

Consejos para vender a Tiendas de Abarrotes

NCAT Serie de Marketing Tips

Las tiendas de abarrotes son negocios que normalmente compran grandes volúmenes de alimentos frescos y procesados, así como otros artículos para el hogar, y revenden sus productos a clientes individuales.

Las tiendas de abarrotes son atractivas para el cliente porque todo lo que requieren está convenientemente ubicado. Dependiendo del tamaño del pueblo, estas tiendas pueden tener más de una ubicación. Tiendas de abarrotes muy grandes tienen cadenas (por ejemplo, Safeway) que se ubican alrededor del país. Muchas tiendas de abarrotes están ahora interesadas en vender productos producidos por agricultores locales.

Para este mercado usted puede esperar:

- Mayor volumen de producto
- Menores precios por unidad



Ventajas

- Puede ser capaz de vender volúmenes más grandes.
- Potencial para que la tienda compre un rango de productos una vez que usted haya introducido el primero.
- Potencial para una relación de largo plazo con la tienda, especialmente si usted construye una marca de identidad para su granja.

Consideraciones

- Se requiere seguro de responsabilidad que cubre reclamos de hasta por lo menos \$1 millón.
- La primera venta es difícil porque las tiendas de abarrotes tienen un espacio limitado en sus expositores, ya tienen proveedores regulares, y prefieren comprar de la menor cantidad de proveedores.
- El pago por lo general se realiza en un ciclo de 15 a 30 días.
- El empaque estándar y las prácticas posteriores a la cosecha son requeridas. El producto debe estar limpio y frío.
- Las tiendas de abarrotes pueden requerir un número PLU (Price Look Up Number) o un código UPC (Universal Product Code, representado por un código de barra).
- Algunas tiendas de abarrotes pueden requerir un plan de seguridad de alimentos.



Foto: Rex Dufour, NCAT



Consejos para Vender a Tiendas de Abarrotes

★ punto clave

- ★ **Sea profesional, confiable, y puntual al comunicarse y entregar sus productos.**
 - Visite o llame a la tienda y pida una cita con el comprador de los productos vegetales antes de que comience la temporada. Lleve consigo un plan de cultivos o una lista de productos de toda la temporada, y una lista de precios. Muestre materiales visuales de los cultivos que vienen – fotos de árboles floreciendo, como se ven las frutas, testimonios, lecturas de brix. Si tiene muestras, llévelas también para mostrar su calidad y empaque.
- ★ **Siempre lleve dos copias de su factura, una para su cliente y otra para usted. Ambas copias deben ser firmadas al momento de la entrega, para proveer evidencia de que la calidad y cantidad son precisas.**
 - Construya relaciones con todos los que manipulan su producto.
- ★ **Pregunte y siga las expectativas de la tienda en cuanto a empaque, tamaño, graduación, y prácticas post-cosecha.**
 - Comuníquese con los compradores a menudo durante el transcurso de la semana para mantenerlos al día en cuanto a la calidad y cantidad de su producto.
- ★ **Planee su plantación para una cosecha continua y un volumen adecuado para cubrir la demanda esperada de la tienda.**
 - Haga que el equipo de productos frescos de la tienda se enamore de su granja enseñándoles acerca de sus productos. Entregue muestras para que lleven a su casa e incluso tal vez recetas.
 - Ofrezca proveer tures de la granja, fotos de la granja para exhibir, y demostraciones en la tienda de sus productos con recetas y descripciones.

Preguntas Claves que Debe Hacerse

- ¿Qué productos que yo pueda proveer quieren o necesitan las tiendas de abarrotes cercanas, incluyendo alimentos étnicos particulares? ¿Tiene alguna cadena en particular interés en comprar en forma local?
- ¿Cuál es mi plan para asegurar un suministro consistente de algunos pocos productos claves durante un periodo de varias semanas?
- ¿Tengo un plan de Buenas Prácticas Agrícolas (BPAs)? ¿Es requerido por este comprador?

Recursos

- **Publicaciones de ATTRA.** Los precios varían para las publicaciones individuales, y muchas son gratuitas. Suscríbese a ATTRA y tenga acceso a 400 y más publicaciones y bases de datos. Llame a nuestra línea gratuita de teléfono (español): 1-800-411-3222. Sitio web: www.attra.ncat.org/espanol
En Español — *Extensión de Temporada para Horticultores* (2012)
— *Guía Ilustrada para Producir Alimentos Seguros en su Granja* (2012) — *Jardinería Comercial: Consideraciones para Producción de Frutas y Verduras* (2010) — *Planeando la Plantación de Vegetales para una Cosecha Continua* (2008)
En Inglés — *Postharvest Handling of Fruits & Vegetables* (Manipulación de Frutas y Vegetales Pos-Cosecha) (2000)
- **Selling Directly to Restaurants and Grocery Stores** (Vendiendo Directamente a Restaurantes y Tiendas de Abarrotes en inglés) Washington State Dept. of Agriculture, 2010. <http://agr.wa.gov/Marketing/SmallFarm/DOCS/3-sellingDirectlyToRestaurantsAndGroceryStores.pdf>
- **"A Guide for Farms Considering Selling in Grocery Stores"** y **"Is Selling to Grocery Stores Profitable for Farms or Processors?"** ("Una Guía para Granjas que están Considerando Vender a Tiendas de Abarrotes" y "¿Es la Venta a Tiendas de Abarrotes Rentable para las Granjas o Procesadores?") (en inglés) www.uwplatt.edu/cont_ed/LocalFare/links-resources.html
- **Vea los precios publicados en todo el país y por región para los productos de la semana anterior** (en inglés): www.marketnews.usda.gov/portal/fv
- **Lista completa de números para búsqueda del precio (PLUs)** (en inglés): www.plucodes.com
- **El periódico Wall Street Journal** explica por qué y cómo obtener los códigos UPC, incluidos los costos y alternativas (en inglés). <http://guides.wsj.com/small-business/starting-a-business/how-to-get-upc-codes-for-your-products-2>
- **Rodale Institute Organic Price Report** puede configurarse para mostrar solo orgánicos o para comparar precios mayoristas orgánicos y convencionales. Los precios de frutas, vegetales y granos están listados para 6 diferentes terminales de ventas mayoristas a través de los Estados Unidos. www.rodaleinstitute.org/Organic-Price-Report

Esta publicación fue desarrollada con asistencia de Dina Izzo, Bludog Organic Produce Services.

Para el desarrollo de este material se recibió apoyo de USDA/NIFA/OASDFR
www.outreach.usda.gov/oasdf



Consejos para Vender a Tiendas de Abarrotes

© 2012 National Center for Appropriate Technology—NCAT

Por Marisa Alcorta, Rex Dufour y Tammy Hinman

Traducido al español por Pamela Wolfe. Producción: Karen Van Epen

Disponible en Internet en: www.attra.ncat.org/espanol

SP 424, Slot 420, Versión 011113