

## **2ª JORNADAS DE GESTIÓN DE EXPLOTACIONES AGRARIAS. “LA VENTA DIRECTA COMO OPORTUNIDAD”**

**Fecha: 29 OCTUBRE 2020**

### **PRIMERA PARTE: Comunicación de la Venta Directa**

#### **5º PONENCIA: Ejemplos de diferentes modalidades de herramientas de venta. Venta agrupada: Plataformas de comercialización conjunta**

Jon Garai. Ekoalde (Noain). Jon es coordinador de Ekoalde (asociación de personas productoras en ecológico de Navarra) que es un centro de acopio para la distribución y logística de esta producción, que agrupa a más de 72 personas operadoras (productoras y elaboradoras) de una gama amplia de productos (aceite, carne, etc). Están a punto de inaugurar su página web.

Quiere abordar la ponencia de hoy a través de dos elementos como son la venta directa y la sostenibilidad, y en su caso el elemento diferenciador es que es una venta agrupada.

Ekoalde es una asociación sin ánimo de lucro. Hoy pone voz a 72 personas, 72 historias, y 72 vivencias. En este caso la venta directa es el elemento central y la sostenibilidad viene dada por el origen del proyecto. La realidad actual junto con el contexto que se vive ha generado una situación de oportunidad.

Ekoalde surgió hace tres años para dar solución a una necesidad, que requería una agrupación para las personas operadoras ecológicas de Navarra siendo los elementos vertebradores los valores de canales cortos, kilómetro cero y el desarrollo rural. Hay dos elementos de autofinanciación: la cuota de entrada (500€ actualmente) y una cuota mensual (10€), y el margen de venta por la actividad (varía según productos) acordado por las personas socias y que es el menor posible porque el valor principal debe quedarse en las personas productoras.

La segunda fase es la puesta en marcha del proyecto piloto de este proyecto. Surge con la idea clara de tener una oferta combinada, gestionar pedidos, facturas, logística y dotar de un servicio integral, de venta agrupada.

La venta comienza alrededor de hace un año y es hace unos seis meses cuando comienza la tercera fase con la pandemia, y cuando la coyuntura exige la redefinición del proyecto. La venta agrupada tiene unas potencialidades enormes pero también una serie de desventajas ya que es muy difícil tener un criterio común entre 73

intereses diferentes lo que conllevó redefinir parcialmente el proyecto y el modelo de negocio. En estos últimos meses han estado trazando una hoja de ruta a corto y medio plazo, donde la clave es afianzar el proyecto y donde se están concretando unas líneas de actuación y las líneas de venta, y donde también se ha ampliado el equipo humano y se han concretado las herramientas de logística y distribución. Y todo este ejercicio se ha hecho de manera conjunta.

El contexto actual es de una emergencia sanitaria, lo que ha provocado el cierre de canales de venta y ha puesto en marcha las herramientas *on-line*. Por ello, desde Ekoalde en este período de confinamiento se centró en la venta y distribución de cestas a cualquier domicilio en Navarra. Supuso un furor las primeras semanas, reduciéndose demanda posteriormente. Este ejercicio sirvió doblemente, ya que dio a conocer Ekoalde y se pudo vender los productos de las personas operadoras, que en ese momento era fundamental.

Actualmente se encuentran en un contexto en que las incertidumbres y cambios van a ser los elementos fundamentales y donde es difícil prever que va a pasar a corto plazo. Está lleno de peligros y de incertidumbres pero también de posibilidades y de oportunidades. Se están trabajando distintas líneas entre ellas las colectividades como los comedores escolares donde Ekoalde adecua su dinámica y logística a las escuelas con mucha incertidumbre de lo que pueda pasar.

Se ha vuelto a poner en valor lo colectivo y lo cercano, y para Ekoalde es un momento interesante para poner internamente en valor la propia asociación, como herramienta para todas las personas productoras o elaboradoras que lo componen.

Los retos a corto y medio plazo son asentar la viabilidad y sostenibilidad, afianzar el proyecto (mediante la inversión en herramientas para la venta a minoristas, colectividades y la venta *on-line*), trabajar alianzas con otras organizaciones y la administración y potenciar la imagen y la accesibilidad

Comienzan la venta *on-line* en un mes y ahora mismo están preparando su relato, su *storytelling*. Ahora mismo también están buscando potenciar la imagen de Ekoalde, ya que les parece una marca muy institucional, y de cara a la venta *on-line* creen que debe ser una venta más fresca y más cercana. Por ello también están segmentando el público al que quieren acceder.

No saben como afrontar la venta *on-line* en fresco a todo Navarra, por ello de momento van a realizar las ventas y reparto en la comarca de Pamplona.