

Antes de empezar, conviene decir enseguida que no solo de alimentos vive **Correos Market**. Entre los más de 1.600 productos ahora mismo a la venta hay también abanicos, joyas, jabones, geles, cremas para la piel, zapatos, ropa, bolsos, juegos de cuchillos, paraguas, juguetes, mochilas, artesanía de ganchillo, madera, cerámica, vidrio, etc. Y todos deben tener la condición de estar elaborados, creados o tratados en España y ser productos propios de la persona o empresa que los comercializa. Además, “se defiende y potencia la riqueza artística, se fomenta el empleo de materiales naturales y la denominación de origen y se valora el uso responsable y sostenible de los recursos y la responsabilidad social con la que se desarrollan las actividades”.

Es pronto para analizar a fondo su repercusión porque no lleva ni un año en marcha (se activó el pasado verano) y tomó especial impulso en diciembre de 2019, cuando la **Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (Fademur)** unió la propuesta a su campaña **#YoMeQuedo**, lo que ha permitido incluir a cuarenta de sus productoras (hay casi treinta en lista de espera). Sin embargo, en Fademur se animan con una primera valoración. Nieves Alonso, coordinadora de esta Federación, considera que “tenemos que hablar en términos positivos porque, por un lado, gracias a Correos conseguimos una mayor difusión y visibilidad de nuestro trabajo y, por otro, es una apuesta por facilitar la

comercialización de nuestros productos”. Sobre todo, Alonso valora la cuestión de la logística: “Lo hemos intentado de muchas maneras, pero la logística cuesta mucho, sobre todo si hablamos de productoras que residen en pueblos y aldeas no muy bien comunicados o que cuentan con producciones muy pequeñas”.

VOLVER AL PUEBLO PARA PRODUCIR MERMELADAS Y LICORES

La filosofía del **#YoMeQuedo** cuadra a la perfección con Nuria Álvarez, que acaba de entrar en Correos Market con sus licores y mermeladas de la marca **Agroberry** y se presenta así: “La historia de Agroberry empieza en 2015, cuando decidí volver al pueblo (Almendra del Pan, en Zamora). Me fui a los 13 años y a los 34, después de estudiar Ciencias de la Comunicación y una maestría en Administración de Empresas y de trabajar siempre en este sector, decidí emprender en el medio que me vio nacer: el medio rural”. Y desde este medio lucha porque se valore lo local, y desea que “se note mucho en mis ventas mi entrada en la plataforma”, aunque reconoce que “la coyuntura actual no es buena y la gente tiene que tener cierto poder adquisitivo para acceder a estos productos”.

Es cierto, hay varios de esos productos que por lo diferenciado, ecológico o exclusivo de la oferta no están al alcance de cualquier bolsillo, pero también hay garrafas de

REPORTAJE



Texto: Javier Rico / Fotografías: Fademur y Correos

Correos Market, una herramienta de desarrollo rural Producto local a toda España vía postal

Cuando uno se pone a elaborar un reportaje y los ingredientes son, entre otros, miel de montaña de la comarca de Omaña, aceite de oliva virgen extra de Jaén, fabas con bacalao de Terras da Mariña y naranjas de zumo de la huerta de Valencia el gusto por documentarse y redactar se acrecienta. Son cuatro de los más de 1.600 productos que ofrece la plataforma de venta por internet Correos Market. La gran mayoría están elaborados desde el medio rural por personas del territorio e intentan poner en valor estas producciones y las zonas de donde proceden, facilitando su comercialización a través de las 2.396 oficinas de Correos repartidas por toda España.





#YOMEQUEDO

CorreosMarket.es

El mercado online de los productores locales que eligen quedarse en la España rural.



Acto promocional de Correos Market con Fademur.



cinco litros de aceite de oliva virgen extra por veinticinco euros, piezas de queso al romero de un kilo por veinte euros, tarros de miel de un kilo por nueve euros y tercios de cervezas artesanas que no superan los dos euros. Una de las ventajas que ofrece Correos Market a los clientes es que no pagan gastos de envío.

Además, la principal ventaja reside en las 2.396 oficinas de Correos repartidas por toda España, donde se depositan los productos que previamente han solicitado los clientes a través de Correos Market. Esta red logística permite que, según la empresa, el pedido llegue en 24 horas a cualquier punto de España. Desde Correos hacen también su balance y explican que "la iniciativa, que surgió dentro del plan de responsabilidad social corporativa de la empresa para aportar soluciones al reto demográfico, ya ha superado todas las expectativas. En pocos meses, más de 7.500 nuevos productores se han interesado por el proyecto".

Desde Correos Market afirman que "solo una semana después de arrancar la campaña #YoMeQuedo, en el mes de diciembre, el 90 % de los productores presentes

en la plataforma habían recibido al menos un pedido". También aclaran que solo cuando se produce la venta, Correos cobra una mínima comisión.

ENTRE LA COP 25 Y LAS PROTESTAS DE LOS AGRICULTORES

Nieves Alonso destaca algo de lo que también se habló en la presentación de la conexión entre #YoMeQuedo y Correos Market y que está de plena actualidad: la eliminación de los intermediarios de la cadena de distribución. Según Alonso, "la propuesta llega en un momento crucial por dos motivos: la COP 25 ([la cumbre de cambio climático celebrada en Madrid el pasado mes de diciembre](#)), entre otras cuestiones ambientales, ha puesto también de relieve el papel que desempeñan las personas a la hora de exigir producciones más responsables; y también por la movilización del campo para exigir que se valoren de forma adecuada sus productos".

Sergio Peinado, responsable de soluciones digitales y de e-commerce de Correos, asegura que "con la nueva plataforma queremos ayudar a esos productores y artesanos

que elaboran un producto de calidad, pero que necesitan un impulso comercial a la hora de venderlos. La innovación radica en hacer que la tecnología que ya existe en el mercado sea accesible a todos los productores del territorio español, por pequeños que sean. Hasta ahora, solo aquellos que tenían una gran capacidad podían estar y vender en internet”.

Algunos reconocen esa capacidad que ya tienen en forma no solo de venta directa digital a través de sus

páginas web, sino también en mercados, ferias e incluso tiendas físicas. Es el caso de Esther Chamorro, directora general de Dlana, que dispone en Correos Market de bufandas, gorros, jerséis y ovillos de lana, “que es lo que más vendo por este canal, además del kit completo para tejer”, apostilla. Esta productora radicada en San Lorenzo de El Escorial (Madrid), advierte que “la plataforma en nuestro caso cubre huecos de ventas que nos costaba mucho afrontar; por ejemplo, el de las islas Canarias”. Y pone un primer reparo: “con respecto a los que trabajamos el textil habría que diferenciar a quienes nos proveemos de mercados locales de lana de quienes traen las telas de fuera de España”. ■

REPORTAJE

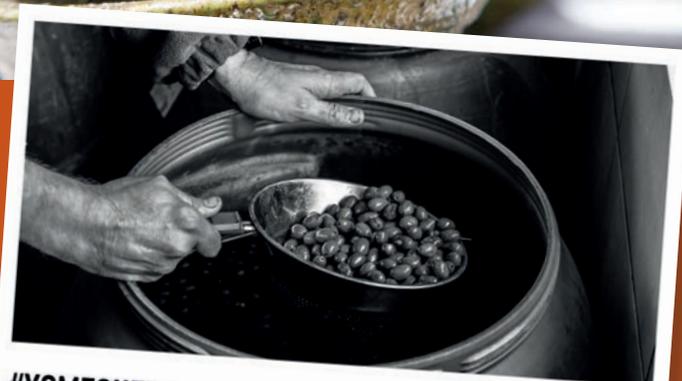


POR DÓNDE MEJORAR

En Correos destacan la sencillez de la herramienta con la que los productores trabajan en Correos Market: “Desde el *smartphone*, la tableta o el ordenador gestionan sus pedidos a través de un área privada, estén donde estén. Les ofrecemos un servicio llave en mano, que incluye desde la publicación de sus productos en la página web hasta ayudas a través de consejos o claves sobre, por ejemplo, cómo hacer los embalajes o cómo fijar un precio competitivo”.

Sin embargo, diversos productores han puesto ya algunos deberes para que mejore el servicio:

- Más agilidad a la hora de subir y exponer los artículos que envían los productores.
- En general, se piden mayores opciones y versatilidad en la presentación de los productores y de sus productos.
- Diferenciar más claramente los productos según su composición y elaboración con materiales sostenibles, locales y de cultivo ecológico.
- Se suele pagar a mes vencido, pero cuando la venta es importante no se debería dilatar tanto el pago.



#YOMEQUEDO

CorreosMarket.es
El mercado online de los productores locales que eligen quedarse en la España rural.

