

El consultor y conferenciante, Emilio Duró Pamies, cierra la mañana

El auge del comercio electrónico, la RSC y las alianzas con la distribución, a debate en el 5º Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias

Jaén, 5 de octubre de 2017.- El segundo día de debate y reflexión, en el marco del 5º Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, ha comenzado de manera intensa, con una mañana en la que se han abordado retos tan importantes como el impulso del e-commerce agroalimentario, la incorporación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) a las estrategias de negocio de las empresas o las alianzas con la distribución y las tendencias en el consumo de alimentos.

Introducido por el subdirector de Caja Rural de Jaén, Luis Jesús García Lomas, el gerente comercial Core & E-commerce de la prestigiosa empresa norteamericana de investigación de mercados Nielsen, Fernando del Real Utrilla, ha sido el encargado de presentar las claves actuales y futuras del comercio electrónico en el sector. A este respecto, ha subrayado que el comercio agroalimentario online, con 514 millones de euros representa actualmente sólo el 0,9% de todas las ventas del canal en España, si bien en países como Reino Unido y Francia ya se hallan en el 6,4% y el 6%, respectivamente, y en Estados Unidos la previsión es que, en 2025, suponga el 20% del negocio e-commerce total.

En consecuencia, Fernando del Real Utrilla, ha incidido en que la tendencia es imparable, también en España, país europeo con mayor número de móviles por habitante. Concretamente, ha puesto en valor la leche y el aceite de oliva entre los productos más comercializados, con un 8% y un 4% de cuota online, lo que significa que el 1,5% de todas las ventas de leche y el 1,3% de las de aceite de oliva ya se hacen vía internet.

A continuación, ha tenido lugar una participativa mesa redonda sobre las alianzas con la distribución, moderada por el consejero de Cooperativas Agro-alimentarias, Antonio Luque Luque, en la que han intervenido representantes de marcas líderes, tales como el director de Relaciones Externas de Mercadona en Andalucía, Jorque Romero Arjona; el director de Mercancías Food de Carrefour, Jorge Ybarra Loring, y el director de la División Comercial de Covirán, Joaquín Carceller Angulo.

Por parte de Mercadona, se ha hecho énfasis en el trabajo que realiza la marca de manera estrecha con el sector productor, a fin de satisfacer las necesidades del 'jefe', como desde la enseña denominan a sus consumidores. Jorge Romero Arjona ha destacado, además, los acuerdos que tienen con 8.000 agricultores y 4.800 ganaderos de toda España, así como que el 100% del aceite de oliva y de la leche son de origen nacional. Ha recalcado, igualmente, el hecho de que el 95% del aceite de oliva procede de Andalucía y a Covap como cooperativa proveedora de leche de su marca Hacendado.

Seguidamente Jorge Ybarra Loring ha resaltado el trabajo que desarrolla actualmente Carrefour para ofrecer productos locales y de proximidad en sus establecimientos. "Nos gustaría tener en cada ciudad proveedores de productos diferentes", ha indicado, al tiempo que ponía como ejemplo el hipermercado de Úbeda con 40 referencias de aceite de oliva de la provincia de Jaén. Y ha ido más allá, abriendo la puerta a todas las cooperativas agroalimentarias, para que vendan sus productos en su Carrefour más cercano.

Por lo que respecta a Covirán, Joaquín Carceller Angulo, ha señalado que la marca, con especial implantación en el sur de España y Portugal, realiza el 85% de las compras en origen y mantiene acuerdos con 337 proveedores andaluces, de los que el 27% son cooperativas agroalimentarias, con las que comparten personalidad jurídica y modelo de negocio. Ha insistido, asimismo, en la búsqueda de relaciones a largo plazo con el sector productor.

En cuanto a las tendencias de alimentos, las tres marcas han coincidido en el auge de los productos naturales y saludables, así como en el creciente interés por adquirir y consumir aquellos de carácter local y de proximidad. Además, han hecho referencia al crecimiento del e-commerce, como una realidad que ya están incorporando a sus modelos de negocio.

Paralelamente a la mesa redonda, aunque en otra sala del Recinto Provincial de Ferias y Congresos de Jaén (IFEJA) ha tenido lugar la mesa redonda 'Creciendo en Igualdad', que moderada por la responsable de Igualdad en la federación, Amparo Martín Fernández, ha contado con las intervenciones de la consejera técnica de la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Marta Ereza Díaz; la presidenta de la Asociación de Mujeres de Cooperativas Agro-alimentarias de España (AMCAE); la consejera de Covap y representante de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía en AMCAE, Pilar Gómez Fernández; y la presidenta de la cooperativa San Isidro Labrador, Carmen López López.

El I Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres en la Actividad Agroalimentaria, promovido por la Junta de Andalucía; la titularidad compartida; y el trabajo que Cooperativas Agro-alimentarias desarrolla tanto a nivel nacional como regional para impulsar la presencia de mujeres en los órganos de decisión, con resultados lentos pero positivos, han sido algunos de los temas abordados.

De vuelta al salón plenario, y tras la mesa redonda sobre distribución, la directora de Personas y Responsabilidad Social Corporativa de Cooperativas Lácteas Unidas (CLUN), Sonia González Somoza, ha disertado sobre la importancia de la RSC para la competitividad de las empresas. Presentada por el secretario de la federación, Francisco J. Bernal Muñoz, Sonia González Somoza, ha expuesto cómo Feiraco, integrada recientemente en CLUN, cuya RSC dirigía con anterioridad a la unión, se ha convertido en una marca referente en este ámbito, habiendo logrado el premio Responsabilidad Social Empresarial de la Xunta de Galicia o el Premio Cooperativas Agro-alimentarias de España en Igualdad de Oportunidades, entre otros.

La directora de RSC ha hecho hincapié en la necesidad de integrar la RSC en la estrategia de negocio de las empresas, "pues aporta increíbles beneficios". Entre ellos, se ha referido a la responsabilidad social, como un eje que conlleva mayor implicación de los trabajadores con la empresa, menor absentismo y, por tanto, mayor productividad, competitividad y rentabilidad, sin olvidar que ser una empresa socialmente responsable es un hecho cada vez más valorado por clientes nacionales y sobre todo internacionales.

Finalmente, el 5º Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias ha concluido la mañana con un espacio para el 'coaching', a fin de motivar a los profesionales de modo que puedan afrontar desde, el optimismo, los diferentes retos planteados a lo largo del día y medio de evento. Introducido por el director general de Olivar de Segura, José Luis García-Melgarejo, el consultor y conferenciante, Emilio Duró Pamies, ha puesto el broche final a la jornada matinal con su ponencia 'Gestión de la ilusión en tiempos de cambio'.