



Creación de Cadenas Regionales Sustentables de Suministro: Desafíos de la Media

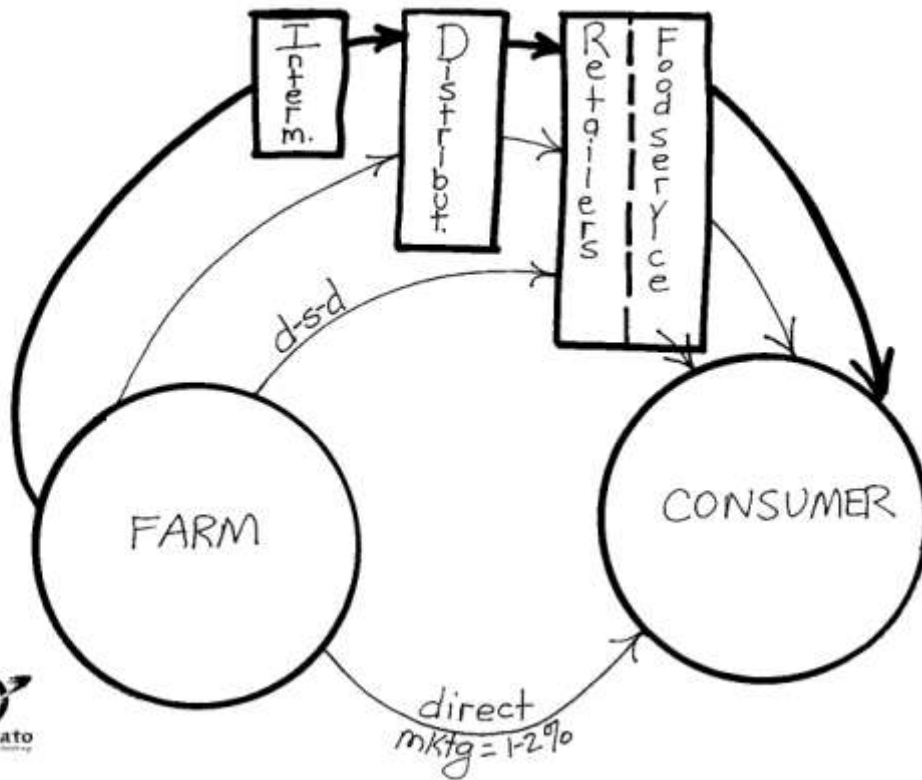
Foro Global Agroalimentario 2011

Puebla, Mexico



Una Foto de la Distribución

FARM to CONSUMER — PATHWAYS



- Pérdida dramática y constante de granjas de tipo medio, con capacidad de ventas a mayoreo
- Imagine a la media del sistema de distribución como el CUELLO DE BOTELLA de un reloj de arena. El control se encuentra en el cuello de botella.

Un Acuerdo Indigno

- Grandes distancias entre productor y consumidor
- Sin bucles de retroalimentación
- El riesgo no se comparte
- Precios de liquidación
- Las externalidades no son parte del diálogo
- Los productores no se sientan a la mesa

Un Resultado Indigno

- Desconocimiento – en todas las partes
- Menor calidad de producto
- Los costos reales Real no se reflejan en el precio
- Desconfianza
- El precio se convierte en el conductor—carrera al fondo
- Pérdida de granjas
- Falta de control/influencia en el cuello de botella



Red Tomato: Principios Básicos

- Fundamentos de la empresa - producto adecuado, precio justo, a tiempo, documentación, seguro, una buena comunicación con los clientes ...
- Diferenciación de productos y marcas
 - Embalaje, Sitio Web
- Logística única: centro virtual de alimentos
 - Transporte: productor, socio, empleado, less-than-truckload (LTL)
 - Consolidación en el productor o el centro minorista
- El diseño del producto por cluster y longevidad
- Gestión de riesgos
- Los circuitos de retroalimentación



Características de un Acuerdo Digno

No es una fórmula, sino un proceso—nuestra manera de hacer negocios

- Cierra distancias entre productor y consumidor
- Se conserva la identidad de la granja
- Rizos de retroalimentación – comunicación constante, mejoras continuas
- Riesgo compartido – compromiso del comprador, planificación anticipada
- Precios dignos – productores sentados en la mesa
- Sustentabilidad – las “externalidades” forman parte del diálogo:
Eco/orgánicos, inocuidad alimentaria, empleos en granjas

Resultado: Valores ~ Mejora Continua ~ Sabor



Cómo diferenciamos Productores & Productos



Marca e Historia

- ID Regional/Granja
- Frescura y Sabor
- Producción ecológica
- Comercio justo/precio justo



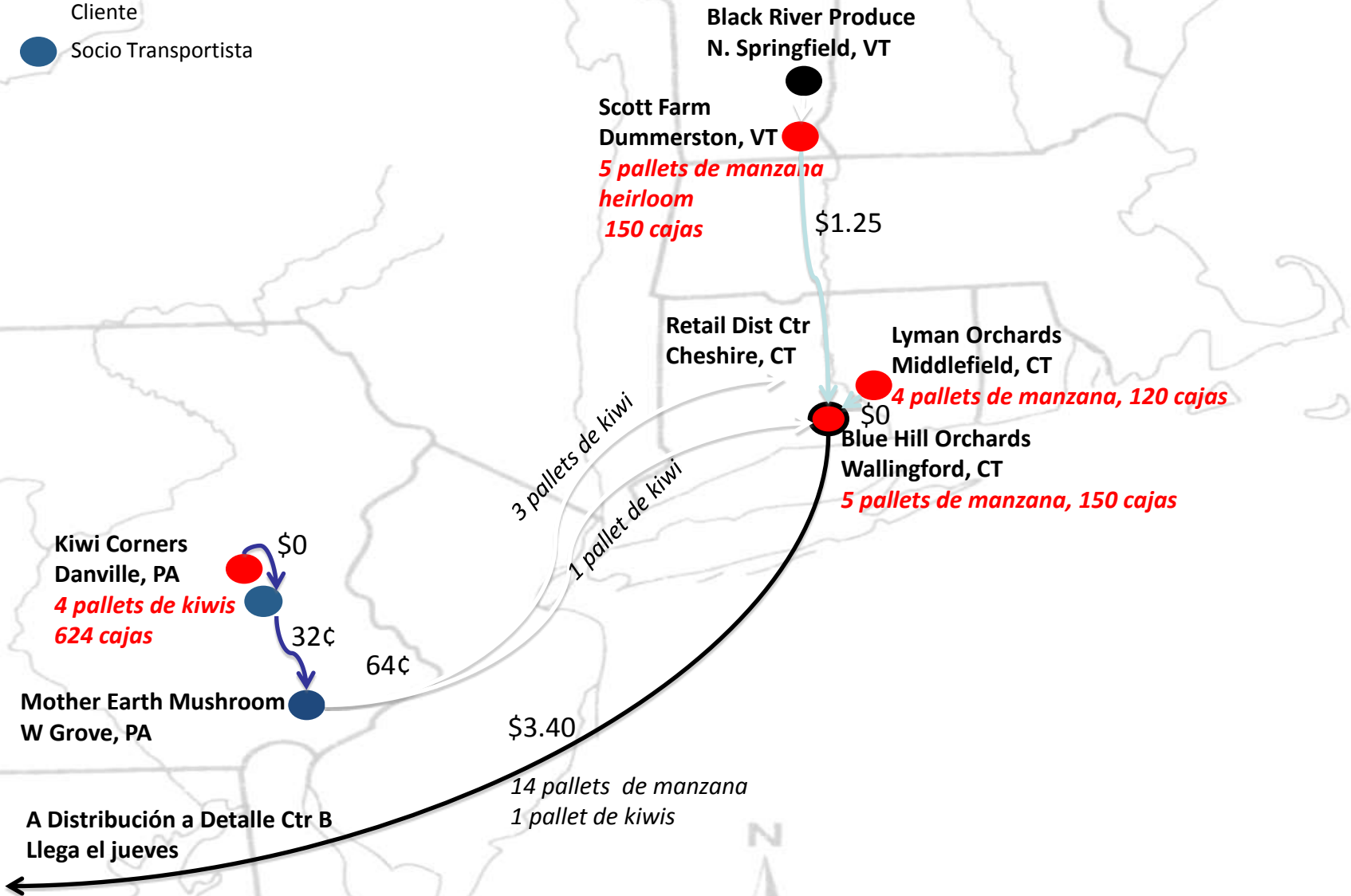
Cómo *Diferenciamos el Servicio*

- Hub Virtual de Alimentos
- Agregación y consolidación
- Eficiencia en logística
- Suministro regional



Agregación: Eco Apple Logistics

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Productor de Tomate
- Cliente
- Socio Transportista



La Historia de Eco Apple



eco
applesTM

BORN AND RAISED HERETM

Grown on Northeast family farms, by stewards of land, water and wildlife, using natural methods and minimal spray, closing the distance from farm to table.



red tomato

Fresh produce. Fresh thinking.

Trust the Farmer. Know the Orchard. LOVE the Fruit.





Conocer a los productores

Productores familiares del noreste como:

- Brian, Aaron, and Dana Clark
- Clark Brothers Orchard
- Ashfield, MA
- 100 acres de manzana diversificada
- Productores de 3a generación

Programa 2011:

- 20 huertos
- 1025 acres



Producción ecológica: IPM Avanzada



Lyman Orchards
Middlefield, CT



Ventas de Eco Apple:

2005 (1^{er} año) = 18,000 cajas, \$400,000

2010 (6^o año) = 58,363 cajas, \$1.4 millones



Para más información:

www.redtomato.org

1033 Turnpike St.
Canton, MA 02021
781-575-8911

