



Objetivo 4. LA COMERCIALIZACION DE BIENES AGROALIMENTARIOS

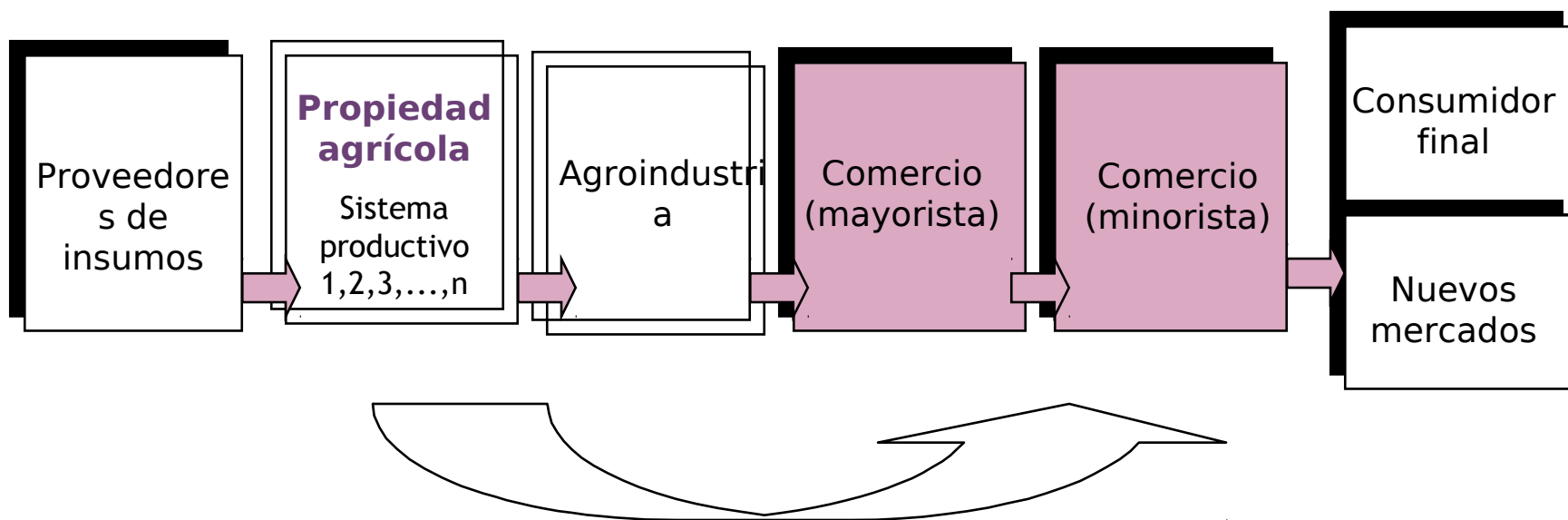
- Conceptos generales.
- Utilidades económicas
- Funciones de comercialización.
- Factores que condicionan la distribución de alimentos en Venezuela.
- La estructura de la distribución de alimentos en Venezuela.
- La estructura de la comercialización alimentaria



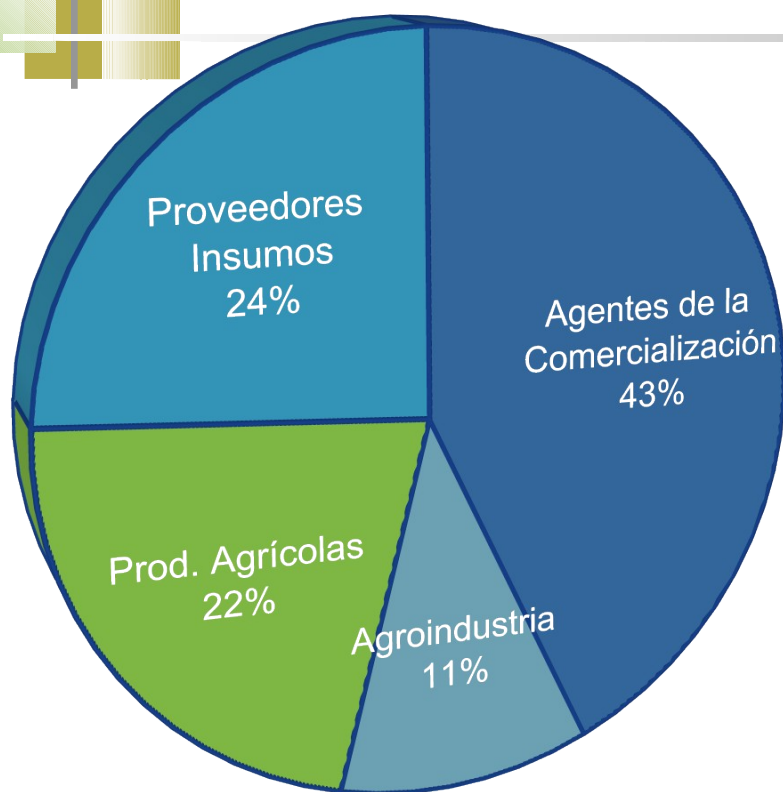
Información

- 15 de mayo: informe comercialización y consumo
- 22 de mayo: Informe agroindustria
- 29 de mayo; evaluación escrita
 - Obj. 4: Comercialización. Lectura Mendoza (1995) disponible en la fotocopidora de economía
 - Obj. 5: Comercio exterior
 - Obj. 6: Agroindustria.: tres lecturas disponibles en la web

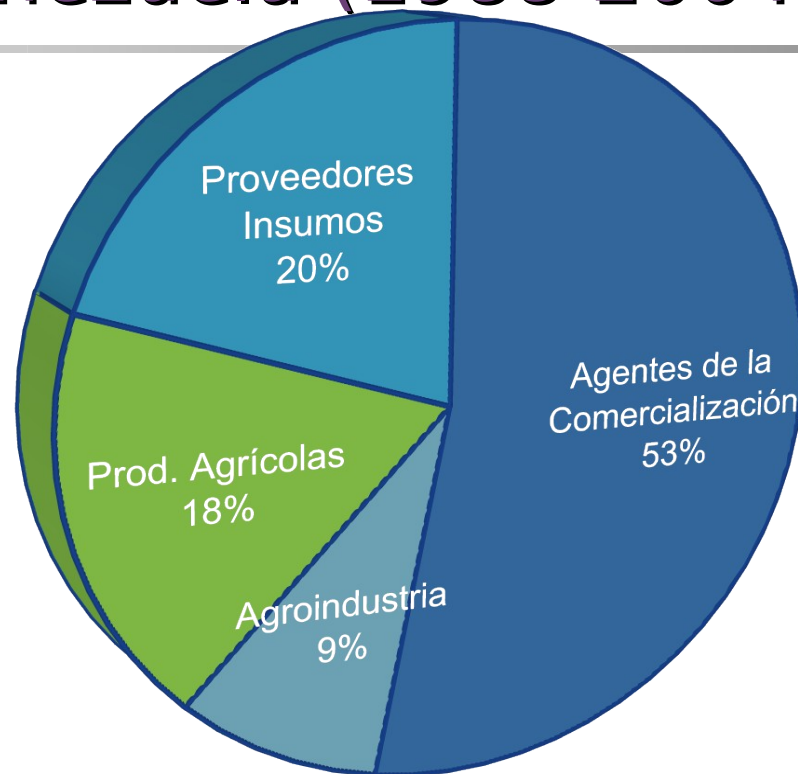
Componentes de la cadena productiva



Distribución del Gasto de Consumo Alimentario en Venezuela (1988-2004)



1988



2004

Fuente: Castillo, 2010.

Comercialización de Productos Agroalimentarios



CONCEPTOS GENERALES

- MERCADEO: cadena que permite la articulación entre la producción y el consumo
 - Comercialización,
 - Distribución y mercados
 - Marketing (mercadotecnia)

Comercialización es el conjunto de actividades que se realiza desde el momento en que se adquieren los elementos necesarios para la producción hasta que el producto obtenido llega a la persona que lo va a consumir

(Meléndez, et al., 1984:47)

CONCEPTOS GENERALES

MERCADEO AGRÍCOLA: "Son todas las operaciones, actividades y prácticas que se emplean en el traslado de los productos agropecuarios desde el productor (agricultor y/o ganadero) hasta el último consumidor, incluyendo la transformación de productos en artículos de consumo" (Ibídem:47-48).



CONCEPTOS GENERALES

■ En forma conveniente en el momento y lugar oportunos:

- El acopio
 - El transporte
 - La selección
 - La limpieza
 - La tipificación
 - El almacenamiento
 - El empaque
 - La elaboración inicial
 - La búsqueda de mercados y proveedores
 - Financiamiento de gastos
 - Conservación del producto
 - Adaptación del producto al consumidor
 - Información a los consumidores
-



CONCEPTOS GENERALES

MERCADO

- Lugar (un lugar público, una asamblea de personas, una región, etc) al que concurren y donde operan vendedores y compradores, se ofrecen en venta bienes y servicios y se realizan transferencias de títulos de propiedad (Ibídem: 87).
- "Un grupo de compradores y vendedores con facilidades para comercializar unos con otros" (Raeburn, 1987:232)
- Mercados virtuales



CONCEPTOS GENERALES

MERCADO

- Mercados virtuales
 - Intercambio de información entre los participantes y la minimización de la importancia de la presencia física y la minimización de la importancia de la presencia física del producto y de los participantes para establecer un relación.

Buscar

Sólo en Hogar y Muebles

Vender

Inicio > Hogar y Muebles

Filtrado por

Compra inmediata

Nuevo

Con MercadoPago

Categorías

Herramientas para el H...
(2636)

Cocina (2471)

Decoración (2122)

Dormitorio (1345)

Sala y Comedor (870)

Iluminación para el Hogar
(680)

Baño (575)

Jardín (427)

Otros (1170)

Ubicación

Distrito Capital (3717)

Miranda (1987)

Aragua (1603)

Carabobo (1559)

Zulia (1071)

Lara (489)

Portuguesa (333)

Mérida (302)

Táchira (227)

Más opciones 

Rango de precios

Hasta BsF150 (3974)


  Artículos 1-48 de 12296

Ordenar por: **Más relevantes** | Menor precio | Mayor precio

Almacén De Liquidacion - www.pormonton.com - Hogar Al Mejor Precio Y Mucho Mas Entra Ahora



Fabulosas Camas A Precios De Fabrica

BsF 4.999⁰⁰ 

Acepta tarjetas de crédito

Artículo nuevo - 49 vendidos
Miranda



Fuente De Chocolate 4 Niveles + Coctelera

BsF 850⁰⁰ 

Acepta tarjetas de crédito

Artículo nuevo - 108 vendidos
Aragua



Paint Evol Pistola Para Pintar

BsF 599⁰⁰ 

Acepta tarjetas de crédito

Artículo nuevo - 127 vendidos
Aragua



Bulto 18 Sabanas Matrimoniales Cannon Fresh 3000 Hilos

BsF 1.350⁰⁰ 

Acepta tarjetas de crédito

Artículo nuevo - 62 vendidos
Carabobo





Your Amazon.com Today's Deals Gift Cards Help

Mother's Day Gifts See our top picks

Shop by Department

Search All Go

Hello, Sign in Your Account



Wish List

Instant Video MP3 Store Cloud Player Kindle Cloud Drive Appstore for Android Game & Software Downloads Audible Audiobooks

kindle fire The #1 best-selling product on Amazon \$199 >Shop now

Kindle e-readers from \$79 >Shop now



National Photo Month Presented by SONY Learn more

amazonlocal Save up to 75% in your city. Subscribe Today

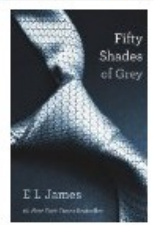
What's Your Dream Job? Clothing Trends Amazon Prime

THE AMAZON CLOTHING STORE Block Party Soirée-worthy dresses that demand attention from Robert Rodriguez and more. View Looks Shop All Clothing

What Other Customers Are Looking At Right Now



Kindle, Wi-Fi, 6" E Ink



Fifty Shades of Grey: Book



Razer Star Wars™: The Old



The Jedi Path: A Manual for



Kindle Touch, Wi-Fi, 6" E Ink

New Year's Eve The lives of several couples and singles in New York intertwine over the course of New Year's Eve. New Year's Eve is now available on DVD, Blu-ray, Blu-ray/DVD combo, and at Amazon Instant Video. Shop now

Get the Amazon.com Rewards Visa Card and Get \$30 Instantly as an Amazon.com Gift Card Learn more



CONCEPTOS GENERALES

- Sistema de comercialización
- Concepto de economía
- Factores de producción
- A qué preguntas responde la economía?

Lectura asignada



CONCEPTOS GENERALES

Tipos de mercado

- Locales
- Nacionales
- Internacionales

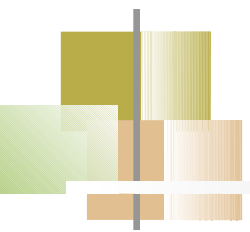


CONCEPTOS GENERALES

Tipos de mercado

En los productos agrícolas también se denomina mercado a las relaciones de compradores y vendedores en los diversos niveles y etapas de la comercialización

- De productores
- De acopio
- De mayoristas
- De detallistas
- De exportación



El abastecimiento:
La distribución en el
tiempo y en el espacio y
a precios accesibles a
los diferentes grupos
sociales de
consumidores



Utilidades económicas

Aptitud de un bien para cubrir una necesidad específica

- **Utilidad de lugar**
- **Utilidad de tiempo**
- **Utilidad de forma**
- **Utilidad de posesión**

(Caldentey y Haro, 2004)



FUNCIONES DE COMERCIALIZACIÓN

Mendoza (1995) sugiere la siguiente clasificación de las funciones de comercialización

- Intercambio (compra-venta, determinación de precios, cotización de precios)
- Físicas (acopio, manipulación, almacenamiento, transporte, transformación, empaçado, clasificación y normalización)
- Auxiliares (información de precios, financiamientos, aceptación de riesgos)



Utilidad y funciones de comercialización

Utilidad	Función asociada
Lugar	Transporte
Forma	Transformación, empaçado, clasificación y normalización.
Tiempo	Almacenamiento, conservación
De posesión	Compra-venta, determinación de precios, cotización de precios



FACTORES QUE CONDICIONAN LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

1. LA POBLACION Y SU DISTRIBUCION GEOGRAFICA
2. LA DISPONIBILIDAD DE ALIMENTOS Y LA CAPACIDAD DE ABSORCION DEL MERCADO
3. LA COMPOSICION DE LOS ALIMENTOS DE ACUERDO A SU DURABILIDAD
4. CAPACIDAD ADQUISITIVA DE LA POBLACION



FACTORES QUE CONDICIONAN LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

1. LA POBLACION Y SU DISTRIBUCION GEOGRAFICA

Rápida urbanización de la población



FACTORES QUE CONDICIONAN LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

1. LA POBLACION Y SU DISTRIBUCION GEOGRAFICA: rápida urbanización de la población
2. LA DISPONIBILIDAD DE ALIMENTOS: Disponibilidad aparente (DCH)
3. La composición de los alimentos de acuerdo a su durabilidad
 1. Productos frescos
 2. Productos procesados
3. CAPACIDAD ADQUISITIVA DE LA POBLACION



LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

- **Detallistas**
 - Establecimientos tradicionales
 - Establecimientos de autoservicio
- **Mayoristas**
- **Agroindustrias**
- **Restauración**



LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

EL SECTOR DETALLISTA

- **Los establecimientos tradicionales (8 % del total)**
 - Pueden expender varios productos (bodegas y abastos) o especializados (fruterías, carnicerías, pescaderías, panaderías, etc).
 - Su influencia no rebasa una área mayor de 200 metros.
 - Opera con sistemas de venta directa y posee una organización del proceso de trabajo y de su respectiva administración, bastante elemental.
 - Predomina el trabajo familiar y eventualmente, cuenta con la participación de obreros.
 - Inversiones reducidas y los niveles de especialización, así como la remuneración al trabajo es baja.
 - Se incluyen los mercados municipales y los pequeños expendios ambulantes y vendedores callejeros



LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

■ EL SECTOR DETALLISTA

■ **Los establecimientos de autoservicio**

- Organizados por departamentos;
- Dirigida a la población de medianos y altos ingresos
- Poseen horarios definidos y cuentan con áreas de estacionamiento, restaurant, parque infantil, farmacia etc
- La organización del trabajo y su respectiva administración es especializada y tecnificada por lo que la remuneración es alta;
- La inversión así como el volumen de las ventas son significativas;



LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

EL SECTOR DETALLISTA

- **Los establecimientos de autoservicio**
 - En 2002, representaban 2.131 establecimientos (Da Gama 2002), dentro de los cuales:
 - 48% de supermercados independientes;
 - 16% de farmacias en autoservicio;
 - 14% de licorerías en autoservicio;
 - 9% de perfumerías en autoservicio;
 - 9% de supermercados en cadena;
 - 1% de hipermercados (por ejemplo **MAKRO**, COMERCIALIZADORA S.A.)



LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

- **EL SECTOR MAYORISTA**
 - Concentra el poder de negociación
 - Maneja información acerca del comportamiento de la oferta y la demanda
 - Posee una gran capacidad de almacenamiento y transporte.
 - En este sector actúan dos clases de agentes: el comerciante mayorista de productos agrícolas a nivel rural y aquellos que se dedican a la comercialización de alimentos procesados.



LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

- **EL SECTOR AGROINDUSTRIAL**
 - Tienen mayor poder de compra y de negociación
 - Asume servicios que se reservaban a otros, tales como actividades relativas al pesaje, empaque, promoción, etc.
 - Posee un elevado poder de financiamiento que le permite establecer créditos, precios, plazos para el pago, descuentos, incentivos, etc.
 - Promueve hábitos de consumo. Más del 30% de los alimentos procesados fluyen directamente de la industria hacia el mercado de autoservicio.



LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

- **EL SECTOR DE RESTAURACION Y DE COMIDA RAPIDA**
 - El desarrollo urbano y la participación de la mujer en el trabajo han generado dos tipos de demanda:
 - Productos de fácil preparación y
 - Servicios de alimentación fuera del hogar (restaurantes, comedores, comidas rápidas y ambulantes).



LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

- **EI SECTOR DE RESTAURACION Y DE COMIDA RAPIDA**
 - Tropi Burger fue la primera cadena de comida rápida en Venezuela y se mantuvo desde 1970 hasta 1994. Pizza King, el primer negocio de pizza en cadena; American Deli, la primera cadena de sánduches del país.
 - Fuerte competencia que se derivó de la instauración de *Burger King*, *Mc Donald's*, *Arturo's* y otros (UCV, FAGRO, 1997).



LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

- **EL SECTOR DE RESTAURACION Y DE COMIDA RAPIDA**
 - McDonald's se ha expandido en dos vertientes:
 - Apertura de tiendas corporativas, que son de su propiedad, o
 - El otorgamiento de franquicias



LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

- **EI SECTOR DE RESTAURACION Y DE COMIDA RAPIDA**
 - Muestra significativa de jóvenes locales incursiona con éxito en el mercado de comidas rápidas, dentro de éstos podemos nombrar los negocios especializados en carne a la parrilla, comida árabe, sándwiches, panecillos, bocadillos mexicanos y hasta platos criollos, impulsados por los llamados espacios de feria de los Mega Centros Comerciales

LA ESTRUCTURA DE LA COMERCIALIZACION ALIMENTARIA

LOS PRODUCTOS FRESCOS

- El sistema descansa en los mayoristas: el camionero rural, el mayorista tradicional y el camionero urbano.
 - El camionero rural generalmente abastece al mayorista o al camionero urbano.
 - El mayorista tradicional de perecederos se encuentra establecido en las ciudades en donde dispone de un local para sus ventas y muestra una tendencia a la especialización. Su función es la concentración de los productos a nivel urbano.
- Se produce considerables pérdidas por deficiencias en la clasificación, embalaje y traslado.
- Altos y estacionales márgenes de comercialización



LA ESTRUCTURA DE LA COMERCIALIZACION ALIMENTARIA

LOS PRODUCTOS PROCESADOS

La relación entre el productor y la agroindustria es mucho más directa y el transporte es realizado por una tercera persona que es responsable del servicio prestado y que no actúa como agente de comercialización.



LA ESTRUCTURA DE LA COMERCIALIZACION ALIMENTARIA

LOS PRODUCTOS PROCESADOS

La agroindustria para la comercialización de sus productos ha seguido diferentes modalidades, a saber:

1. Establece una estructura de mayoreo, crea empresas para la distribución o encarga ésta a una distribuidora
2. El canal que va desde el mayorista tradicional hasta el sector detallista tradicional (bodegas, abastos, y mercados libres) concluye en el vasto sector de menores ingresos.

DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS EN VENEZUELA



Primer Período

Segundo Período

Tercer Período

Antes de la
llegada de
Makro (1992)

Desde la
llegada de
Makro hasta la
creación de
Mercal (2003)

Después de la
creación de
Mercal hasta
la fecha

Fuente: Castillo, 2010

Venezuela: importancia relativa de los tipos de comercio minorista en las ventas de alimentos (porcentajes)



Tipo de Comercio Minorista	1994	2003	2005
Hipermercados	4	14	14
Cadenas de Supermercados	19	22	21
Supermercados Independientes	34	25	24
Abastos	40	27	24
Panaderías	3	9	13
Otros	0	3	4
Total	100	100	100

Fuente: CONAPRI (2007) con base en DATOS i.r. Store Audit. Alimentos Perfil de Negocios. CONAPRI, Caracas.

LAS CADENAS DE SUPER E HIPERMERCADOS

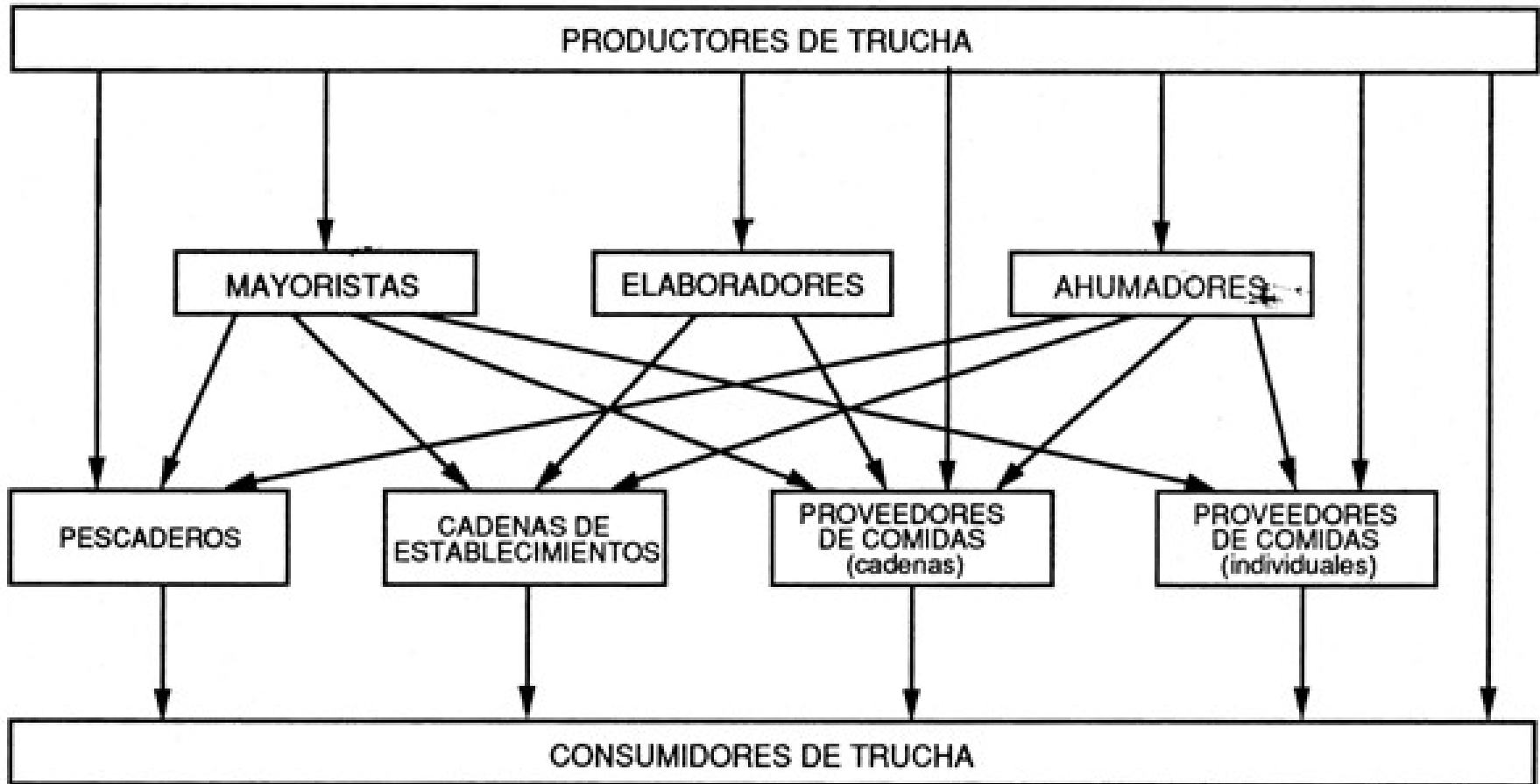
1. Establecen sus propias normas de calidad-Sistemas de compras.
2. Introducen los contratos agrícolas (Coord. Vertical).
Transfieren tecnologías cambian la forma de producir-
Financian, reducen incertidumbre de precios.
3. En algunos casos abren posibilidades para la pequeña producción.
4. Generan cambios en las operaciones de logística, transporte, refrigeración e incorporación de las TIC para la gestión del proceso de abastecimiento y de ventas.
5. Amplían su cobertura geográfica hacia ciudades pequeñas y áreas de bajos ingresos.



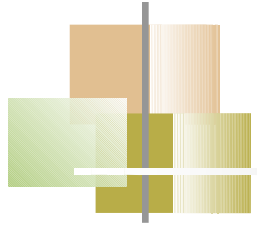
CAMBIOS EN EL COMERCIO MINORISTA Y LA IMPORTANCIA DE LAS CADENAS DE SUPER E HIPERMERCADOS

1. El constante aumento de la población urbana.
2. La mejora del ingreso per cápita.
3. Incorporación creciente de la mujer al mercado de trabajo.
4. El alza del costo de oportunidad del recurso tiempo.
5. Los cambios en los gustos de los consumidores.
6. Los cambios tecnológicos.
7. La mayor libertad para el comercio internacional.
8. Mayor libertad para la inversión extranjera y el movimiento de capitales.

Ejemplo: Diagrama de flujo de la comercialización de trucha.



Evolución futura de la Distribución



OBJETIVO:

**Adaptarse a los hábitos
del consumidor**



EL CONSUMIDOR - EL REY

- **COMODIDAD**
- **INFORMACION**
- **GARANTIA**
- **SEGURIDAD**
- **TRATO DEFERENTE**
- **PAGO POR TARJETA**

“CONVERTIR LA COMPRA EN UN ACTO AGRADABLE”



NUEVOS CANALES A CONSIDERAR

- VENTA A DOMICILIO
- COMPRAS POR INTERNET
- COMPRAS A TRAVES DEL TELEVISOR
- VENTA AUTOMATICA (Vending)
- VENTA EN ESTACIONES DE SERVICIO
(Tiendas de Conveniencia)
- TIENDAS 24 HORAS

SE DEBE TENER EN CUENTA

- **DESEOS DE LOS CONSUMIDORES**
- **EL TIPO DE PRODUCTO**
- **LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA**

**PARA DEFINIR EL SISTEMA DE
DISTRIBUCION DE LA EMPRESA**