# HOJA INFORMATIVA SOBRE LA VENTA A ESCUELAS E INSTITUCIONES

FACT SHEET 17

En todo el país, la estrategia Farm to School (de la granja a la escuela) y otras diseñadas para la venta directa a instituciones se han ampliado, y ahora incluyen a otros comedores además de los de escuelas primarias y secundarias, en un contexto en el que se promueve la alimentación saludable desde las políticas públicas y se observa un aumento de la conciencia pública del concepto «de la huerta a la mesa». Las granjas tienen la oportunidad de vender de manera directa a una amplia variedad de instituciones con una serie de requisitos. Para que esto funcione, es clave que haya una buena correspondencia entre las necesidades de las instituciones y los productos y volúmenes de las granjas y su capacidad para hacer o coordinar entregas. En general, las granjas de mercadeo directo tienen dos vías de venta a instituciones: una es el establecimiento de una relación directa con el comprador del servicio de comidas y la otra es la venta a través de un food hub o cooperativa de agricultores que pueden vender, agregar y entregara a las instituciones de manera más eficiente. En ambos casos, los granjeros tienen que invertir tiempo en la formación de relaciones y la comunicación regular con los directores, chefs, cocineros y compradores del servicio de comidas.

**Esta hoja informativa incluye información sobre lo siguiente:**

- Escuelas, programas de comidas de verano, establecimientos de cuidado infantil y para adultos mayores.
- Hospitales, universidades y campus de empresas.
- Instituciones estatales.
- Agrupación y distribución a instituciones.

## Escuelas, programas de comidas de verano, establecimientos de cuidado infantil y para adultos mayores

Las escuelas, los programas de comidas de verano, los establecimientos preescolares y de cuidado infantil y los hogares de adultos mayores o establecimientos de cuidado para adultos mayores son instituciones que pueden variar en tamaño y que se encuentran en todo Washington. Estos mercados comparten algunas características, pero las diferencias entre ellos pueden hacer que algunos sean mejores que otros para una granja en particular.

### Comercialización a escuelas

Hay casi 300 distritos escolares en Washington, lo que significa que casi todas las granjas tienen una escuela cercas. Las necesidades de las escuelas en cuanto a la demanda de alimentos de las granjas pueden variar en los distintos distritos. La mayoría de las escuelas tienen presupuestos ajustados para la compra de alimentos y siguen reglas de adquisición específicas porque participan en el National School Lunch Program (Programa Nacional de Almuerzo Escolar). Las políticas federales de nutrición en las escuelas fomentan la compra local de una variedad de productos agrícolas para incluirlos en los almuerzos escolares. Algunas escuelas eligen comprar solo productos crudos directamente de las granjas, mientras que otras también buscan ingredientes procesados en la zona, como productos agrícolas frescos cortados, congelados o deshidratados; productos horneados y alimentos envasados en frascos; y granos, carne y lácteos de productores locales.

Cada distrito escolar puede exigirles a los proveedores requisitos específicos, como inscribirse en la oficina administrativa del distrito, tener una cobertura de seguro mínima, etiquetar los productos o facturar de acuerdo con ciertos parámetros. Algunos distritos requieren que las granjas tengan un certificado de GAP (Good Agricultural Practices, buenas prácticas agrícolas) u otra documentación de la inocuidad de los productos.

Los distritos escolares también siguen reglas de adquisición para garantizar la competencia justa entre los proveedores. Como parte de este proceso, las granjas pueden recibir solicitudes de presupuestos u otro papeleo. Es probable que las escuelas hagan los pedidos de los productos de acuerdo con las especificaciones de tamaño, número, cantidad, variedad y calidad del producto. Entre las especificaciones, también puede incluirse la capacidad de la granja para hacer las entregas en horarios específicos o para participar en actividades educativas o promocionales relacionadas con Farm to School.

## Formar la relación de venta

Las escuelas siguen pautas federales sobre comidas y adquisición, pero cada distrito escolar es independiente a la hora de decidir sobre el menú y la compra de los alimentos. El primer paso para los productores es comunicarse con el director de nutrición infantil o servicios de comidas del distrito escolar.

Las granjas pueden crear una buena asociación comercial con las escuelas ofreciéndoles inicialmente una colaboración menor y luego gradualmente formando una relación de comercialización. Participar en el evento Taste Washington Day (Día de Saborear Washington), que se realiza el primer miércoles de octubre, puede ser una buena manera de iniciar una relación. Las granjas pueden alentar a las escuelas a que compren productos para ese día o un único producto que destacarán en las comidas como «cosecha del mes» durante todo el mes. Estas promociones especiales son oportunidades para introducir productos en las escuelas de una manera que les permite probar ingredientes nuevos o de temporada y aprender a incorporar los productos agrícolas locales en sus programas de comidas.

Los productores también pueden sumarse a Farm to School educando sobre los alimentos y la producción agrícola mediante visitas a las aulas o los comedores o recibiendo en su granja a los estudiantes y el personal. Las huertas escolares y las granjas de los distritos escolares son otros componentes de Farm to School que pueden fortalecerse con la participación de los productores.

### Asistencia del WSDA con Farm to School agr.wa.gov/farmtoschool

El programa Farm to School del Washington State Department of Agriculture (WSDA, Departamento de Agricultura del Estado de Washington) asiste a las granjas, escuelas, instituciones y comunidades de todo el estado para que cumplan sus objetivos de colaboración entre granjas e instituciones. El WSDA puede brindarles a los productores información y asesoramiento sobre la venta a escuelas y otras instituciones con programas de comidas.

El WSDA mantiene una serie de recursos en su sitio web dirigidos a las granjas y escuelas, como la hoja informativa "Selling to Schools 101 (Comercialización a escuelas 101)." Estas herramientas en línea son publicaciones que brindan información esencial sobre la inocuidad de los productos, la adquisición y otros aspectos técnicos de utilidad para los mercados de la granja a las instituciones. Las granjas pueden compartirlas con los distritos escolares como una forma de propiciar la formación de una relación de venta.

La publicación "A School's Guide to Purchasing Washington-Grown Food (Una guía para comprar alimentos cultivados en Washington para las escuelas)," del WSDA y colaboradores, contiene técnicas y prácticas recomendadas de adquisición para que las escuelas y otros programas de nutrición infantil compren alimentos cultivados localmente mientras siguiendo las reglas federales, estatales y del distrito escolar sobre la adquisición de alimentos en las escuelas. La publicación "SAFE Salad Bars in Schools - A Guide for School Food Service (Barras de ensaladas SEGURAS en las escuelas: una guía para el servicio de alimentación escolar)" del WSDA ofrece prácticas recomendadas que ayudan a las escuelas a usar productos de granjas locales y huertas escolares en sus cocinas.

Entre los recursos en línea de Farm to School, también hay herramientas que ayudan a las escuelas a usar y promover ingredientes de producción local. El recurso Washington Grown Food and Recipe Kit incluye recetas, planes de menús y materiales educativos organizados por tipo de alimento producido en Washington. Este permite filtrar la búsqueda de recetas de comidas para programas de escuelas, establecimientos de cuidado infantil y para adultos mayores, las cuales cumplen con estándares nutricionales específicos para cada tipo de programa.

Para los productores interesados en vender a escuelas, puede ser beneficioso participar en promociones como el evento anual Taste Washington Day, coordinado por el programa Farm to School del WSDA, el área de Nutrición Infantil de la Office of Superintendent of Public Instruction (OSPI, Oficina del Superintendente de Enseñanza Pública) y la Washington State Nutrition Association. Los productores pueden unirse a la Washington State Farm to School Network, cuyo sitio web es wafarmtoschoolnetwork.org, para conectarse con otros que estén trabajando en colaboraciones de la granja a la escuela. Comuníquese con el personal de Farm to School del WSDA a **FarmtoSchool@agr.wa.gov** o 206-714-2757.

## Programas de comidas de verano

Estos programas de verano proveen a los estudiantes la comida que reciben en la escuela durante el año académico. Como funcionan justo en la temporada alta de producción agrícola, pueden ser una gran oportunidad para que las granjas les vendan directamente a las escuelas. Estos programas pueden depender del distrito escolar, de una agencia gubernamental local o de una organización sin fines de lucro. En consecuencia, hay diferencias en el volumen de productos, los procesos de adquisición, los presupuestos para alimentos y el acceso a instalaciones de cocina.

La mayoría de los programas de comidas de verano proporcionan comidas simples preparadas para llevar, como almuerzos en bolsas de papel, por lo que es posible que les interesen especialmente las frutas o verduras que requieren una preparación mínima. Como primer paso, se recomienda visitar el sitio web del United States Department of Agriculture (USDA, Departamento de Agricultura de Estados Unidos), **fns.usda.gov/summerfoodrocks** para buscar allí los programas de comidas de verano de la zona y ponerse en contacto con la persona encargada de la compra de alimentos. Pregúntele sobre los tipos y las cantidades de alimentos que les interesaría comprar durante la temporada, y con qué frecuencia necesitarían las entregas.

## Establecimientos de cuidado infantil y para adultos mayores

Hay distintos tipos de establecimientos de cuidado infantil, que pueden ser desde programas en hogares en los que participan menos de 10 niños, hasta centros más grandes que reciben a cientos de niños en sus instalaciones. Algunos ofrecen solo un bocadillo por día, mientras que otros preparan varias comidas diarias. No todos los programas funcionan durante todo el año. De igual manera, también hay establecimientos residenciales de cuidado para adultos mayores de distintos tamaños, desde hogares familiares que albergan a menos de seis adultos mayores, hasta hogares de ancianos o comunidades de jubilados que reciben a cientos de personas. Normalmente, estos establecimientos sirven tres comidas y un bocadillo por día, y funcionan durante todo el año.

El Child and Adult Care Food Program (CACFP, Programa de Alimentos para el Cuidado de Niños y Adultos) del USDA proporciona fondos y establece requisitos y pautas de adquisición para los establecimientos de cuidado de niños y adultos. Las instituciones pueden usar los fondos de este programa para hacer compras directamente a las granjas por distintas vías, como a través de un sitio de CSA (Community Supported Agriculture, agricultura de soporte comunitario), un mercado de agricultores, una orden directa, etc., con la condición de que los productores entreguen un recibo detallado.

Las necesidades de compra varían según el establecimiento. En el caso de los de cuidado infantil, a algunos quizás les alcance con una caja con productos agrícolas, como las de CSA, por semana o con compras en supermercados o mercados de agricultores. Los más grandes pueden llegar a comprar volúmenes similares a los de restaurantes o escuelas pequeñas. Visite **findchildcarewa.org** para buscar establecimientos de cuidado infantil en la zona.

Los «beneficios» que permite la conexión directa con la granja pueden sumar valor agregado a los establecimientos de cuidado infantil y para adultos mayores. A los de cuidado infantil les pueden servir las visitas especiales de los productores a las aulas, la oportunidad de que los niños presencien la entrega de los alimentos u otras actividades que mejoren la experiencia de aprendizaje de los estudiantes. Los establecimientos privados de cuidado para adultos mayores pueden usar la compra a granjas locales como un argumento para vender el servicio a los clientes. Comuníquese con los programas directamente para hablar con la persona encargada de comprar los alimentos a fin de determinar si hay buena correspondencia entre este mercado y la granja.

## Beneficios de vender a escuelas, programas de comidas de verano y establecimientos de cuidado infantil y para adultos mayores

- Potencial de mercados estables todo el año (con programas de comidas de verano) y pedidos de volúmenes uniformes.
- Ventas de volumen intermedio y alto en la comunidad y en todo el estado.
- Oportunidades de colaboración con programas educativos sobre alimentos y agricultura para estudiantes.
- Precios posiblemente mayores que en otros mercados de mayoreo.
- Demanda de productos de valor agregado y mínimamente procesados.

## Desventajas de vender a escuelas, programas de comidas de verano y establecimientos de cuidado infantil y para adultos mayores

- La granja podría incurrir en gastos de entrega o tener que restar tiempo a la actividad agrícola para dedicarlo a hacer las entregas.
- Es posible que se exija un seguro de responsabilidad civil adicional o certificaciones externas de inocuidad de los productos, como una auditoría de GAP.
- La granja podría estar obligada a atravesar un proceso de incorporación de proveedores, con trámites iniciales necesarios para cumplir con requisitos de facturación específicos.
- Las escuelas más grandes podrían preferir comprar los productos de las granjas a través de distribuidores regionales.
- Las escuelas y otras instituciones podrían elegir alimentos lavados y procesados (p. ej., cortados, pelados, en dados, etc.), que ahorran tiempo de preparación en la cocina.

## Hospitales, universidades y campus de empresas

Los hospitales, las universidades y los campus de empresas son clientes institucionales con características similares que las granjas de mercadeo directo pueden tener en cuenta. Muchas de estas instituciones contratan empresas de servicio de comidas que pueden ser más flexibles en las compras que las escuelas primarias y secundarias. Muchas también tienen distintos comedores dentro de un campus que funcionan como empresas más pequeñas con necesidades diferentes de ingredientes, volúmenes y precios, lo que representa más oportunidades de que las granjas de mercadeo directo encuentren un cliente compatible.

Los hospitales y los centros de cuidados prolongados reconocen los beneficios para la salud de la alimentación con productos frescos y tienen interés en comprarlos de las granjas locales. Algunas de estas instituciones hasta firmaron el juramento de mejorar su servicio de comidas, lo que incluye una relación más directa con los productores locales. Los centros de atención médica pueden empezar por incluir los alimentos producidos localmente en sus comedores públicos, ya que ahí tienen más flexibilidad en los precios que con las comidas que les sirven a los pacientes.

Los campus de empresas que les ofrecen internamente el servicio de comida a sus empleados e invitados pueden tener una mayor disposición a comprar productos de especialidad o más costosos directamente de las granjas que otras instituciones, porque sus comensales prefieren la adquisición de la huerta a la mesa y están dispuestos a pagar más por alimentos de calidad superior. Algunas empresas hasta organizan mercados de agricultores u ofrecen un sitio de entrega de CSA para los empleados.

Las universidades suelen tener estándares similares a los de los comedores para empleados de empresas y hasta contratan las mismas empresas de servicio de comidas. El primer paso para vender a estos tipos de instituciones es comunicarse y hablar con el chef ejecutivo o el director de nutrición o del servicio de comida para averiguar si una empresa contratada se encarga del servicio de comida. Pregunte sobre los alimentos de temporada que les interesaría comprar y si participan en eventos que apoyan a las granjas locales. Consulte cuáles son sus requisitos para los proveedores o de volumen mínimo.

Asegúrese de darle al comprador información sobre todos sus productos, la disponibilidad por temporada, los volúmenes, el empaquetado y procesamiento, así como sobre sus plazos y opciones de entrega. Envíele materiales promocionales o informativos sobre la granja y los productos.

### Beneficios de vender a hospitales, universidades y campus de empresas

- Pueden ofrecer mejores precios que otras instituciones y la oportunidad de tener una alta rotación de productos.
- Pueden poner materiales de punto de venta que publiciten la granja a los clientes.
- Pueden poner publicidades de la granja o un punto de retiro de CSA en la empresa.
- Son mercados estables durante todo el año con pedidos de volúmenes uniformes.

### Desventajas de vender a hospitales, universidades y campus de empresas

- Es posible que se exija un seguro de responsabilidad civil adicional o certificaciones externas de inocuidad de los productos, como una auditoría de GAP.
- Podrían preferir comprar los productos de las granjas a través de distribuidores regionales.
- Puede ser difícil conectarse con el comprador en un principio.
- Pueden requerir condiciones de entrega específicas.

## Instituciones estatales

Según la Executive Order (Orden ejecutiva) 13-06 del gobernador Jay Inslee, las instituciones estatales deben comprar y promover los productos producidos en Washington siempre que sea posible. Las cárceles del estado de Washington, los establecimientos del Department of Social and Health Services (DSHS, Departamento de Servicios Sociales y de Salud) del estado de Washington y otras instituciones gubernamentales compran la mayor parte de la comida a proveedores designados que contrata el Department of Enterprise Services (DES, Departamento de Servicios Empresariales) del estado de Washington, que exige la licitación formalizada de menor costo y tiene una política que fomenta la compra de alimentos cultivados en Washington (DES 090-09). Por lo general, estos contratos maestros se adjudican a grandes distribuidores con infraestructura en todo el estado preparada para manejar volúmenes grandes.

Sin embargo, las instituciones estatales pueden comprar y compran productos de agricultores y pequeñas empresas, y lo hacen a través de la opción de «compra directa», que les permite hacer compras de hasta $10 000 fuera del contrato maestro principal para productos que no estan disponsibles del proveedor. Los alimentos cultivados en granjas locales de Washington pueden ser productos ideales para la compra directa. Consulte información sobre la adquisición mediante compra directa buscando «Direct Buy Procurements» (DES-125-03) en **des.wa.gov**.

El Washington Electronic Business Solution System (WEBS, Sistema Electrónico de Soluciones Empresariales de Washington) del DES ofrece un lugar centralizado donde los proveedores pueden registrarse para recibir notificaciones de licitaciones gubernamentales. Para ello, hay que buscar «WEBS» en **des.wa.gov** o llamar al 360-902-7400.

Las agencias gubernamentales tienen metas de inclusión de empresas que son propiedad de integrantes de minorías, mujeres o veteranos. Las granjas o empresas de alimentos pueden solicitar la certificación estatal a través de la Washington State Office of Minority and Women Owned Business Enterprises (Oficina de Empresas de Minorías y de Mujeres del Estado de Washington). Para ello, hay que ingresar en **omwbe.wa.gov/certification** e ir a la página «State Certification» (Certificación estatal).

El Procurement Technical Assistance Center (PTAC, Centro de Asistencia Técnica de Compras), al que se accede desde el sitio web **washingtonptac.org** o el teléfono 360-464-6043, puede ayudar a las pequeñas empresas agrícolas a aprovechar las oportunidades de contratación con el Gobierno.

## Beneficios de vender a instituciones estatales

- Son mercados estables durante todo el año con volúmenes grandes y uniformes de productos.
- Se alienta a las instituciones estatales a comprar a empresas de Washington, incluidas las empresas certificadas de propiedad de integrantes de minorías, mujeres y veteranos.
- Las cárceles suelen comprar productos crudos porque pueden procesar los alimentos en sus instalaciones.
- Permite tener ventas de volumen intermedio y alto en la comunidad y en todo el estado.

## Desventajas de vender a instituciones estatales

- Las instituciones estatales prestan mucha atención a los precios y tienen presupuestos ajustados.
- Es posible que las instituciones tengan requisitos muy específicos para los productos, como empaquetado estándar y clasificación.
- Las granjas podrían tener que entregar volúmenes muy grandes.
- Es posible que las granjas deban cumplir con requisitos de facturación específicos, usar determinados sistemas de pago y esperar plazos más largos para cobrar.
- Es posible que se exija un seguro de responsabilidad civil adicional o certificaciones externas de inocuidad de los productos, como una auditoría de GAP.
- Las cárceles o los centros de detención podrían preferir comprar los productos de las granjas a través de distribuidores regionales.

## Agrupación y distribución a instituciones

Con frecuencia, las instituciones necesitan volúmenes más grandes de productos y prefieren simplificar los pedidos, las entregas y los pagos. Están acostumbradas a trabajar con distribuidores. Estas son consideraciones importantes que deben tener en cuenta las granjas cuando planean venderles a instituciones. Algunas granjas se unen y forman cooperativas de mercadeo oficiales o centros de alimentos para juntar los productos y distribuirlos a las instituciones. Las cooperativas y los centros de alimentos pueden ayudar a coordinar los pedidos, su preparación y el etiquetado. Garantizar la trazabilidad de los productos es muy importante cuando se agrupan para ventas institucionales. Los centros de empaquetado por contrato y los distribuidores tradicionales pueden ser recursos adicionales que faciliten la agrupación, el procesamiento mínimo, el empaquetado, el apoyo a la comercialización y el mercadeo y la distribución de los productos. Consulte la hoja informativa Selling through Food Hubs.

**HOJAS INFORMATIVAS RECOMENDADAS** FTS

9. Insurance
11. Direct Marketing in Washington State
15. Selling to Grocery Stores and Food Co-ops
18. Selling through Food Hubs
22. Good Agricultural Practices
23. WSDA Food Processor License and Facilities

Rev. Marzo 2025