



## Volvamos a lo natural

Con una propuesta centrada en la conciencia ecológica, cercanía al consumidor y oferta de productos frescos, los eco supermercados de la cadena Emporio del Campo ganan espacio en el mundo del food retail y desafían el paradigma de los hipermercados.

**A**unque la distribución alimentaria convencional copa la oferta, los supermercados ecológicos están haciéndose un espacio importante en el centro de las principales ciudades. Los años 80 y 90 fueron la “era dorada” de los hipermercados, que llegaban a cada rincón del país mientras que el comercio tradicional sucumbía, víctima de las ventajas del formato de autoservicio: precios más bajos e imbatible oferta de productos. Sin embargo, la situación está cam-

biando: el consumidor ha vuelto a comprar en su barrio, aunque ya no en los almacenes, que pasaron a mejor vida, sino en supermercados que combinan proximidad y precio.

En este contexto, Emporio del Campo surge como la primera cadena de supermercados ecológicos en nuestro país, cuyos esfuerzos están orientados a la comercialización de alimentos, productos y derivados procedentes directo de los campesinos del centro-sur de Chile principalmente, para el

desarrollo del fomento productivo de micro, pequeños y medianos productores agroindustriales de zonas rurales. Así se optimiza la distribución de sus alimentos y derivados a lo largo del país, con los precios más convenientes del mercado y con distribución geográfica en salas de ventas de Antofagasta hasta Temuco.

El sello de la cadena de eco supermercados es proporcionar productos frescos, únicos y selectos de productores campesinos, para satisfacer los requerimientos alimenticios de los clientes de manera competitiva, con altos estándares de calidad, y comprometidos con el desarrollo sustentable a través de la economía circular a corto y largo plazo, apoyados por sólidos valo-



En las góndolas hay productos para todo tipo de clientes: tradicionales, ecológicos, orgánicos, gourmet y para deportistas.



res éticos. Por Responsabilidad Social Empresarial comparten principios que los comprometen con la comunidad campesina y con el medio ambiente, afianzando una labor e integración del capital humano y el entorno donde se desarrolla, pero además afirmando el compromiso con el desarrollo sustentable y amigable con el medio ambiente.

Además, la empresa destaca por la puesta en práctica de su campaña Desperdicio Cero, que promueve la disminución de desperdicios provenientes del sector food retail. Los alimentos que se desperdician cada año en nuestro planeta alcanzan los 1.300 millones de toneladas, lo que desde el punto de vista ambiental es muy costoso ya que la producción de estos alimentos supone un elevado consumo de agua, de energía, produce residuos y provoca contaminación.

Para reducir este despilfarro han aparecido diversas iniciativas que venden productos a punto de caducar, con la fecha de consumo preferente cercana, mal envasados, etiquetados erróneamente o simplemente productos en liquidación. La mayoría de las grandes cadenas de establecimientos no ponen a la venta estos productos, e incluso los retiran de sus líneas, aunque siguen siendo aptos para el consumo. Se caracterizan por tener un precio sustancialmente inferior, por lo que más cantidad de personas pueden acceder a ellos además de evitar que sean desaprovechados. Esto

fomenta el desarrollo de la Economía Circular, uno de los pilares éticos de Emporio del Campo.

Pero lo más importante que propone esta cadena es la transformación de tiendas especializadas en establecimientos donde es posible realizar toda

la compra, lejos del viejo prototipo de almacén. “Podemos encontrar lo mismo que en un supermercado convencional, pero con la peculiaridad de que hay productos ecológicos y convencionales de productores 100% nacionales”.

### Principales beneficios de los eco supermercados

- **Cercanía y especialización:** La mayoría de los supermercados ecológicos responde a un formato de tienda no demasiado grande y urbanas, es decir, comercios de proximidad: Los hipermercados tienen una zona de productos ecológicos, pero para ir a ellos, en general hay que desplazarse a las afueras. Sin olvidar que los supermercados ecológicos están especializados, por lo que su surtido es más amplio.
- **Expansión del comercio electrónico:** Estas tiendas refuerzan su facturación con la venta a través de sus plataformas online, que también sirven para generar marca y extender el conocimiento de estos productos a un público mayor.
- **Conciencia ecológica:** En sus lineales no sólo hay alimentos y bebidas, sino también productos de cosmética, limpieza, higiene o parafarmacia. Estos artículos son demandados tanto por personas preocupadas por la presencia de agentes químicos como por consumidores que buscan productos social y medioambientalmente responsables.
- **La distribución alimentaria:** Nadie hace toda la compra en el mismo sitio. Además, al pensar en comprar productos ecológicos, el cliente tenderá a ir al establecimiento especializado. Pero es importante que tengan programas con los que ir fidelizando: asesoramiento nutricional, clases de cocina, enviar ofertas cuando se calcule que al cliente se le va a acabar un producto. Se trata de técnicas de marketing para que el consumidor se acuerde de la cadena.
- **El precio:** Un aspecto que ha encarecido históricamente la cesta de la compra ecológica ha sido la necesidad de importar ciertos productos. Ahora hay más productores nacionales y el precio ha bajado muchísimo, pues hay menos intermediarios. Así, los supermercados eco han contribuido a acortar la cadena de suministro, lo que permite ajustar los precios. Y están haciendo otras cosas para derribar la barrera del precio.
- **Calidad y frescura:** Pese a que la oferta de productos ecológicos es menor que la de los convencionales, ya que hay menos fabricantes o productores, la principal fortaleza de los supermercados ecológicos es el producto fresco y, evidentemente, las frutas y verduras que se venden son de temporada. Esto no es inconveniente para el consumidor convencido que busca calidad y frescura en los productos.