucro** para o produtor;
- **Fidelização** dos clientes;
- Possibilidade de **gerir o tempo gasto na comercialização**;

Inconvenientes

- **Exigência de tempo e conhecimentos** para angariar clientes e fidelizá-los;
- **Necessidade de um investimento significativo** em comunicação com os clientes;
- **Diminuição das vendas** no(s) período(s) de férias dos clientes.



Pontos de Venda Coletivos

Espaços comerciais ou inseridos em zonas comerciais, onde os produtores agrícolas ou agroalimentares se organizam para vender diretamente aos consumidores os produtos das suas explorações agrícolas.

Podem ser **lojas, bancas**, situar-se num espaço comercial, na exploração de um dos produtores, à beira da estrada.

Exemplos: Banca de venda coletiva no Mercado Municipal de Tavira (informal com regras);

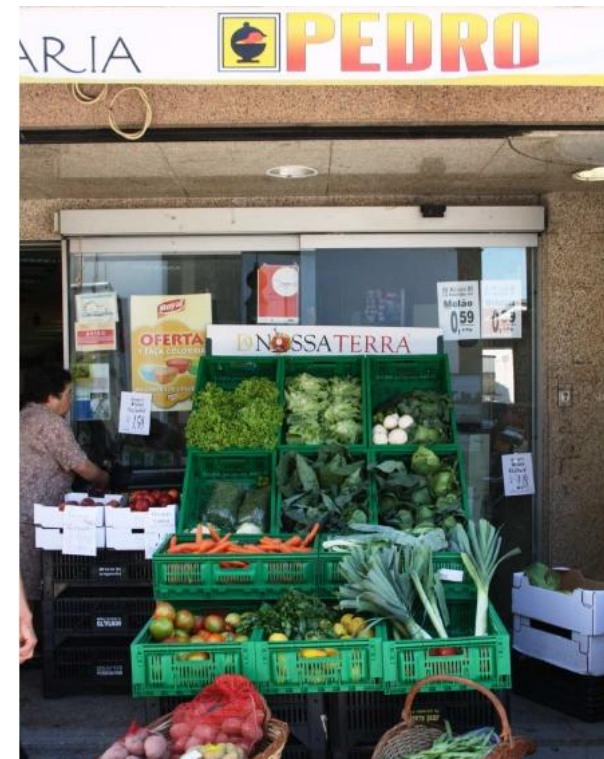
Os produtores devem estar presentes no local, sendo frequente que essa presença seja assegurada de forma rotativa por um agricultor do grupo.



Pontos de Venda Coletivos

Localização: nos concelhos das áreas geográficas dos territórios GAL, ou no caso de estruturas móveis, nas áreas dos concelhos limítrofes.

(Portaria 152/2016, de 25 maio)





Pontos de Venda Coletivos

Condições necessárias para a sua viabilização

- **Localização adequada em relação aos potenciais consumidores, com local de estacionamento, horários adequados aos potenciais consumidores;**
- **Espaço e apresentação dos produtos atrativos;**
- **Garantir diversidade, regularidade e qualidade dos produtos;**
- **Definir coletivamente uma estratégia de comunicação e marketing, criando uma imagem própria e diferenciadora, identificando os produtores e a localização das suas explorações**



Pontos de Venda Coletivos

Condições necessárias para a sua viabilização:

Os produtores participantes devem definir:

- se o grupo é informal ou tem um estatuto jurídico;
- um regulamento interno e controle sobre a sua aplicação ou a definição de normas claras de funcionamento e controle sobre o seu cumprimento;
- organização de toda a logística e responsabilidades individuais;
- participação nos investimentos e nos resultados;
- definição de preços e faturação;
- gestão dos produtos não vendidos.



Pontos de Venda Coletivos

Vantagens

- ✓ Local de venda regular com uma ampla quantidade e diversidade de produtos;
- ✓ Maior impacto junto aos consumidores;
- ✓ Partilha de custos, riscos e responsabilidades entre os produtores;
- ✓ Permite otimizar individualmente o tempo dedicado à comercialização;

Inconvenientes

- ✓ Obrigação de aderir a um grupo e respeitar o seu funcionamento;
- ✓ Sustentabilidade depende da confiança, coesão e coordenação do grupo de produtores;
- ✓ Necessidade de um investimento inicial considerável;



Venda à Restauração Comercial

Venda de produtos agroalimentares aos **restaurantes locais** (restaurantes ou estabelecimentos de hotelaria).

Venda ao Comércio Local

Venda de produtos agroalimentares às lojas, mercearias e outros estabelecimentos de **comércio local**.



Venda ao Comércio Local e Restauração Comercial

Existe uma tendência crescente dos restaurantes ou hotéis criarem menus com a introdução de produtos locais ou gastronomia regional confeccionada com produtos locais.

Os comércio local também procura valorizar a sua imagem e aumentar clientela através da comercialização de produtos locais, de qualidade diferenciada e muitas vezes com venda exclusiva dos produtos locais na região.



Venda ao Comércio Local e Restauração Comercial

O Restaurante

Historial

Produtos De Excelência

Noticias

Galeria

Contactos



Destques NOSSOS SABORES

Já em 1945 Manuel Fialho era conhecido pela sua cozinha tradicional, que enaltecia os produtos regionais e dava a conhecer os vinhos ali produzidos. Atualmente prezamos uma cozinha cuidada, onde a matéria prima, proveniente de comerciantes locais, é respeitada desde a sua confeção ao seu empratamento, seguindo a forma tradicional na família há mais de um século.





Venda ao Comércio Local e Restauração Comercial

Condições necessárias para a sua viabilização:

- ✓ Identificar **chefes e gerentes** de restaurantes e de hotéis acessíveis a estes conceitos, e definir **estratégias de criação e promoção de menus com produtos locais**;
- ✓ Identificar estabelecimentos de comércio local interessados em vender "produtos locais";
- ✓ Garantir **diversidade de produtos** ao longo de todo o ano (planear a produção e cooperar com outros produtores);
- ✓ Garantir a **qualidade dos produtos comercializados**;
- ✓ Definir e organizar um sistema de encomendas;
- ✓ Definir e organizar um sistema de entregas, respeitando as encomendas, a regularidade e pontualidade das entregas acordadas;



Venda ao Comércio Local e Restauração Comercial

Condições necessárias para a sua viabilização:

- Organizar atividades de promoção de produtos direcionadas para os responsáveis dos restaurantes, para reforçar relações de confiança na qualidade dos produtos e serviços.
- Identificar quer nos menus quer em expositores próprios os produtos, as suas características e o produtor;
- Planear com os proprietários dos estabelecimentos de comércio local atividades de animação e informação sobre a produção local, vantagens do seu consumo, sobre os produtos e as suas qualidades. (exemplo provas de produtos).



Venda ao Comércio Local e Restauração Comercial

Vantagens

- ✓ Possibilidade de planejar a produção, colheita e transformação dos produtos;
- ✓ Diversificação de clientes
- ✓ Reconhecimento e promoção dos produtos e do produtor no território

Inconvenientes

- ✓ Necessidade de articular com outros produtores;
- ✓ Necessidade de cumprir no fornecimento condições exigentes ao nível de higiene e segurança alimentar e faturação;
- ✓ Negociação dos preços dos produtos e das condições de pagamento
- ✓ Prazos de pagamentos longos



Mercado Local de Produtores

Espaço público, ou privado de acesso público, de venda direta aos consumidores de produtos agrícolas e agroalimentares.

- ❖ **Mercados locais de produtores**, reservados a produtores agrícolas e agroalimentares;
- ❖ **Mercados BIO**, reservados a Produtores Certificados em MPB.



Mercado Local de Produtores **(Decreto- Lei 85/2015)**

Participantes:

- **Pessoas singulares ou coletivas para comercialização dos produtos da produção local resultante da sua atividade agrícola e agropecuária;**
- **Pessoas singulares ou coletivas para comercialização dos produtos transformados, de produção própria, com matéria-prima exclusivamente resultante de produções agropecuárias de origem local;**
- **Grupos de produtores agrícolas que comercializem produtos agrícolas e agropecuários de produção local própria.**

Mercado de Produtores BIO

- **O mercado é reservado a produtores agrícolas e agroalimentares certificados em MPB**
- **Os produtos comercializados são exclusivamente produtos biológicos, da sua exploração**



Mercado Local de Produtores



abril 2017



Mercado Local de Produtores

Instalação e Funcionamento

❖ **Entidades que podem promover a instalação:** autarquia, um conjunto de autarquias, um conjunto ou associação de produtores, associações de desenvolvimento local ou parcerias entre estas entidades;

❖ **Requisitos, condições de funcionamento:**

Em mercados com outro tipo de operadores, as áreas de funcionamentos do mercado local de produtores e de produtores em MPB devem estar **devidamente separadas e identificadas.**



Mercado Local de Produtores

Regulamento interno (artigo 6º)

Os MLP são obrigados a ter um **regulamento interno (RI)**, que deve estar afixado em local visível para consulta.

O **Regulamento interno** estabelece as normas relativas ao processo de admissão e de exclusão, condições de participação dos produtores ou outros, dos produtos que podem ser comercializados, de organização e de funcionamento do mercado, das regras de higiene e segurança alimentar, direitos e deveres dos participantes e custos de admissão e participação, entre outros



Mercado Local de Produtores

Deveres dos produtores (artigo 7º)

- ✓ A presença do produtor é obrigatória, ou de um representante da exploração, no local de venda;
- ✓ Os Grupos de produtores têm de obrigatoriamente ter a presença de um produtor ou representante do grupo;
- ✓ Os produtores, a exploração ou empresa devem estar bem identificados, com nome e contactos;
- ✓ Os produtos de produção integrada ou MPB têm de ter informação sobre qualidade, origem e métodos de produção utilizados e exibir certificados



Mercado Local de Produtores

Condições necessárias para a sua viabilização

- Escolher uma **localização adequada**, com bons acessos, e horários adaptados aos estilos de vidas dos consumidores (fins de semana, pós laboral);
- Garantir a **adesão de um número suficiente de produtores** para satisfazer a procura: oferta diversificada, regularidade de produtos
- Definir e assegurar o **cumprimento do regulamento interno**;
- Definir um modelo de **gestão participado pelos produtores**;
- Assegurar **padrões elevados de qualidade dos produtos**: regimes de certificação, cartas de qualidade, marcas;



Mercado Local de Produtores

Condições necessárias para a sua viabilização

- Boa disposição das bancas, com apresentação atrativa dos produtos e informação acessível sobre: produtor, origem dos produtos, modos de produção, preços;
- Organizar atividades diversas para captação e fidelização de públicos: provas de produtos, atividades de animação para diversos públicos, atividades promoção dos produtos comercializados, gastronomia regional ou associada aos produtos locais;
- Implementar um bom plano de marketing e comunicação: sinalização e publicidade nas vias de acesso, site, mailing, redes sociais.



Venda à Restauração Coletiva

Venda de produtos agrícolas e agroalimentares a cantinas/refeitórios públicos ou privados, que confeccionam refeições para servir em locais predefinidos, a públicos específicos e a preços reduzidos.

(Ex: cantinas escolares, de lares e centros de dia, de empresas, de serviços da administração pública,...)



Venda à Restauração Coletiva

A venda a cantinas obriga a garantir um **fornecimento regular e em curtos prazos de tempo**, de grandes quantidades e variedades de produtos agroalimentares.

Necessária a participação de **vários produtores**, que se devem organizar para garantir a logística necessária ao cumprimento dos contratos assumidos.

A venda à restauração coletiva pública e em muitas situações também privada (geridas por muitas IPSS) está sujeita às regras da Contratação Pública (CCP - Código dos Contratos Públicos).



Venda à Restauração Coletiva

Vantagens

- ✓ **Escoamento regular de grande quantidade de produtos;**
- ✓ **Possibilidade de planejar a produção;**
- ✓ **Aumento significativo do rendimento dos produtores e pagamento justo dos seus produtos;**
- ✓ **Ausência de investimento em locais de venda;**
- ✓ **Manutenção ou criação de emprego**
- ✓ **Dinamização da economia local e fixação de rendimento no território**



Venda à Restauração Coletiva

A estruturação desta modalidade é complexa, e para ser viável exige:

Estruturar a oferta

- **Conhecer a oferta local e o seu potencial;**
- **Conhecer as necessidades** das cantinas (produtos, quantidades, regularidades de entregas);
- **Avaliar a capacidade de resposta** da oferta existente às necessidades identificadas;
- **Organizar e estruturar a oferta** (atual e na sua evolução futura)
- **Capacitar os produtores para o planeamento da produção**, a introdução de novas produções e conversão para modos de produção sustentáveis e de qualidade.



Venda à Restauração Coletiva

Organizar e estruturar o abastecimento

- **Contratualizar com os agricultores o abastecimento:** planear as encomendas (produtos, quantidades, datas de entrega);
- **Organizar e estruturar o abastecimento:** avaliar a criação de **plataforma virtual** como intermédio comercial para encomendas, faturação e pagamento;
- **Articulação entre produtores e responsáveis de cantina** para elaboração de menus e possibilidades de abastecimento local;
- **Formar** gestores e pessoal de cozinha para a **criação de novos menus**, introdução de novos produtos, respeito pela sazonalidade dos produtos;
- **Atividades de informação e sensibilização** para a comunidade escolar, dando especial atenção aos encarregados de educação e alunos;

- A maioria destes fornecimentos são contratualizados através da **Contratação Pública** - necessário organizar os produtores para responder aos avisos dos concursos públicos e os contratantes para a elaboração dos cadernos de encargos dos avisos.



O abastecimento local e as regras da contratação pública

Princípios da contratação pública

Liberdade de acesso aos contratos públicos

Igualdade de tratamento dos candidatos

Transparência de procedimentos



Não é permitido fazer referência à origem geográfica

Como critério de adjudicação ou de execução de um contrato

Na formulação de "produto local" como indicação geográfica não associada a marca de qualidade oficial



É possível conjugar disposições previstas no CCP para valorizar indiretamente a proximidade

Introduzindo critérios seletivos de natureza qualitativa ou ambiental

Divisão dos contratos em lotes



Divisão dos Contratos em Lotes (art.46º Diretiva 2014/24/UE)

"1. As autoridades adjudicantes podem decidir adjudicar um contrato sob a forma de lotes separados e podem determinar a dimensão e o objeto desses lotes.

(...)as autoridades adjudicantes indicam as principais razões para a sua decisão de não subdividir o contrato em lotes.

2. As autoridades adjudicantes indicam, no anúncio de concurso ou no convite à confirmação de interesse, se podem ser apresentadas propostas para um lote, para vários lotes ou para todos eles."

Exemplos de tipos de divisão em lotes:

- Famílias de produtos (carne de aves, hortícolas, fruta)
- Natureza dos produtos (fruta da estação, hortícolas frescos, 4ª gama)
- Qualidade dos produtos (standard, biológicos, certificados)



Estratégias para favorecer o abastecimento de produtos locais

Critérios Qualitativos

- **Critérios de adjudicação**
 - Exigência de produtos certificados
- **Condições de execução e especificações técnicas**
 - Especificações dos produtos ajustadas à oferta de produtos locais
 - Critérios de sazonalidade, frescura (entregas frequentes, rápidas e regulares), qualidade gustativa (provas na análise das propostas)

Critérios Ambientais

- **Critérios de adjudicação**
 - Exigência de produtos em MPB ou PRODI
- **Condições de execução e especificações técnicas**
 - Embalagens (materiais, reutilização, embalagens não descartáveis), meios de transporte utilizados, etc.



Produtos Comercializáveis

Todos os produtos agrícolas e agroalimentares podem ser comercializados em CCA, sendo obrigatório o cumprimento de toda a legislação aplicável ao nível de higiene e segurança alimentar, licenciamento industrial e comercial, normas de rotulagem e de transporte.

Não há legislação específica para este tipo de comercialização, com exceção do decreto-lei 85/2015 que estabelece o regime jurídico aplicável aos mercados locais de produtores