

Tiendas cooperativas

DE LA TIERRA AL CONSUMIDOR

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE CCAE (Confederación de Cooperativas Agrarias de España).



La cooperativa agraria COPROSOL ha puesto en marcha tres tiendas *delicatessen* para la venta de productos de calidad de Castilla La Mancha. Los vinos, quesos, aceites, miel o el azafrán manchegos encuentran en estos establecimientos un eficaz vehículo de promoción y comercialización.

Las tiendas ofrecen gran cantidad de productos con Denominación de Origen como quesos, vinos, aceite de los Montes de Toledo, miel de la Alcarria, azafrán de La Mancha...

Las tiendas cooperativas son una fórmula cada vez más extendida para la venta minorista de productos. Originariamente surgen con la filosofía de dar un servicio complementario al socio, haciéndole llegar productos necesarios para su actividad y/o de consumo doméstico. Con el paso del tiempo, van apareciendo otras que responden a la demanda de los consumidores que quieren adquirir los productos agroalimentarios directamente del campo.

Para este sistema de comercialización empleado por las cooperativas agrarias existen cuatro modelos básicos: el "almacén-tienda", la tienda tradicional-supermercado, el sistema de franquicias y las tiendas *delicatessen*.

En el caso de estas últimas, sus objetivos principales son ofrecer al consumidor productos de alta calidad, mantener una cierta actividad orientada a la fijación de la población, la mejora de la renta y la calidad de vida de los habitantes de las zonas en que se ubican.

Los establecimientos se caracterizan por el cuidado de la imagen y la búsqueda de diseños que aporten un marchamo de distinción y que permitan realzar determinados atributos, tales como el origen geográfico, unos determinados rasgos culturales o sociales y una probada calidad.

Su propósito es el fomento de los llamados circuitos "cortos" de comercialización que permiten reducir el número de intermediarios que participan en la cadena agroalimentaria y, de manera indirecta, crear valor añadido en el territorio en que se emplean.

Una fórmula que crece

Con la fórmula de las tiendas *delicatessen* se han ido consolidando diversos proyectos, con sus especificidades, en distintas Comunidades Autónomas: las "agrobotigas" de Cataluña, las tiendas "taula" de la Comunidad Valenciana, las de COVAP (cooperativa agroganadera) andaluzas o el modelo que nos propone la cooperativa agraria COPROSOL.

Se trata de una cooperativa cerealista y de girasol, ubicada en la provincia de Cuenca y orientada a la comercialización de la producción de sus socios y de suministros tales como abonos, gasóleo o nitratos.

Conscientes de los cambios que acucian al mundo agrario-rural, decidieron que la mejor manera de anticiparse y adaptarse a las nuevas exigencias que el mercado global impone era la diversificación de la actividad propia de la cooperativa. Se plantearon varias alternativas y finalmente optaron por un proyecto de defen-

sa de los productos de Castilla La Mancha comercializados a través de tiendas tipo *gourmet*.

Este proyecto, a cinco años, consta de dos fases. Una, recién cumplida, de establecimiento de tres tiendas con cafetería en Cuenca ciudad y otra, que se encuentran actualmente en periodo de estudio, fuera de Castilla La Mancha. La primera tienda-cafetería se abrió en un espacio habilitado para ello en el mismo lugar donde se encuentran las oficinas de la cooperativa; un tiempo después inauguraron la se-

Las tiendas cooperativas son una fórmula cada vez más extendida para la venta minorista de productos

gunda, en la Plaza Mayor de Cuenca y por último, se ha instalado la tercera, algo mayor que las otras, en el Centro de Recepción del Turista.

Las dos primeras son propiedad de la cooperativa y en ellas se encuentran productos alimentarios de Castilla La Mancha. La última, se explota mediante una concesión administrativa de 15 años y ofrece únicamente productos de Cuenca. Entre otros, se puede encontrar una gran cantidad de productos con denominación de origen, como por ejemplo queso manchego, vinos de las todas las DO manchegas –Ribera del Júcar, La Mancha, Manchuela y Valdepeñas–, Aceite de los Montes de Toledo, Miel de la Alcarria, Azafrán de La Mancha, etc. Además,



La cooperativa ha abierto ya tres tiendas en la ciudad de Cuenca.

también ofrecen otros productos como licores, embutidos, jamones y conservas, cuya calidad se garantiza mediante el etiquetado y un sistema de prueba controlado de los productos nuevos que se introducen.

Además de los productos agroalimentarios y del servicio de cafetería, en la última tienda se van a incluir secciones para albergar una librería y productos de artesanía y de *merchandising*, todos conquenses. Por otra parte, ya cuentan con un espacio especial dedicado a la exposición de vinos.

Al contrario que los otros tipos de tiendas cooperativas, éstas se han ideado especialmente para captar al visitante. Esto se debe a que no es viable establecer tiendas dirigidas al socio, cuando éste proviene de poblaciones muy dispersas, repartidas por toda la provincia de Cuenca y con una población de, por ejemplo, 150 habitantes.

Reducir intermediarios

Uno de los objetivos primordiales de este proyecto era y es la reducción de intermediarios a la hora de hacer llegar el producto al consumidor final. Precisamente, este es el que está representando una dificultad mayor en el presente. Solamente el 15% de los proveedores directos son cooperativas, mientras que el resto son distribuidores. El principal problema reside en que los proveedores cooperativas ya cuentan con su cartera de distribuidores y resulta muy dificultoso que renuncien a ella. Sin embargo cuando se trata de productos nuevos, esas mismas cooperativas no tienen ningún inconveniente en proveer directamente a las tiendas de Coprosol.

La imagen de la cooperativa

La existencia de las tiendas, además del beneficio económico que representan y la diversificación del riesgo, ha supuesto una mejora sustancial en la imagen de la cooperativa. Ahora, es más conocida dentro del ámbito agrario, tanto dentro como fuera de Castilla La Mancha y se la identifica también con la puesta en valor del producto castellano manchego. Con ello han obtenido un reconocimiento institucional y social a la labor que están desarrollando y un nuevo elemento diferenciador de la empresa. 🍷

■ Mas información sobre estas tiendas estará disponible en la web de CCAE, Confederación de Cooperativas Agrarias de España (www.ccae.es), como parte del proyecto que lleva a cabo para poner a disposición de todos los usuarios el Portal agroalimentario del cooperativismo.