

COFARM



CASO DE ESTUDIO: La Despensa de San Nicolás

Introducción

La despensa de San Nicolás está compuesta por diferentes productos de diferentes provincias limítrofes, aunque también hay un productor de Canarias. Se han agrupado para vender y distribuir sus productos, calificados como ecológicos, a diferentes puntos de Jaén y provincia y de manera directa, sin pasar por intermediarios.

Información básica



Productores de la provincia de Jaén, Córdoba, Granada y Canarias.

Nombre La Despensa de San Nicolás

Año de establecimiento 2016 / 2017

Tipo de cooperación Grupos de productores

Nº de agricultores/ terratenientes/ empresarios/ empresas involucrados

15 Productores que varían según la producción.

Enlaces de Internet

www.despensasannicolas.com

Redes sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn (Pantry San Nicolás) y en breve en Instagram y YouTube.

Los grupos de compras comenzaron a funcionar a través de grupos de WhatsApp y por correo electrónico.



Datos de la granja

Superficie

Son pequeños o medianos productores, similares a los jardineros tradicionales, con parcelas con extensiones que van desde 500 hasta 3000 metros. Dependen del área en la que se encuentran y del acceso al agua que tengan.

Descripción

La Despensa de San Nicolás comenzó en 2011, cuando tuvo lugar la conversión del olivar en ecológico. En 2014, la granja de pollos ecológicos comenzó a funcionar, dentro de esta granja ya ecológica. La granja y el olivar ocupan un espacio de 3.2 hectáreas. La cesta de productos ecológicos comenzó a operar a partir de 2016, donde el empresario descubrió que al vender huevos ecológicos, los clientes le preguntaban qué otros productos ecológicos podía ofrecerles. Entonces, por la demanda de los consumidores, buscaron diferentes productores y hoy en día continúan expandiendo su número y han llegado a crear una línea comercial y tienen un vehículo isotérmico adecuado para el transporte de todos los productos y con control de frío.



Datos del proceso de cooperación

En 2016 surge la cesta de productos ecológicos, cuando por demanda de sus clientes, a quienes se les sirvió primeramente huevos ecológicos de su finca, descubrieron que tenía la posibilidad de ofrecer otros productos. Su principal objetivo era llegar a todos los rincones y a las personas que no tienen fácil acceso a estos productos y desean comer sano.

El 70% de los productos provienen de una asociación de productores de Granada, que incluye los términos de Valle de Lecrín, zona tropical de Almuñecar, Salobreña y Motril y la parte de Sierra Nevada a Lanjarón. En Granada, los productores tienen un almacén donde se reúnen para gestionar y procesar pedidos. Estaba ubicado allí porque es un punto cercano a los diferentes productores en las provincias de Granada, Almería y Jaén. En el resto de las provincias, el gerente va directamente a visitar a cada productor y compra lo que más le interesa. En Córdoba, en la zona

subbética, hay productores de patata. Los plátanos provienen de un productor ecológico de las Islas Canarias. En la provincia de Jaén hay productores de setas (hongos shitake, setas portobello), queso de cabra (con orégano, menta, aceite, etc.). Otros productos que se pueden encontrar en la cesta son: patatas, batatas, puerros, tomates, acelgas, fresas, kiwi, naranja, mango, espárragos, manzana, cebollas, calabazas, etc. Pronto se incluirá una línea cosmética ecológica, elaborado con aceite de oliva ecológico y aromas de hierbas naturales. Ha sido puesto en manos de diferentes profesionales para ello. Los productos están certificados por Sohisert, el empresario incluso ha logrado abrir una delegación en Úbeda (su sede principal está en Sevilla). Existe un técnico de Sohisert que colabora con los productores para que cumplan con la trazabilidad del producto.

Funciona de la siguiente manera, se envía una lista a grupos de consumidores y tiendas ecológicas, con los productos disponibles esa semana y se sirven la semana siguiente. En esas listas aparece la trazabilidad de cada producto (quién lo certifica y quién lo produce). Quieren acelerar este proceso a través de pedidos online y alcanzar así todos los rincones posibles.

Actualmente están desarrollando estrategias de marketing y comunicación bastante ambiciosas, con las que pretenden sumergirse en los mercados europeos e incluso en los países sudamericanos. Han desarrollado un excelente catálogo, con una presentación y un muy buen formato, con todos los productos que pueden ofrecer.

Desde 2011 se nota que cada vez más consumidores demandan productos ecológicos pero también es consciente de que España en este tema está detrás de muchos países como Alemania, Francia, Suiza, Dinamarca, etc. donde a veces lo complicado es encontrar productos convencionales.

Otro de los objetivos de este proyecto fue la inserción social, por lo que contrataron a una persona con discapacidad para que sea útil en la vida. Hoy se enorgullecen de sea uno de los miembros del personal. Este chico está a cargo del autocontrol y la trazabilidad.

Cuando comenzaron, tenían ayuda para la inserción social, para ser ecológicos, para la paridad entre hombres y mujeres. Tenían parte de financiación de los fondos de FEDER y también a través del grupo de desarrollo rural "Atlas".

Como aspectos negativos, Juan destaca la burocracia. Él nos dice que el estado no está preparado sobre estos temas, y mucho menos hasta donde quieren llegar. Demasiadas exigencias y una gran cantidad de regulaciones muy estandarizadas que no se ajustan al cultivo ecológico.

Como principales desafíos, nos cuenta sobre tener que enfrentarse a las OCAS, Salud, Urbanismo, la Junta de Andalucía, etc., que ponen muchos obstáculos a los empresarios.

Con los productores no ha tenido problemas, siempre ha habido una buena comprensión y se han organizado y coordinado bien desde el principio. El problema más importante es encontrar trabajadores competentes, porque ha tenido que contratar a varias personas y no han podido hacer el trabajo correctamente, por lo que actualmente se encarga personalmente hasta contratar a alguien capacitado para ello. Como cada vez hay más demanda de productos ecológicos, comenzamos a ver cursos de formación en escuelas de comercio, por ejemplo, para crear grupos de productores.

Juan ha tenido visitas y colaboraciones con diferentes universidades, que han querido realizar prácticas en su granja o algún tipo de investigación. Eso los beneficia mutuamente.

Se siente satisfecho con lo que ha logrado, pero sabe que debe seguir avanzando, mejorando e innovando como lo está haciendo con la nueva línea de cosméticos.

Consejo/Recomendación

“ Cuando se trabaja con alimentos, la trazabilidad es un requisito fundamental, saber quién produce esos productos, qué organismo los certifica como ecológicos y dónde se distribuyen. Utilizamos en el caso de los huevos ecológicos, una plantilla donde se anotan todos los datos necesarios para cumplir con la trazabilidad y por lo tanto con las regulaciones y así evitar posibles problemas que puedan surgir e incluso sanciones. ”

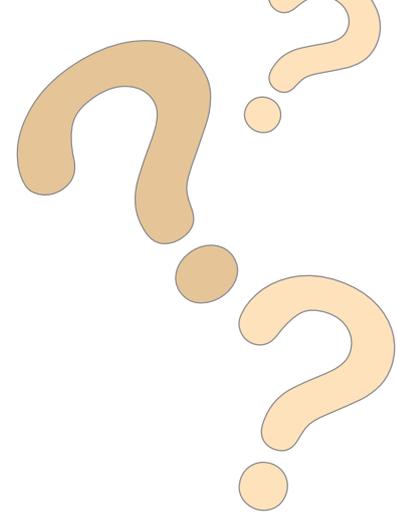
“ Es muy importante estar convencido de lo que estás haciendo y estar atento. Si alguien comienza un tipo de actividad como esta, solo porque busca un negocio rentable, no funcionará. ”

“ La administración en general, no está preparada para este tipo de proyectos. Carecen de mucha información y trabajo de campo, por lo que un consejo antes de comenzar una actividad como esta es formarse en estos aspectos, estar bien preparados, aprovechar todas las opciones de participar en cursos relacionados, asistir a charlas, conferencias, controlar de cerca cómo funciona un grupo de consumidores, incluso pertenecer a uno de ellos. ”



Consultas/Preguntas

- ¿Crees que los grupos de consumidores son la mejor manera de comprar productos ecológicos de manera sostenible?
- ¿Crees que este tipo de colaboración entre productores en tu país es posible o puede haber algún problema?
- ¿Podría nuestro agricultor mejorar la forma de administrar el grupo de consumo?



Palabras clave

Palabras clave de la cooperación

Grupo de consumidores / cesta de productos
Marketing / ventas
Ventas online
Grupos de productores

Palabras clave de la granja

Producción Ecológica / Integrada / certificada

Socios



Limerick Institute of Technology:
(Irlanda)
www.lit.ie/rdi



Hof und Leben GmbH
(Alemania)
www.hofundleben.de



Asociace
soukromého
zemědělství ČR

Asociace Soukromého Zemedelstvi
Ceske Republiky (República Checa)
www.asz.cz



On Projects Advising SL
(España)
www.onprojects.es



Union de Agricultores y Ganaderos-
Jovenes Agricultores de Jaén (España)
www.coagjaen.es



Biotehniški Center Naklo
(Eslovenia)
www.bc-naklo.si



Confederazione Italiana Agricoltori Toscana
(Italia)
www.ciatoscana.eu



European Landowners' Organisation
(Bélgica)
www.europeanlandowners.org

Redes Sociales



/CoFarm
www.facebook.com/CoFarm-1793897127551330



/COFARM_ERASMUS
www.twitter.com/COFARM_ERASMUS

Web del proyecto

www.cofarm-erasmus.eu



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.
CO-FARM: Enhancing COoperation amongst FARMing entrepreneurs
Proyecto Nº: 2016-1-IE01-KA202-016870