

VENTA DIRECTA

Plataformas de ventas on line se consolidan



El confinamiento por la pandemia de la covid-19 ha servido para consolidar iniciativas y canales de venta directa ya existentes que se han visto como una tabla de salvación tanto para los consumidores, que han encontrado así unas vías para recibir alimentos básicos a domicilio, como para los productores que de este modo han podido dar una salida digna a sus productos frescos. Aunque para ello han tenido que hacer un esfuerzo mucho mayor de creatividad, preparación del producto y distribución. En este apartado de Navarra Agraria nos cuentan su experiencia los representantes de Ekoalde, Artzai Gazta y Trigo Limpio.



• **punto de vista** • • • • •



Alimentos ecológicos Ekoalde

Ion Garai
EKOALDE

Pregunta | ¿Cómo ha sido vuestro funcionamiento durante el estado de alarma?

R. | Nuestra actividad antes del estado de alarma había estado enfocada a otro tipo de clientes: comercio minorista, tiendas, escuelas, canal HORECA, etc. Si bien en el origen del proyecto se pensó en la posibilidad de la venta directa, no se había llevado a cabo.

La situación de emergencia sanitaria supone dos grandes problemas a Ekoalde, más allá de la situación global que hemos padecido junto al conjunto de la sociedad. Por un lado se paraliza la actividad en los canales de distribución más importantes para Ekoalde (escuelas, etc.). Por otro, nuestras asociadas productoras y elaboradoras/es ven afectados también sus propios canales, hostelería, venta directa, mercados, etc. Estas dos situaciones llevan a acelerar el proceso para la puesta en marcha de la venta on-line de cestas y productos

Ekoalde es una Asociación sin ánimo de lucro que agrupa a alrededor de 60 productores/as y elaboradores/as ecológicos de Navarra. Ekoalde supone un hito para el sector ecológico en Navarra, un centro de acopio que permite organizar con eficacia, profesionalidad y de manera directa la distribución de alimentos ecológicos de producción local.

Nuestros objetivos son crear canales cortos de distribución para afianzar la actividad del sector; poner en valor los productos ecológicos producidos y elaborados en Navarra; impulsar el desarrollo rural y contribuir a la viabilidad del sector primario.

que ayuda a sanear la situación de Ekoalde, pero también a la distribución urgente de productos perecederos (entre otros) de nuestros asociados/as.

En nuestro caso **tuvimos la suerte de contar con el asesoramiento y ayuda para la divulgación de organismos como CPAEN y el compromiso en tiempo record de la empresa que nos ayudó a crear la herramienta informática para poner en marcha la venta on-line.**

No nos centramos tanto en crear una oferta única o diferencial sino en hacer llegar a todas las casas de Navarra nuestra filosofía y valores como asociación, nuestro producto local y de calidad. Y hacerlo llegar por medio de los propios productores/as y trabajadores de Ekoalde, fomentando canales cortos de distribución.

P. | El covid 19 ha impulsado la venta directa más por obligación que por convencimiento, ¿creéis que ha venido para quedarse o será simplemente una moda?

R. | Creemos que ha venido para quedarse, si bien es pronto para saber exactamente las tendencias de cara al futuro. Tanto es así, que decidimos dar el paso y poner en marcha una herramienta mucho más sofisticada, una tienda on-line que presentaremos en las próximas semanas.

Sectores que hasta ahora desconfiaban de la venta on-line se han acercado por necesidad a esta realidad y esperamos que sigan confiando en ella. Lo que sí tenemos claro es que, en todo caso, queremos estar preparadas para cualquier situación que pueda suceder en adelante y mejorar desde ya las herramientas con las que contamos.

P. | ¿Cuáles han sido los principales hándicaps?

R. | No contar con una herramienta adecuada para hacer la venta on-line. Esa situación nos ha llevado a tener que realizar todo de forma manual sin poder vincularla a nuestro sistema de gestión. Actualizar manualmente los productos en el sistema, pedidos, facturación, seguimiento...



Las primeras semanas fueron las más importantes en número de pedidos y la no experiencia junto al compromiso de llevar las cestas a todos los hogares de Navarra hizo que viviéramos momento muy complejos tanto logística como grupalmente.

P. | ¿Qué resultados han obtenido?

R. | **Estamos muy satisfechos/as con los resultados, sobre todo viéndolo a día de hoy. No sólo desde una óptica económica sino, sobre todo, por haber reaccionado a tiempo y con garantías.** Esta dinámica también ha servido para socializar y dar a conocer en medios de comunicación el proyecto de Ekoalde y **esa situación ha hecho que tres nuevos productores ecológicos de Navarra se hayan asociado a nuestra asociación.**

P. | ¿Tenéis algún tipo de respuesta, comentario, feedback de los productores y/o de los clientes?

R. | **La opinión que recibimos sobre la venta on-line es positiva, tanto por productores/as como por clientes. El llevar los productos a casas de forma directa nos ha servido para hablar, presentarnos, escuchar y reflexionar muchas veces sobre la situación de emergencia que vivimos, sobre el futuro, la importancia de proyectos como el nuestro, etc.**

P. | ¿La sociedad ha sido capaz de reaccionar a tiempo y ha mostrado su apoyo a este tipo de iniciativas? ¿Se ha notado un ascenso en la venta directa?

R. | En general me atrevería a decir que sí, pero todavía es pronto para asegurarlo. **En las últimas semanas la venta directa ha bajado mucho y observamos cómo iniciativas parecidas a las nuestras padecen la misma situación. Esperemos que en esta próxima “nueva normalidad” existan diferencias a la anterior “normalidad” y se perciban cambios y aprendizajes que fomenten un consumo mucho más responsable y sostenible.**

P. | Después del coronavirus ¿qué nuevos retos/nuevas líneas de trabajo se plantean para la recuperación? Concretamente en relación con: economía circular, sostenibilidad, digitalización del sector.

R. | Para nosotros/as es fundamental recuperar y optimizar las líneas de trabajo anteriores a la emergencia sanitaria y sumamos la venta on-line de puesta en marcha reciente.

Una vez consolidadas éstas, nuestro reto fundamental como Asociación será abordar el debate sobre las colectividades (comedores escolares, comedores en grandes empresas, hospitales, etc.). Entendemos que las administraciones públicas debieran hacer una apuesta clara por introducir medidas para la garantía de productos saludables, de cercanía y ecológicos en Navarra. En definitiva, por apostar por la salud también en este ámbito. Queremos estar preparados/as y diseñar una hoja de ruta como asociación y en representación de nuestros asociados/as para participar en concursos públicos como en el ámbito privado y optar a este tipo de contratos.



Quesos Artzai Gazta a domicilio

Marta Pérez Loperena

Quesera y representante de Navarra en la Junta de Artzai Gazta



“Artzai Gazta es una asociación de alrededor de 116 pastores y pastoras de País Vasco y Navarra que elaboramos queso única y exclusivamente con la leche que producimos, es decir, pastores elaboradores con rebaño propio”, cuenta su presidenta Marta Pérez Loperena.

La Asociación Artzai Gazta se creó a mediados de la década de los 80, con el objetivo de mejorar la calidad del queso de pastor y apostar por su identidad. Actualmente, la asociación produce el 53% de todo el queso Idiazábal.

La venta habitual del queso de los productores de Artzai Gazta es en una gran parte a través de **venta directa desde las propias queserías, mercados y ferias locales y canales cortos** de comercialización (restaurantes, tiendas del entorno...). **Con el estado de alarma, esta forma de venta se vio gravemente afectada sobre todo la relacionada con la venta directa en la propia quesería y la venta en ferias y mercados, por lo que gran parte de las personas socias de Artzai Gazta apostamos y empezamos a darle importancia a la venta a domicilio.**

A nivel particular fuimos muchos los que decidimos mover el tema entre contactos y amigos. Desde INTIA se elaboró también un listado con los productores que realizabamos venta a domicilio y a través de mensajería.

Para nosotros y durante todo este tiempo, en pleno confinamiento, ha sido importante y **necesario la venta a domicilio ya que nos ha permitido seguir trabajando y dando salida a nuestros productos, además de ser una oportunidad de llegar a gente que posiblemente de otra manera no habría probado nuestros quesos.** Para nosotros en particular el trato directo con el consumidor es muy importante. Poner nuestro producto en casa del consumidor nos permite estrechar los lazos entre productor y consumidor y sin duda crear redes.

“La covid 19 ha impulsado la venta a domicilio y la venta on line en un momento complicado”.

La venta directa es una forma de venta que se ha realizado desde siempre desde nuestras queserías y la venta a domicilio y venta on line ha ayudado mucho en estos momentos aun-

que la venta on line también era una forma de venta de algunas queserías.

Hay que decir que esta nueva forma de venta (reparto a domicilio) implica duplicar o en algunos casos triplicar el trabajo diario. Además de las tareas diarias de ordeño, elaboración de queso etc... **se suma una más que es el reparto con lo que todo ello conlleva,** (gestión de pedidos, controles policiales con continuas explicaciones, entrega de documentación etc....)

El resultado ha sido en general muy bueno. En nuestro caso concreto nos ha sorprendido para bien. **La respuesta del consumidor ha sido muy buena.** Los comentarios de los clientes han sido positivos y se muestran agradecidos.

Creo que hay una sensibilización y concienciación por parte del consumidor hacia nuestros productos, alimentos auténticos, sanos, ligados a la tierra y sostenibles. Creo que una buena parte de los consumidores apuestan por el producto cercano, producido de una determinada manera y sostenible. Es importante concienciarnos de que apostando por los quesos de pastor contribuimos a mantener vivos nuestros pueblos, nuestro paisaje, nuestra historia y toda una tradición. En definitiva, con nuestro trabajo mantenemos vivo todo un patrimonio.

Después del coronavirus seguiremos como hasta ahora, vendiendo nuestros productos a través de la venta directa y los canales cortos de comercialización, desde nuestras casas-queserías ya que es algo que llevamos haciendo desde siempre.

Seguiremos apostando por la economía circular, la soberanía alimentaria siempre desde un punto de vista sostenible con un respeto máximo a la tierra, a nuestros animales y a las personas que trabajamos en cada una de nuestras queserías. **Y esperamos que el consumidor siga apreciando nuestros productos y cada vez haya más consumidores que apuesten por los quesos de pastor, que se acerquen a nuestros pueblos, a nuestras queserías ya que de esta forma ganamos todos.**

