

cooperativas
agro-alimentarias
España

38
Premios 25
aniversario
para Anecoop,
Cooperativa
Ganadera de
Caspe y OviSpain

42
El Comisario de
Agricultura visita
dos cooperativas
valencianas

46
Acuerdo con
EEUU, ¿se abren
ya las puertas?

54
Leche:
La necesidad
de adaptación
a un mundo
sin cuotas

58
La mala
cosecha sitúa
la producción
de aceite de
oliva a niveles
mínimos

El Congreso de las tres "ies": Integración, Internacionalización e Innovación

El Rey Felipe VI apoya una vez más
a las cooperativas agroalimentarias

>somos futuro

3€ | N.25 | ene-mar2015 | www.agro-alimentarias.coop



AGACA, Asociación Galega de Cooperativas Agrarias

C/ Rúa Tomiño, 22, Entresuelo
15703 Santiago de Compostela
(A Coruña)
José Montes. Presidente
Higinio Mougán. Director
Tel.: 981 584 783
Fax: 981 571 730
E-mail: agaca@agaca.coop
www.agaca.coop

Cooperativas Agro-alimentarias de Aragón

Mercazaragoza
Ctra. Cogullada, 65
Centro de Negocios, Calle C, Edificio 7
50014 Zaragoza
José Víctor Nogués. Presidente
Felipe Gómez. Director
Tel.: 976 474 205
Fax: 976 474 226
E-mail: agro-alimentarias@aragon.coop
www.aragon.coop

Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía

C/ Demetrio de los Ríos, 15
41003 Sevilla
Jerónimo Molina. Presidente
Agustín González. Consejero delegado
Jaime Martínez-Conradi. Director
Tel.: 954 422 416
Fax: 954 422 151
E-mail:
cooperativas@agroalimentarias-andalucia.coop
www.agroalimentarias-andalucia.coop

FCAC, Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya

Casa de l'Agricultura
C/ Ulldecona, 21-33, 3a planta
08038 Barcelona
Ramón Sarroca. Presidente
Jordi Vives. Director
Tel.: 932 260 369
Fax: 932 260 673
E-mail: fcac@fcac.coop
www.fcac.coop

FCAE, Federación de Cooperativas Agroalimentarias de Euskadi

C/ Reyes de Navarra, 51
01013 Vitoria-Gasteiz
Alfredo Montoya. Presidente
Iñaki Nubla. Director
Tel.: 945 257 088
Fax: 945 253 959
E-mail: info@euskadi.coop

FECOAM, Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia

C/ Caballero, 13
30002 Murcia
Santiago Martínez. Presidente
Antonio Sanz. Director
Tel.: 968 351 282
Fax: 968 350 095
E-mail: fecoam@fecoam.es
www.fecoam.es



cooperativas
agro-alimentarias
España

FECOAR, Federación de Cooperativas Agrarias de La Rioja

C/ Estambra, 42, Bajo
26006 Logroño
Fernando Ezquerro. Presidente
José Manuel Madorrán. Director
Tel.: 941 501 286
Fax: 941 501 287
E-mail: fecoar@fecoar.es

Cooperatives Agro-alimentàries Comunitat Valenciana

C/ Caballeros, 26, 3º
46001 Valencia
Cirilo Arnandis. Presidente
José Segarra. Director
Tel.: 963 156 110
Fax: 963 923 327
E-mail:
agro-alimentariescv@agro-alimentariescv.coop
http://cooperativasagroalimentariescv.com

Cooperatives Agro-alimentàries Illes Balears

Polígono Son Llaut, Parcela 37,
1ª Planta, Despacho 2
07320-Santa María-Mallorca
Jerónima Bonafé. Presidenta
Mª Francisca Parets. Directora
Tel.: 971 725 180
Fax: 971 579 924
E-mail: cooperatives@agroalimentaries.es
www.agroalimentaries.es

UCAM, Unión de Cooperativas Agrarias de Madrid

C/ Jordán, 8
28010 Madrid
Manuel Morcillo. Presidente
Jesús Pérez. Director
Tel.: 915 547 994
Fax: 914 459 379
E-mail: cdtucam@hotmail.com

Cooperativas Agro-alimentarias de Castilla-La Mancha

Avda. de Criptana, 21
13600 Alcázar de San Juan
(Ciudad Real)
Ángel Villafranca. Presidente
José Luis Rojas. Director
Tel.: 926 545 204
Fax: 926 545 208
E-mail: cooperativas@agroalimentariasclm.coop
www.agroalimentariasclm.coop

Cooperativas Agro-alimentarias de Navarra

Avda. de Zaragoza, 21, 1º Dcha.
31003 Pamplona
José Mª Martínez. Presidente
Patxi Vera. Director
Tel.: 948 238 129
Fax: 948 248 737
E-mail: info@ucan.es
www.ucan.es

Cooperativas Agro-alimentarias del Principado de Asturias

C/ Siglo XX, 26, Bajo
33208 Gijón (Asturias)
Arturo Gancedo. Presidente
Tel.: 985 152 500
Fax: 985 150 695
E-mail: info@asturias.coop
www.asturias.coop

Cooperativas Agro-alimentarias de Extremadura

C/ Mérida de los Caballeros, 8
06800 Mérida (Badajoz)
Florentino Tienza Villalobos. Presidente
Carmen Moreno. Directora
Tel.: 924 388 688
Fax: 924 303 503
E-mail: info@cooperativasextremadura.es
www.cooperativasextremadura.es

URCACYL, Unión Regional de Cooperativas Agrarias de Castilla y León

C/ Hípica, 3, Entresuelo
47007 Valladolid
Gabriel Alonso. Presidente
Jerónimo Lozano. Director
Tel.: 983 239 515
Fax: 983 222 356
E-mail: urcacyl@urcacyl.es
www.urcacyl.es

UCA, Unión Regional de Cooperativas Hortofrutícolas de Canarias

C/ Bodegas, 4, Portal 3, 1º B
38002 Sta. Cruz de Tenerife
Juan José del Pino. Presidente
Carmen Rosa Hernández. Directora
Tel.: 922 278 611
Fax: 922 280 321
E-mail: coopcanarias@hotmail.com

Balance de un Congreso



Cuando iniciamos la organización del **VII Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias** identificamos tres objetivos. El primero contar con unos contenidos interesantes, de máxima actualidad, que fuesen expuestos por ponentes de prestigio internacional con el fin de trasladar la mejor información posible, de tal forma que las conferencias y mesas redondas contribuyesen a reforzar el conocimiento de la realidad, las previsiones de futuro y las experiencias más interesantes. El segundo objetivo era conseguir que nuestro congreso fuese un acto de relevancia, que contribuyese al reconocimiento del cooperativismo agroalimentario y, al mismo tiempo, favoreciese la visibilidad de una realidad que no tiene muchas oportunidades de salir en los medios de comunicación, al menos en los no especializados. El tercer objetivo que nos planteamos fue que el Congreso se convirtiese en un lugar de encuentro que propiciase los contactos entre las cooperativas y favoreciese el intercambio de experiencias y, por qué no, contribuyese a impulsar futuras alianzas.

Los contenidos se articularon en torno a tres ejes fundamentales: la internacionalización, la innovación y la integración. Así, organizamos las mesas redondas y las conferencias. En ellas se pudieron extraer interesantes conclusiones como que la internacionalización es un hecho incuestionable que debemos afrontar desde una óptica ofensiva, habida cuenta de las enormes oportunidades que plantea, máxime cuando estamos viviendo y viviremos en los próximos años una demanda de alimentos creciente, pero alejada de nuestro entorno geográfico. La innovación debe ser una práctica constante, porque es una estrategia que nos hará no solo ser más eficientes, sino diferentes y, por tanto, nos alejará de las guerras de precios en la que estamos inmersos y que la mayoría de las veces nos llevan a la autodestrucción. Sin embargo, para poder sacar el mayor partido a la innovación y a la internacionalización necesitamos mejorar nuestra dimensión. Esto último fue una coincidencia reflejada tanto en la conferencia del economista Antón Costas, como en la de Cristina Garmendia. El primero hizo una interesantísima reflexión sobre la eficiencia en las empresas, llegando a demostrar que si bien la media de la productividad de las empresas españolas es inferior a países como Alemania, si comparamos la productividad por estratos de dimensión podemos observar que la eficiencia en las empresas de nuestro país es tan buena o mejor que la alemana. En definitiva, la consecuencia de tener una productividad media inferior es precisamente la menor dimensión de nuestras empresas. Lo mismo ocurre con la innovación, exige economías de escala que la hagan más viable, entre otras cosas porque a mayor dimensión mayor atracción y retención del talento y del conocimiento, elementos claves en la innovación. De la misma forma, la internacionalización es una estrategia a largo plazo, que debe ser mantenida en

el tiempo y, la mayoría de las veces, tal y como se constató a lo largo de diversas intervenciones, nace de la necesidad en épocas de crisis como la presente.

El segundo objetivo, la relevancia, la visibilidad y el reconocimiento al cooperativismo agroalimentario se consiguió con creces. La presencia del comisario Hogan, la ministra de Agricultura, el presidente de la Generalitat Valenciana (ambos presentes los dos días) y, finalmente, el Rey Felipe VI, convirtieron al VII Congreso en un referente, hecho que quedó perfectamente reflejado tanto en los medios nacionales como internacionales. Pero más allá de su presencia, debemos resaltar el contenido de sus exposiciones. El máximo responsable de agricultura del ejecutivo comunitario manifestó de manera rotunda su profundo convencimiento en el papel del cooperativismo dentro del modelo europeo de agricultura y su convicción de la necesidad de impulsar políticas que favorezcan la concentración de la oferta y la mejora del posicionamiento en el mercado de las cooperativas, elementos fundamentales para la mejora de las rentas de los agricultores y el reequilibrio de la cadena agroalimentaria. Esta afirmación cobra especial importancia cuando la pronuncia quien tiene la facultad de proponer las políticas comunes. La ministra de agricultura, Isabel García Tejerina, constató que estamos en tiempo de cambios y reiteró la necesidad de mejorar la dimensión de nuestras cooperativas, por lo que felicitó a aquellas que han dado los primeros pasos y que, sin duda, servirán de estímulo a las demás. Finalmente el Rey Felipe VI puso el colofón al congreso. En su etapa como príncipe ya había participado en tres ocasiones en nuestro congreso, pero ahora, como máximo representante del Estado, ha querido demostrar con su presencia su respaldo a un colectivo fundamental en buena parte de nuestro territorio, elemento además de cohesión social y económica, especialmente importante en tiempos como los que estamos viviendo en la actualidad.

Finalmente, el congreso también ha servido como lugar de encuentro para cientos de cooperativas que han visto, escuchado e intercambiado experiencias y renovado su ilusión, cuestión especialmente necesaria y absolutamente imprescindible para la mejora de cualquier empresa.

Por todo ello nos hemos quedado con una sensación del deber cumplido y con la ilusión para seguir defendiendo de forma cohesionada al cooperativismo agroalimentario. También hemos quedado profundamente agradecidos por la confianza depositada en nosotros por todos los que habéis participado en nuestro congreso: ponentes, autoridades, patrocinadores, cooperativistas y, por supuesto, a los medios de comunicación. Entre todos habéis contribuido a que este haya sido el mejor congreso. Contamos con todos vosotros para que dentro de 4 o 5 años nos ayudéis a mejorarlo ■

Es una publicación de Cooperativas Agro-alimentarias de España

Agustín de Betancourt, 17, 4ª pl.
28003 Madrid
Tel.: 91 535 10 35
Fax: 91 554 00 47
www.agro-alimentarias.coop
prensa@agro-alimentarias.coop

PRESIDENTE: Ángel Villafranca
DIRECTOR: Eduardo Baamonde
SUBDIRECTOR: Agustín Herrero

CONSEJO DE REDACCIÓN

Eduardo Baamonde, Agustín Herrero,
Nerea Lerchundi y Pilar Galindo

EQUIPO TÉCNICO COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS DE ESPAÑA

José Cardona, Emma Castro,
Paula Kreisler, Juan Corbalán,
Antonio Catón, Jesús Gustrán,
Javier Lara, Fernando de Antonio,
Juan Sagarna, Cristina Garrido,
Susana Rivera, Gabriel Trenzado,
Victorio Collado, Irene Cerezo
y Patricia de Almandoz

COORDINACIÓN

Nerea Lerchundi, Pilar Galindo y
Aurora García

PUBLICIDAD COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS DE ESPAÑA

Agustín de Betancourt, 17, 4ª pl.
28003 Madrid
Tel.: 91 535 10 35
Fax: 91 554 00 47
e-mail:
galindo@agro-alimentarias.coop

DISEÑO Y PRODUCCIÓN

Grow Comunicación



Depósito Legal: M-6098-2009

DISTRIBUCIÓN

Remite S.L.

Patrocinado por



Cláusula de protección de datos para suscriptores:
Sus datos forman parte de un fichero responsabilidad de COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS DE ESPAÑA, debidamente inscrito en el Registro General de Protección de Datos, y serán tratados única y exclusivamente para gestionar el envío de la presente publicación a través de la correspondiente entidad de manipulado y franqueo. No obstante y conforme a lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal, le recordamos que dispone de sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición que podrá ejercer en nuestro domicilio.



BUZÓN DE SUGERENCIAS

¿Hay algo que quieras comentarnos?
Envíanos tus opiniones o sugerencias a:
Revista Cooperativas Agro-alimentarias
cooperativas@agro-alimentarias.coop

Carta del Presidente



Hace apenas un mes celebramos nuestro VII Congreso, un evento que reunió a más de mil personas y que se ha convertido en toda una referencia para el sector agroalimentario. Quiero destacar la presencia de SM el Rey que como máximo representante del Estado ha apoyado, una vez más, al cooperativismo que encarna otra forma de hacer empresa, más solidaria y equitativa, donde las personas son los verdaderos protagonistas y que demuestran en su día a día un compromiso inquebrantable con su territorio, sobre todo en los momentos más duros.

A lo largo de dos intensas jornadas reunimos en Valencia a los principales responsables políticos del sector, como el comisario Hogan, la ministra Isabel García Tejerina, el president de la Generalitat, Alberto Fabra y varios consejeros autonómicos; a expertos ponentes de economía, innovación y de empresas relacionadas con el sector; y a destacados directores y presidentes de cooperativas de toda España, que intercambiaron opiniones, expusieron novedades y discutieron sobre el futuro del sector y de nuestra economía.

No quiero olvidarme de los patrocinadores, sin cuya colaboración no hubiéramos podido organizar este Congreso, Cajamar, Repsol, Fertiberia, Syngenta, Yara, Dupont, Agroseguro, Agromutua, Sigfito, Agrofit, Certifood, Cajas Rurales, AFCO, Tecnidex y a nuestras cooperativas, AN, ANECOOP, AGRICONSA, CAPSA, COVAP, DCOOP, FEIRACO, MONTES NORTE y THADER CIEZA. Asimismo, quiero agradecer la colaboración de nuestras federaciones regionales, especialmente a **Cooperativas Agro-alimentarias de la Comunidad Valenciana**, que han colaborado estrechamente en la organización de este evento.

Los ejes del Congreso fueron la innovación, la internacionalización y la integración, aspectos que deben ir unidos, sin duda, y formar parte de la estrategia de las cooperativas.

La **Innovación** entendida tanto en los procesos productivos como en la mejora continua de nuestros productos y su posicionamiento en el mercado. Seremos líderes si tenemos la capacidad de ser diferentes y atractivos para nuestros clientes y consumidores.

La **Internacionalización** es una necesidad fundamental para el crecimiento de nuestras empresas, el 90% del crecimiento económico se produce fuera del entorno de los países desarrollados. Pero la internacionalización es

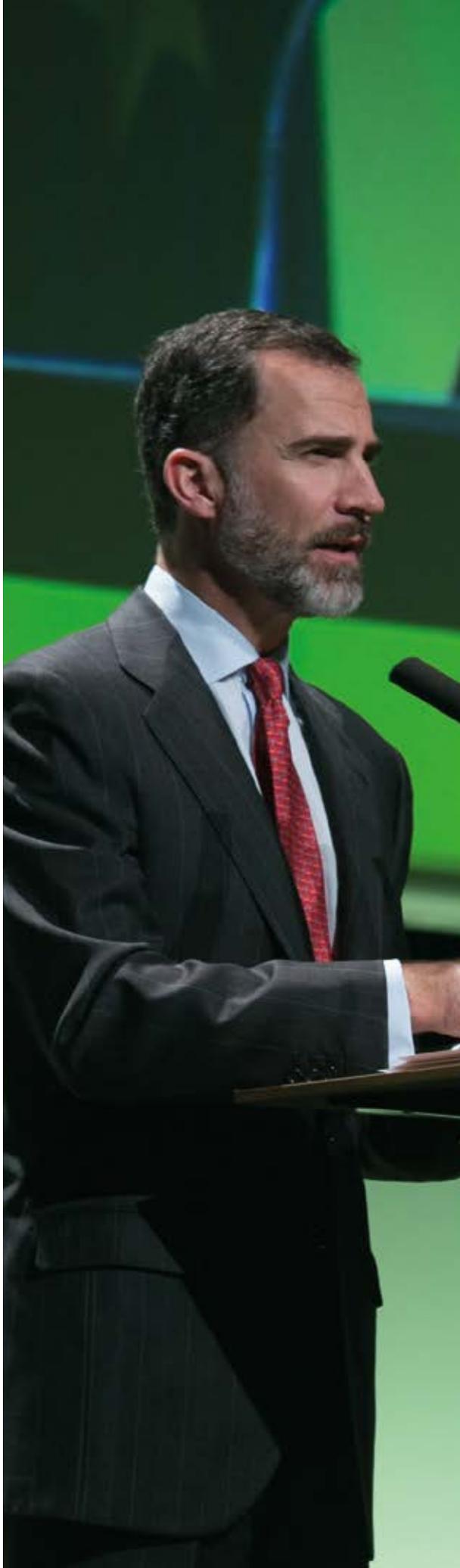
algo más que exportar productos, requiere estrategias comerciales, capacidad financiera, profesionales y socios comerciales en los países de destino, capacidad de adaptarse a nuevos consumidores, y sobre todo dimensión empresarial.

La **integración** absolutamente necesaria para innovar e internacionalizarnos en condiciones de eficiencia, para conseguir así economías de escala que nos permitan invertir con garantías de viabilidad. Tenemos la Ley de Integración Cooperativa, que está siendo un aliciente para favorecer iniciativas de integración y que ha hecho reaccionar a cooperativas y Administraciones incluso antes de su puesta en marcha. Pero tenemos que creérnoslo. Tenemos mucho que ganar, pero solo se hace desde la generosidad y la visión compartida, no perdiendo nunca de vista que las estrategias serán nuevas, pero los principios son los de toda la vida: integrarnos para mejorar las rentas de nuestros productores asociados y la economía de nuestros territorios.

Nuestras empresas crecen, pero nuestro objetivo es que con ellas crezcan las personas, que se olviden de viejos prejuicios y que sigan agrupándose. Las cooperativas están demostrando estar por encima de las fronteras administrativas, porque nuestros principios y valores tienen mucho más que ver con la unión que con la división. El cooperativismo une por definición y es una fórmula que debería ser utilizada como referencia para el futuro de la humanidad en una época especialmente convulsa en lo económico y en lo político.

Nuestra Organización ha cumplido 25 años en los que hemos estado acompañando a nuestras cooperativas. Hoy somos una Organización que está presente en todas las CCAA y en todos los subsectores de la actividad agraria y agroalimentaria. Quiero agradecer a todos los presidentes y las personas que han formado y forman parte de la Organización por haberla mantenido cohesionada, desde la responsabilidad, la generosidad y la visión compartida, lo que nos ha convertido en el único interlocutor del cooperativismo agroalimentario.

Hemos hecho muchas cosas y nos quedan muchas por hacer, por eso os animo a poner en práctica muchas de las conclusiones de este Congreso y a seguir impulsando un modelo cooperativo empresarial, rentable, competitivo, generador de valor, con una dimensión relevante, para contribuir así a la sostenibilidad del sector agroalimentario español. Así que ánimo y adelante ■



03 EDITORIAL

Balance de un Congreso

05 CARTA DEL PRESIDENTE

10 INAUGURACIÓN

El Congreso de las 3 "ies":
Integración, internacionalización e Innovación

14 CONFERENCIA MAGISTRAL

Hogan: las cooperativas son fundamentales
para mejorar la posición de los agricultores
en la cadena alimentaria

16 CLAUSURA

El Rey aboga por un modelo cooperativo con
dimensión suficiente para producir
y comercializar en todo el mundo

20 CONFERENCIAS

Antón Costas: "El tamaño de las empresas
mejora todos sus atributos"

Cristina Garmendia: "La atomización va en contra
de la innovación"

22 MESAS REDONDAS

Alimentación: El futuro requerirá de políticas
alimentarias globales y que apoyen a los
productores

Internacionalización: ¿Por qué un consumidor
de ese mercado querrá mi producto?

Las cooperativas en 2025: El tamaño sí importa

28 TALLERES

Competitividad y mejora del posicionamiento en
el mercado. Claves para ser más competitivos,
¿por dónde empezar?

Gobierno Cooperativo. Muchos pájaros pero
un solo vuelo

Eficiencia e innovación industrial en cooperativas.
Eficiencia energética + aprovechamiento
de biomasa = menores costes

Emprendimiento y liderazgo en las cooperativas.
La educación en igualdad es clave

38 PREMIOS 25 ANIVERSARIO

Cooperativas Agro-alimentarias de España
premia en su 25 aniversario a las cooperativas
Anecoop, OviSpain y Cooperativa Ganadera
de Caspe

40 REDES SOCIALES

No se habló de otra cosa...



entrevista

8

Phil Hogan,
Comisario Europeo de Agricultura y Desarrollo Rural

42 PRIMER PLANO

El comisario Hogan visita las cooperativas valencianas ANECOOP y CANSO

Cooperativas Agro-alimentarias de España y Grupo Cajamar firman un convenio de colaboración

46 UE INTERNACIONAL

Acuerdo entre la UE y EEUU.
¿Se abren ya las puertas?

50 EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Grupo AN y Unica Group se fusionan para crear un gigante cooperativo Unica Group y San Francisco de Asís, premios Arco Iris a la integración y la innovación

Tres cooperativas galardonadas en los Premios al Mejor Aceite de Oliva de Huelva

Cinco cooperativas españolas en el Top 100 de cooperativas de la UE y ocho en el Top 10 del sector oleícola La bodega Cuatro Rayas demanda a Makro por competencia desleal

52 CALIDAD I+D

Cómo presentar un proyecto europeo y no morir en el intento (II)

54 GANADERÍA

1 de abril de 2015: la necesidad de adaptación a un mundo sin cuotas

58 ACEITE DE OLIVA

La mala cosecha española sitúa la producción mundial al nivel más bajo desde 1999

61 VINO

La recuperación del consumo en España, el gran reto de la Interprofesional

62 SEGUROS

Los viticultores se muestran satisfechos con el seguro de uva de vino





“Cuando los productores se organizan, pueden conseguir un precio más atractivo”

¿Cuáles son sus principales prioridades como comisario de Agricultura de la UE? Unas de mis principales prioridades es simplificar la Política Agrícola Común. También quiero fortalecer la competitividad del sector agrario europeo, aumentar las oportunidades para la exportación en los mercados globales, facilitar el desarrollo del capital humano y el cambio generacional en el sector agrario tras aumentar las oportunidades para los agricultores jóvenes. Creo que los productores deberían recibir una parte justa del valor añadido de su producción. El papel de las cooperativas agrarias me parece clave para poder responder a estas prioridades.

“He viajado a EEUU para pedir a mis homólogos que eliminen las barreras fitosanitarias por solidaridad en aras a los acontecimientos geopolíticos que acontecen”

Tras su primera visita a España al Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias, ha tenido la oportunidad de visitar dos cooperativas de frutas y hortalizas, CANSO y ANECOOP. ¿Cuáles han sido sus impresiones? Me he quedado muy gratamente impresionado por las cooperativas CANSO y ANECOOP. El espíritu cooperativo es muy fuerte en ambas estructuras. En CANSO, percibí una organización dinámica y eficiente con raíces en la comunidad local, o sea en el pueblo. Los agricultores de L'Alcudia han creado una cooperativa que atrae empleo y prosperidad a la localidad y eso me parece clave para el futuro de nuestras áreas rurales, tanto en España como en la UE en su totalidad. ANECOOP es una cooperativa de segundo grado con un enfoque fuerte en la exportación a decenas de países –me ha interesado la habilidad y el conocimiento en la comercialización de productos de calidad al nivel mundial contribuyendo así al éxito de exportación de la economía española.

¿Qué papel piensa usted que deben jugar las cooperativas ante los retos del sector en los próximos años? Las cooperativas, como organizaciones de productores, juegan y continuarán jugando en el futuro un papel clave para asegurar que los productores reciban la parte justa de la cadena de valor. Cuando los productores se organizan, pueden conseguir un precio

más atractivo por su producto, por ejemplo cuando negocian con los supermercados. También, por el hecho de ser estructuras organizadas pueden aprovechar mejor las oportunidades vinculadas a la internacionalización a la exportación a nuevos mercados emergentes, por ejemplo hacia Asia, donde la clase media crece enormemente y reclama productos de alta calidad, sobre los que la agricultura europea destaca con nuestra tradición de excelencia. Las cooperativas también

juegan un papel relevante en la transferencia del conocimiento vinculado a la innovación. Esto me parece prioritario para mejorar la productividad y la competitividad del sector, y asegurar así un ingreso más elevado para el productor. En cuanto a la integración, hay que destacar que en países con un sector integrado y unido se puede percibir más presencia a nivel mundial. Eso se percibe en España también.

La PAC da cada día un mayor margen de subsidiariedad a los Estados miembros, ¿hasta qué punto podría significar una renacionalización de la PAC? ¿Cómo valora el modelo de regionalización del pago base que aplicará España para la nueva PAC? ¿Qué opina del modelo utilizado en España? No hablamos de renacionalización, sino de flexibilidad y del reconocimiento de que los factores climáticos, geográficos, económicos, culturales e históricos son muy diversos en la UE, e incluso en los Estados miembros, como es el caso de España. Veo el modelo del pago base que aplicará España muy apropiado teniendo en cuenta la diversidad geográfica española de la agricultura.

El año pasado la Comisión Europea reaccionó con cierta agilidad ante la crisis de precios frutas y hortalizas, en especial melocotón y nectarina, como consecuencia del embargo ruso. Ante las perspectivas desfavorables de la nueva campaña, ¿piensa la Comisión Europea reforzar los mecanismos de regulación de mercado del sector para anticiparse a una previsible

situación complicada ante la continuidad del veto ruso? ¿Ampliará las medidas extraordinarias que ha implantado hasta el momento?

La Comisión Europea actuó de forma rápida y decisiva para ayudar a los productores afectados por el veto ruso con cuatro medidas diferentes en los sectores de frutas y hortalizas y también en el sector lácteo. El importe de las medidas tomadas hasta hoy alcanza los 350 millones de euros. Tenemos muy en cuenta las repercusiones que decisiones geopolíticas pueden tener en el sector, y estamos determinados a actuar ante cualquier nuevo evento. Por mi parte, he extendido las medidas hasta junio y septiembre, respectivamente, y vigilo los precios en los sectores afectados. La segunda medida que he tomado es buscar activamente nuevos mercados para los productos europeos, incluyendo el desmantelamiento de barreras fitosanitarias que tienden a bloquear el acceso a mercados en países terceros. Por ejemplo, he viajado recientemente a Estados Unidos para pedir a mis homólogos estadounidenses que eliminen esas barreras en aras de solidaridad frente a los acontecimientos geopolíticos que acontecen.

“Las cooperativas juegan un papel relevante en la transferencia del conocimiento vinculado a la innovación”

A partir del 1 de abril de 2015 desaparecen las cuotas en el sector lácteo, gravemente afectado por la volatilidad de precios de mercado. ¿Cree que el más que previsible incremento de la producción de leche de la Unión Europea podrá ser absorbido por el incremento de la demanda a nivel mundial de este producto y sus derivados? ¿Qué mecanismos prevé la Comisión Europea para evitar que un posible desequilibrio oferta-demanda pueda afectar gravemente a los precios en origen? El 1 de abril será un día histórico para el sector lácteo europeo. A causa de las condiciones climáticas en 2014, la producción creció un 5,5%. En 2015, año del fin efectivo del régimen de cuotas, se predice que la producción crecerá solo un 1%, así que me parece que las predicciones de «inundaciones de leche» no ocurrirán. La mayoría del incremento de la producción

de la época postcuota se destinará a satisfacer el incremento de la demanda al nivel mundial. Por ejemplo, en China solo la demanda de productos lácteos crecerá en un 43% de aquí a 2019.

“En 2015, se prevé que la producción láctea crecerá solo un 1%, así que me parece que las predicciones de ‘inundaciones de leche’ no ocurrirán”

Voy a seguir muy de cerca la evolución de los precios en esta nueva era. Si es necesario, la Comisión tiene mecanismos para evitar desequilibrios en el sector, como por ejemplo las ayudas al almacenamiento privado y la intervención. También existe la posibilidad en el Pilar II de la PAC de poner en marcha la ayuda asociada voluntaria para productores en regiones con gran desafío geográfico, como las áreas montañosas. La política de promoción de las exportaciones debería asegurar estabilidad, así como un buen precio para productores a corto, medio y largo plazo. En este sentido, he decidido fortalecer el Observatorio del Mercado Lácteo para que nos ayuden a mí y todos los actores en el sector lácteo a vigilar la evolución del mercado ■



El Congreso de las 3 “ies”: Integración, internacionalización e Innovación

El VII Congreso de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** se celebró los días 26 y 27 de febrero en Valencia y reunió a más de un millar de personas en representación de las cooperativas y del conjunto del sector agroalimentario nacional y europeo. El encuentro fue clausurado por S.M. el Rey Felipe VI, que una vez más expresó su apoyo hacia el movimiento cooperativo español, y contó con la participación del comisario europeo de Agricultura, Phil Hogan y destacadas autoridades políticas, como varios consejeros autonómicos del ramo, la ministra de Agricultura o el presidente de la Generalitat Valenciana.

Además del comisario de Agricultura, entre los expertos que se reunieron en Valencia, destacar al presidente del Círculo de Economía de España, Antón Costas, y la exministra de Ciencia e Innovación, Cristina Garmendia, que impartieron sendas conferencias que despertaron gran interés entre la audiencia cooperativa y sirvieron de base para muchas conversaciones durante y después del Congreso. También contamos con la participación del eurodiputado Paolo de Castro; el director de Syngenta, Mark Titterington; el director de Agricultura de Nestlé, Hans Jöhr; el presidente del sindicato agrario francés FNSEA, Xavier Beulin; la agregada agrícola de EEUU en España, Rachel Bickford, o el director comercial de Repsol, Ignacio Egea, entre otros muchos.

Una mirada al futuro

En principio, el lema oficial del Congreso era «Razones de Futuro», enlazando directamente con la celebración del 25 aniversario del nacimiento de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**. Pero según fue transcurriendo el evento, esta mirada hacia delante, hacia el futuro, fue girando en torno a tres grandes ejes temáticos, «las 3 ies», que se repitieron en incontables ocasiones a lo largo de los dos días de Congreso: Integración de las cooperativas, Internacionalización e Innovación, que se fueron desgranando a través de varias mesas redondas, ponencias y Talleres de Trabajo.

El Congreso destacó el valor de las cooperativas como dinamizadoras de la economía y el empleo.



Inauguración

El VII encuentro nacional cooperativo, evento que se celebra cada cinco años –la última edición tuvo lugar en Zaragoza en 2010– despertó gran interés desde el principio en el entramado cooperativo y, en general, en todo el sector agroalimentario español. Ya en la inauguración, el Congreso contó con la participación de las máximas autoridades políticas, que mostraron su apoyo al sistema cooperativo, destacando el valor de este tipo de empresas como dinamizadoras de la economía y el empleo.

El Congreso fue inaugurado por los presidentes de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** y de la Comunidad Valenciana, Ángel Villafranca y José V. Torrent, respectivamente; acompañados del presidente del Banco de Crédito Cooperativo-Cajamar, Luis Rodríguez González; la ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina y el presidente de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra.

Cooperativas Agro-alimentarias de España reunió en Valencia a más de un millar de personas y destacados expertos de primer nivel, para debatir sobre las cooperativas y cómo deben encarar su actividad para afrontar un futuro condicionado por un mercado global y cada vez más competitivo. Se habló de la situación actual y cómo ha afectado la crisis al sector pero, sobre todo, el Congreso se centró en mirar de frente al futuro, con un optimismo que se respiraba en el ambiente, con estrategias basadas en lo que todo el mundo acabó llamando «las 3 ies»: Integración, Internacionalización e Innovación, que sirvieron de eje conductor para todas las conferencias, debates, talleres de trabajo, etc. Una vez finalizado el Congreso, a estas «ies» se les unió otra derivada de todas las vivencias compartidas en esos dos días, la «i» de la Ilusión



El 60% de la Producción Agraria y más de un millón de socios

Cuando se celebran los 25 años de la fundación de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, el presidente Ángel Villafranca destacó la fortaleza del tejido cooperativo español como dinamizador de nuestra economía, del medio rural y generador de empleo. El sector cooperativo agroalimentario aglutina a más de 3.800 empresas formadas por más de un millón de socios productores, con una facturación de más de 25.000 millones de euros, el 60% del valor de la Producción Agraria española y el 30% del valor de la Producción Bruta de la industria alimentaria.



Las cooperativas agroalimentarias españolas han incrementado su facturación un 23% desde 2007 y un 8% el número de empleos directos



Villafranca destacó que, a pesar de la crisis económica, las cooperativas agroalimentarias españolas han mantenido durante estos últimos años, una posición estable y sólida, incrementando su facturación un 23% desde 2007 y un 8% el número de empleos directos, hasta alcanzar un total de 100.000 personas, demostrando así que soportan mejor las circunstancias adversas que otro tipo de fórmulas empresariales.

Valencia, la cuna del cooperativismo

Por su parte, el presidente de Cooperatives Agro-alimentàries de la Comunitat Valenciana, José V. Torrent agradeció que el VII Congreso se realizase en esta Comunidad, que es el origen del movimiento cooperativo en España, vinculando su historia y tradición con el carácter y la cultura valenciana. «Pero, además, hablar de cooperativismo es hablar también de futuro. Del futuro de nuestros agricultores y productores, del futuro de nuestro sector y del futuro de nuestras familias», dijo.

Por último, Torrent destacó que los tres ejes del Congreso –Integración, Internacionalización e Innovación– tienen que ir acompañados de «cercanía al socio, al vecino y al consumidor, de calidad en el producto y en el servicio, de diferenciación a través del cuidado de los detalles y de la vocación por hacer las cosas cada día mejor».



Con la Integración, vendrán el resto de las ies

Por su parte, la ministra de Agricultura, Isabel García Tejerina quiso subrayar que la nueva Ley de Integración Cooperativa es «un reflejo de la confianza que tenemos en las cooperativas y lo que pueden aportar a España. Sois parte importante de la transformación tan grande que ha sufrido el sector agroalimentario español en los últimos años, hoy un referente a nivel mundial. Ahora necesitamos contar con grupos cooperativos con mayor dimensión para comercializar en cualquier mercado del mundo», destacó. «Con la Ley de Integración Cooperativa conseguiremos las tres “ies”: Internacionalización, Integración e Innovación».

La ministra animó a «seguir avanzando a favor del mundo rural y de la economía nacional, del campo y del conjunto de los españoles» y destacó que las cooperativas deben «transformar los cambios en oportunidades, porque no hay otra vía para permanecer y prosperar».





El acto de inauguración terminó con la intervención del presidente valenciano, Alberto Fabra, quien resaltó la naturaleza de las cooperativas, que «habéis estado ahí en estos años difíciles, adaptándoos a las circunstancias y demostrando fortaleza y manteniendo el empleo». Así, animó a todos los asistentes a «afianzar el modelo de crecimiento cooperativo y seguir creciendo en un mundo globalizado».

Patrocinadores

Durante la inauguración, Luis Rodríguez González, presidente del Banco de Crédito Cooperativo-Grupo Cajamar, destacó también el compromiso de la entidad cooperativa de crédito, de origen rural, con el sector agroalimentario español a lo largo de décadas. Incidió en el hecho de que el cooperativismo de crédito debe abordar también «un proceso de integración que nos aporte tamaño y capacidad para seguir atendiendo a las demandas de nuestros clientes, especialmente de las cooperativas agroalimentarias, que cada día cuentan con más tamaño y necesidades crecientes».

El VII Congreso de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** contó con el patrocinio de las principales empresas que operan en el sector agroalimentario: el Grupo Cooperativo Cajamar, Repsol, Syngenta, Ferti-beria, Yara, DuPont, Agroseguero, Agromutua, Sigfito, la cooperativa Agrofite, Certifood, Caja Rural, Tecnidex, Método Consultores y AFCO.

Productos cooperativos a la vista

Además de los stands informativos de los patrocinadores del Congreso, un número de cooperativas representantes del conjunto nacional, apoyó con su presencia el encuentro, mostrando allí las últimas novedades de sus productos. Las empresas participantes fueron Agricons, Anecoop, Covap, Dcoop, Capsa (Central Lechera Asturiana), Thader Cieza, Grupo AN, Montes Norte y Feiraco ■



Más información, ponencias y vídeos:

www.congreso.agro-alimentarias.coop

www.agro-alimentarias.coop

Live Blog en:

<http://chil.me/congresoagro-alimentarias>



Phil Hogan: las cooperativas son fundamentales para mejorar la posición de los agricultores en la cadena alimentaria



El comisario de Agricultura explicó en el VII Congreso de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, las prioridades de la nueva CE en temas agrarios y apostó por potenciar el sector cooperativo para mejorar la posición de los productores en la cadena alimentaria

Era su primera visita a España desde que el irlandés Phil Hogan se hiciera cargo el pasado mes de noviembre de la cartera de Agricultura en la nueva Comisión Europea (CE), por lo que su asistencia el pasado 26 de noviembre al VII Congreso de Cooperativas en Valencia, despertó gran expectación y atrajo a muchos a la cita, entre cooperativistas, representantes de empresas y organizaciones del sector, medios de comunicación, miembros de las distintas administraciones... Hogan impartió una conferencia bajo el título «Cómo mejorar el potencial de la agricultura europea en la economía global», en la que poco a poco fue desgranando las prioridades de la política agraria de CE. Trató temas que actualmente están generando gran preocupación entre los agricultores españoles y europeos, como las consecuencias del veto ruso, la simplificación administrativa de la PAC, los acuerdos con terceros países o las normas de seguridad alimentaria.

Basado en un modelo cooperativo fuerte y organizado, el sector agrario tiene potencial para ser motor de la recuperación económica

El presidente de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, Ángel Villafraña, realizó la presentación del comisario ante un auditorio repleto, y le subrayó los ejes temáticos del Congreso: Internacionalización, Innovación e Integración. Respecto al primero, Villafraña solicitó el apoyo de la UE para la apertura de nuevos mercados, «con una Europa más ofensiva», pero que respete la justa reciprocidad en los intercambios comerciales con países terceros. Además, le insistió en

que «los productores europeos no deben pagar dos veces las consecuencias del veto ruso».

En cuanto a la Integración, el presidente de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** pidió al comisario que las políticas comunitarias tengan coherencia con las políticas que la Organización está desarrollando, con una PAC fuerte y que impulse la concentración de la oferta y apoye el redimensionamiento de nuestras cooperativas como estrategia fundamental para reequilibrar la cadena agroalimentaria y aprovechar, de forma eficiente, la innovación y la internacionalización.

Phil Hogan respondió confirmando la necesidad de potenciar el sector cooperativo en todos los subsectores agroalimentarios, con el objetivo de aumentar su competitividad y mejorar la posición de los agricultores y ganaderos en la cadena alimentaria.

En este sentido, el comisario describió los instrumentos que establece la nueva PAC, tanto en el marco

de la Organización Común de Mercado (OCM) única como en los Programas de Desarrollo Rural (PDRs), para fomentar la figura de las Organizaciones de Productores (OPs), en cuya creación «las cooperativas son estructuras clave y deben jugar un papel primordial», dijo.

«Las nuevas reglas de mercado (OCM) ofrecen un marco moderno para las Organizaciones de Productores, aplicables a todos los sectores», algo de lo que las cooperativas

se pueden beneficiar «solicitando el reconocimiento como OPs», añadió.

Hogan incidió en el hecho de que las cooperativas reconocidas como OPs podrán beneficiarse de las medidas incluidas en el nuevo Reglamento sobre Promoción, cuyo presupuesto se incrementará «de 60 millones de euros anuales a 200 millones a partir de 2019».

El sector está regulado por 200 normativas distintas que se propone reducir a unas 50

El comisario también hizo referencia a la necesidad de actuar a nivel europeo para eliminar las prácticas comerciales desleales en el funcionamiento de la cadena alimentaria. En esta línea, indicó que la ley española de Medidas de Mejora del Funcionamiento de la Cadena Alimentaria podría ser un ejemplo de actuación para otros Estados miembros y también a nivel comunitario.

Un hombre de raíces rurales

El Comisario se definió ante los asistentes como «un hombre nacido y criado en una granja familiar del sur de Irlanda» y se comprometió a visitar estos primeros meses de su mandato a todos los países comunitarios, con el objetivo de conocer de cerca, aprender y escuchar a los protagonistas de sus políticas.

Mencionó entre sus prioridades de trabajo simplificar la vasta normativa comunitaria, «algo que no será sencillo», pues el sector está regulado por 200 normativas distintas que se propone reducir a unas 50.

Veto ruso

También se refirió al problema suscitado a los agricultores comunitarios y sus cooperativas por el veto ruso a muchos productos europeos. Hogan aseguró que su prioridad desde el 1 de noviembre ha sido «asegurar la solidaridad europea con los productores y cooperativas afectadas», evitando en todo caso la activación de la Reserva de Crisis contemplada por la PAC, que hubiera supuesto una reducción en las cantidades asignadas anualmente para pagos directos. Para Hogan, «era y continua siendo crucial asegurar que los productores y las cooperativas no paguen por duplicado por una crisis que no han causado, a través de la pérdida de mercados o de una reducción en sus ingresos».

Nuevos mercados

Hogan apostó por la necesidad de «vender nuestros productos en todos los mercados», asegurando que es «una grandísima oportunidad comercial» para nuestros productores.

El Comisario se refirió al TTIP (Transatlantic Trade and Investment Partnership), en pleno proceso de negociación con los Estados Unidos, destacando que será «proactivo a la hora de impulsar la apertura de este importante mercado para los productos europeos», pero que lo hará «sin comprometer los estándares europeos de calidad alimentaria o trazabilidad». En este sentido, abogó por el «trabajo duro y el compromiso activo con autoridades de terceros países» para superar «incluso a corto plazo» barreras existentes en materia de sanidad y uso de productos fitosanitarios.

Según Hogan, la CE centrará sus esfuerzos en los próximos meses a la apertura de mercados como los de Indonesia, Brasil, Chile, México o Vietnam y destacó éxitos como la apertura de los mercados estadounidense y canadiense a las peras y manzanas europeas.

Hablando sobre innovación, el Comisario destacó que «el reto fundamental que afrontamos no es solo

cómo producir más, si no cómo producir mejor». Afirmó que «necesitamos innovar más e innovar más rápido si queremos cumplir nuestros objetivos». Hogan defendió el valor de las prácticas innovadoras en agricultura para «proteger los recursos naturales, la biodiversidad, el paisaje, el suelo y el agua, además de incrementar los beneficios ambientales y climáticos que proporciona la agricultura». Por ello, habló de la necesidad de una política «coherente» que dé pie a desarrollar inversiones a largo plazo que nos permitan aprovechar el aumento de la demanda mundial de alimentos.

En sus conclusiones, Hogan destacó que «basado en un modelo cooperativo fuerte y organizado» el sector tiene potencial para ser «motor de la recuperación económica», ya que tenemos excelentes condiciones de producción y productores, además de un sector con «tradición, calidad, saber hacer e ideas innovadoras», preparado para afrontar el futuro incremento de la demanda ■

¡GRACIAS!

LA MARCA DE TRACTORES QUE MAS HA CRECIDO EN 2014*



*Datos oficiales Registro ROMA 2014.

Para más información contactar con Marketing & Comunicación New Holland Ag. España

www.newholland.es



El Rey aboga por un modelo cooperativo con dimensión suficiente para producir y comercializar en todo el mundo



S.M. el Rey D. Felipe VI fue el encargado de clausurar el VII Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias de España, mostrando así, una vez más, su apoyo al entramado cooperativo español, al que lleva apoyando en los últimos trece años en cada una de las ediciones de este evento



Durante la clausura del encuentro el pasado 27 de febrero, el Rey estuvo acompañado por los presidentes de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** y de la C. Valenciana, Ángel Villafranca y José V. Torrent, respectivamente, la alcaldesa de Valencia, Rita Barberá, el presidente de la Generalitat, Alber-

to Fabra, y la ministra de Agricultura, Isabel García Tejerina.

El Rey Felipe VI comenzó su intervención destacando el aprecio de la Corona hacia el mundo de las cooperativas y resaltó sus valores: democracia, igualdad, equidad, honestidad, transparencia y vocación social.

«Aprovecho esta oportunidad también para subrayar, precisamente, el compromiso y el aprecio de la Corona con el mundo de las cooperativas y todo lo que ellas representan. A lo largo de los años he podido conocer de cerca este sector, laborioso, eficiente y eficaz, con visión de futuro, que es muestra de muchas de las mejores cualidades del campo español, no solo de sus productos sino, sobre todo, de su extraordinaria gente, tenaz y trabajadora, gente de valores, gente valiosa», añadió.

El lema del VII Congreso, «Razones de Futuro», «expresa la voluntad de las cooperativas de avanzar como fórmula económica y social con creciente proyección de futuro», subrayó. Por ello, animó a las cooperativas españolas a «impulsar un modelo cooperativo empresarial profesionalizado, generador de valor y con dimensión suficiente para producir y comercializar a escala global». «Se trata de favorecer una estructura cooperativa capaz de crear empleo y de generar economías de escala, facilitando así la innovación y la internacionalización», subrayó.



Y todo ello sin perder de vista los valores que caracterizan a las cooperativas. «Los cooperativistas hacéis vuestro los principios éticos, la equidad y la solidaridad. Tenéis en cuenta pautas de participación económica de los socios, de autonomía, de independencia, de educación, formación e información, de cooperación y de interés por la comunidad», apreció Felipe VI.

Un modelo potente y con futuro

El Rey destacó que la fórmula empresarial cooperativa tiene plena vigencia en todos los continentes y en todos los países, y en las últimas décadas su cuota de mercado ha aumentado en la mayoría de sectores y naciones. Y concretamente, en la UE, «las cooperativas desempeñan un papel muy relevante a la hora de ayudar a los agricultores a obtener una mayor cuota del valor añadido en la cadena alimentaria. El cooperativismo agroalimentario es, en suma un modelo empresarial moderno y potente, necesario para el reequilibrio de la cadena agroalimentaria».

El Rey quiso también tener un gesto hacia las mujeres socias de cooperativas, valorando que el VII Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias

incluyese un Taller de Trabajo para analizar, de modo práctico, la importancia del emprendimiento y liderazgo de la mujer en las cooperativas, «aspecto esencial para que tengan plena vigencia los valores y principios que os distinguen», añadió. Para concluir, Felipe VI subrayó, sin

*Felipe VI:
“Aquí como en tantos
ámbitos, la unión hace
la fuerza”*

lugar a dudas, que el cooperativismo español tiene fortalezas muy importantes derivadas de su carácter social y de su implantación territorial. «Se puede afirmar que, aquí como en tantos ámbitos, la unión hace la fuerza».

El futuro está en la integración

El presidente de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, Ángel Villafraña, que agradeció al Rey su compromiso con el mundo cooperativo y le entregó una placa conmemorativa del 25 aniversario de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, destacó que «el cooperativismo es otra forma de hacer economía, y ha servido al sector rural para aguantar y salir de la crisis». «Gracias a nuestros socios y al trabajo conjunto de todos, hemos conseguido defender y





José V. Torrent, presidente de Cooperativas Agro-alimentarias C. Valenciana.

conseguir unos precios decentes para nuestros productores. Las cooperativas han aumentado más de un 8% el empleo en tiempo de crisis, y representan el 27% de la exportación del conjunto de la industria de España».

Ángel Villafranca:
“La integración solo se consigue desde la generosidad y la visión compartida”

El presidente de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** animó a los asistentes a avanzar hacia la integración y la unión entre las cooperativas. «La integración solo se consigue desde la generosidad y la visión compartida», les dijo, «y es necesaria la unión para mejorar la renta de nuestros socios. Las cooperativas deben estar por encima de los límites administrativos y geográficos. Nuestro futuro es la integración».



De izda a dcha, Jerónimo Molina, Rita Barberá, Angel Villafranca, SM Felipe VI, Isabel García Tejerina, José V. Torrent y Alberto Fabra.

Por su parte, el presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de la C. Valenciana, José V. Torrent, destacó la agricultura como un sector estratégico, que debe ser protegido, y pidió un compromiso con los productores, «ya que el futuro de muchas familias depende del compromiso con el sector agrario».

Un sector estratégico de la economía

En la misma línea, la alcaldesa de Valencia, Rita Barberá, dijo que el cooperativismo supone la mejor defensa de los intereses del sector agrícola. Además, «el sector agroalimentario ha sido el motor de salida de la crisis para España» y animó a continuar el trabajo realizado por parte de las cooperativas como dinamizadores de la economía.

Alberto Fabra, el presidente valenciano, también destacó la importancia del sector agroalimentario en la economía y, dentro del sector, «el cooperativismo es una fuerza fundamental para el futuro de la economía española». «Todas las reflexiones que se han compartido en este Congreso van a servir para que el sector agrícola y ganadero español siga creciendo y creando valores dentro de la sociedad española», añadió.

Previamente, la ministra de Agricultura, Isabel García Tejerina –que también intervino el día anterior en la inauguración del encuentro– apuntó que las cooperativas son un magnífico referente de la agricultura española. Por ello, «llevamos tres años trabajando codo con codo



La ministra Isabel García Tejerina.

con las cooperativas, para dotarlas de las medidas que necesiten para construir su futuro y crear un tejido cooperativo fuerte y sólido». Con el crecimiento de las cooperativas, el sector agrícola seguirá creciendo, y solo con el trabajo de todos y la cooperación se conseguirán los retos planteados, concluyó ■

Más información, ponencias y videos en:
www.congreso.agro-alimentarias.coop

www.agro-alimentarias.coop

Live Blog en:

<http://chil.me/congresoagro-alimentarias>

Repsol AgroDiesel 10+

Recomendado por grandes expertos en la tierra



En tu terreno, eres el que más sabe. Y en el campo de la maquinaria agrícola, sigues el consejo de los principales fabricantes: utilizar Repsol AgroDiesel 10+.

- Alarga la vida útil de tu maquinaria.
- Minimiza los costes de mantenimiento.
- Más respetuoso con el entorno gracias a su fórmula sin azufre*.

* Menos de 10 partes por millón según Real Decreto DGS9/2000 y IIS/2011.



REPSOL
AgroDiesel 10+

Haz tu pedido en el **901 101 101**.
Toda la información en **repsol.com**

Único carburante recomendado por:





Antón Costas:

“El tamaño de las empresas mejora todos sus atributos”

La conferencia inaugural del VII Congreso corrió a cargo de Antón Costas, catedrático de Economía de la Universitat de Barcelona y presidente del Círculo de Economía. Bajo el título «¿Recuperación duradera o temporal? Perspectivas, retos y oportunidades», Costas realizó una brillante intervención con un marcado carácter positivo, basada en datos, que dividió en tres partes: características de la recuperación económica; las oportunidades que ofrecen las crisis; y la necesidad de tener ambición de crecer e industrializar el sector.

Sobre la recuperación económica dijo que en 2014, la economía española ha tenido un rebote que va a ser duradero e intenso, con un crecimiento en torno al 2,5-3%, que se prolongará durante 2015 y, en menor medida, en 2016, debido a varios factores como la recuperación del sector inmobiliario, mejora de la financiación a empresas y familias, aceleración del empleo aunque no de los salarios, efecto de la bajada del petróleo y cambio de la política económica de la UE.

En relación con crisis y oportunidades, dijo que no es cierto el relato alemán de la crisis, según el cual no somos productivos y hemos gastado en exceso. Según el profesor Costas, desde 2001 España es el país que mejor comportamiento exterior ha tenido de toda la OCDE, tanto con salarios altos como con salarios bajos, lo que indica que una parte del endeudamiento se ha empleado en renovar las empresas. En

cada crisis, se produce un gran impulso exportador en las empresas españolas.

La tercera parte de su intervención se centró en analizar quién exporta y quiénes son los mejores. Según dijo, el tamaño importa ya que exportan las empresas grandes o medianas y sentenció que el tamaño mejora todos los atributos de la empresa: los resultados, la productividad, la inversión, la innovación, el empleo estable, los salarios, etc. En términos de productividad, las empresas españolas son más productivas que las alemanas del mismo tamaño; nuestro problema es que tenemos un número desproporcionado de pymes.

Finalizó su conferencia animando a los presentes a tener ambición de crecer ■

Puedes descargar la ponencia y verla completa en video en:

www.congreso.agro-alimentarias.coop

Cristina Garmendia:

“La atomización va en contra de la innovación”



Cristina Garmendia, exministra de Ciencia e Innovación y actual presidenta de COTEC, inició su conferencia definiendo la innovación como todo cambio basado en el conocimiento que genera valor y asegurando que la innovación tiene que ver con la supervivencia de las organizaciones. La innovación tiene que orientarse a los retos de nuestro tiempo: los retos sociales, el cambio climático, la sostenibilidad, la gestión energética y del agua, el transporte, el envejecimiento de la población o la seguridad alimentaria, entre otros.

Para innovar hacen falta personas con actitud innovadora, capaces de conectar conocimientos, «y esto se ve favorecido por conocer otras experiencias, dialogar, compartir.

En cuanto a investigadores, estamos en buena situación ya que

somos la décima potencia científica mundial, siendo la primera los Estados Unidos y la segunda China, lo que viene a desmentir que China pretenda competir por costes», dijo. Sin embargo, en cuanto a patentes ocupamos el puesto 26º del mundo por la ausencia de incentivos para patentar.

«Para financiar la innovación es necesario aprovechar los programas europeos, ahora el Horizonte 2020, compitiendo duramente mediante ciencia excelente, capacitación tecnológica de la industria y proyectos orientados a los retos sociales», añadió. Suele decirse que las empresas españolas invierten poco en Innovación, lo que es cierto en términos absolutos por el elevado número de pymes: solo el 0,1% de las empresas españolas son grandes, la mitad que la media europea. «Este es un problema importante, en la innovación, el tamaño es un factor clave: la atomización y la compartimentación trabajan en contra de la innovación y es necesario tener ambición de crecer, de colaborar, con flexibilidad», resaltó Garmendia.

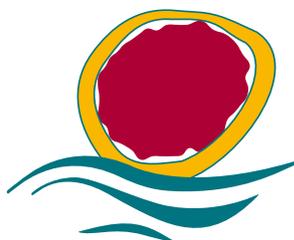
Además, expuso las tendencias actuales de la innovación: cooperación, alianzas de colaboración sistemática público-privadas, cultura de emprendimiento, fomentar y retener el talento –las personas son la clave–, y bioeconomía (los residuos como fuente de nuevos productos y eficiencia).

Como colofón, Cristina Garmendia sentenció que reducir costes, como única estrategia solo conduce al cierre. Es necesario ser competitivo en los costes, pero añadir valor a los productos para mantenerse en los mercados actuales ■



GRACIAS

POR VUESTRA
PARTICIPACIÓN Y APOYO



**GRUPO
COOPERATIVO
CAJAMAR**



REPSOL



The miracles of science™



El seguro de los que están más seguros



AGROMUTUA
Nuestro Seguro en Todos los Campos



VII CONGRESO



cooperativas
agro-alimentarias

>somos futuro

El futuro requerirá de políticas alimentarias globales y que apoyen a los productores

El aumento de la población hasta los 9.000 millones de habitantes en 2050, supone un gran reto para la humanidad tanto desde el punto de vista de la producción como medioambiental y socioeconómico. ¿Cómo podemos afrontar este reto? El debate señaló que el problema no está tanto en el aumento de la población, como en el cambio hacia dietas más proteicas de países emergentes, como China. Los expertos analizaron la situación y las posibles soluciones, donde agricultores y sus cooperativas deberán ser protagonistas



De izda a dcha. Xavier Beulin, Paolo de Castro, Eduardo Baamonde, Hans Jöhr y Mark Titterington.

La alimentación, desde el punto de vista de que supone uno de los mayores retos para la humanidad en las próximas décadas, fue uno de los temas de las mesas redondas que se celebraron en el Congreso de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**. En torno a esta cuestión, debatieron expertos de alto nivel como Paolo de Castro, europarlamentario, el director de Syngenta, Mark Titterington, el director de Agricultura de Nestlé, Hans Jöhr, y el presidente de la FNSEA, Xavier Beulin.

El debate arrancaba con la constatación de que la FAO prevé que la población mundial alcanzará los 9.000 millones de habitantes en 2050, principalmente en zonas rurales donde existe una mayor inseguridad alimentaria. Esto supone un gran reto a varios niveles para la sociedad.

Hay una producción suficiente para alimentar a la población, pero en el mundo siguen existiendo 851 millones de habitantes que padecen hambre crónica y, por otro lado, 509 millones que sufren obesidad (datos FAO). Para abas-

tecer a las generaciones futuras se necesitará producir más, se calcula que la productividad deberá aumentar del orden del 70%, pero para ello hay que tener en cuenta que los recursos como tierra, agua y los productores son limitados, y que los impredecibles efectos del cambio climático harán más difícil la tarea.

Mayor demanda e incrementos de precios

Paolo de Castro, europarlamentario y especialista en Políticas Agrarias de la Universidad de Bolonia, autor del libro *Hambre de Tierras* (Ed. Eumedica 2012). Destacó en su intervención el cambio en las tendencias del consumo y dietas en más de 3.000 millones de personas de los países emergentes (Brasil, China, India y Rusia). El incremento de la demanda de productos cárnicos, leche y de todas aquellas materias primas necesarias para su producción, implica una mayor presión en el mercado por la demanda, que repercutirá en episodios de incrementos de precios.

A raíz de estas circunstancias, sus conclusiones fueron:

- Construir una nueva generación de políticas europeas e internacionales.
- Las políticas agrarias y las reglas de comercio internacional deben jugar un papel activo para afrontar los retos.
- Se necesita una estrategia global para el sector agrícola.

Se preguntó si la «UE es consciente de los retos y si la PAC que acabamos de aprobar es una respuesta coherente de cara al futuro; trabajaré desde el Parlamento Europeo para concienciar a mis colegas de estas necesidades».

La clave está en las prácticas agrícolas

Por su parte, Mark Titterington, director de Asuntos Corporativos de Syngenta para Europa, África y Oriente Medio, confirmó que, efectivamente, nos encontramos con el reto de alimentar de manera sostenible a una población mundial creciente, lo que plantea un dilema en cuanto a la escasez de recursos (agua, tierras y trabajo) y la necesidad de aumentar la producción. «Sin embargo, sin sostenibilidad económica no podrá haber sostenibilidad ambiental», destacó.

Desde su punto de vista, el papel del sector privado es igual o más importante que los poderes públicos. Y además, apunto que «será necesario el uso de las nuevas tecnologías, pero no hay que pensar que éstas serán la panacea. Las personas serán fundamentales, de nada sirve un mejor avance tecnológico si no se aplica adecuadamente». Sus conclusiones:

- Necesidad de producir de manera más eficiente y reducir la cantidad de residuos.
- Resultará fundamental contar con una mayor biodiversidad y una menor degradación de las tierras, rescatando el terreno agrícola abandonado.
- Mayor salud y menos pobreza. Hacer que las pequeñas explotaciones aumenten su productividad, ayudar a la seguridad y prevención de los trabajadores en el campo.

Políticas enfocadas a los productores del futuro

El director corporativo para Agricultura de Nestlé, Hans Jöhr, destacó al igual que Paolo de Castro, que se observan cambios importantes en los patrones de consumo de muchos países emergentes, especialmente, una mayor demanda de proteína animal. Por ello, la alimentación en los próximos años puede ser un reto, pero también una oportunidad. Aunque alertó de la presión sobre los recursos naturales y el excesivo envejecimiento de agricultores y ganaderos, que soportan sobre ellos una excesiva presión económica.

Sus conclusiones:

- Necesidad de abordar políticas de apoyo a los productores: instrumentos económicos que generan economías de escala, mayor estabilidad de los precios y formación.
- Abordar el problema de la eficiencia productiva no puede obviar el claro problema del desperdicio de alimentos en todos los eslabones de la cadena.

- La formación del capital humano será fundamental para crear los productores del futuro, eficientes, profesionales y orientados al mercado. En definitiva, propone políticas que inviertan en el productor.

Fundamental, ayudar a los países menos desarrollados

Finalmente, el presidente de la FNSEA (Federación francesa de sindicatos de explotaciones agrícolas), Xavier Beulin, al igual que el resto de expertos, también destacó que el envejecimiento de los agricultores y escaso atractivo de las zonas rurales para vivir, suponen dos grandes obstáculos para afrontar el reto de la alimentación. Además, «existe un claro problema de transmisión de valor en la cadena», junto a otros problemas como el desecho alimentario y el desequilibrio productivo entre el Norte y el Sur.

Sus conclusiones fueron:

- La inversión en I+D en productividad y en gestión de las explotaciones son fundamentales para la explotación del presente y del futuro.
- El enfoque países productores-exportadores y países consumidores-importadores no es válido ni sostenible, se necesitarán todo tipo de explotaciones. La ayuda a la cooperación y la inversión a los países menos desarrollados es fundamental y debería aumentarse.
- Necesidad de pensar en políticas que mitiguen los efectos económicos del cambio climático.
- Debe fomentarse una actividad agrícola económicamente viable para que vivir en las zonas rurales sea más atractivo. «Nos enfrentamos continuamente a una huida del campo, y esa visión general hay que cambiarla».
- Las cooperativas se presentan como una figura ideal para un capitalismo moderno, responsable, presente en todo el territorio y como un instrumento que permite al agricultor ser protagonista en el mercado ■



Se pueden descargar las ponencias en:

www.congreso.agro-alimentarias.coop

www.agro-alimentarias.coop



¿Por qué un consumidor de ese mercado querrá mi producto?



La internacionalización de la empresa cooperativa agroalimentaria se está convirtiendo en una necesidad y no en una opción. A veces resulta la única clave para asegurar el crecimiento y la competitividad de la empresa. No existen recetas milagrosas, sino una estrategia a largo plazo y estar siempre abiertos al cambio. El acuerdo de libre comercio con Estados Unidos podría ser una oportunidad para fomentar la internacionalización

La internacionalización del sector agroalimentario español ha sido una constante en los últimos cuatro años, como una estrategia de las empresas ante el estancamiento del mercado español desde 2010.

España ha encontrado una respuesta a la caída del mercado nacional en el comercio exterior, que ya representa el 35% del PIB. El principal mercado de destino sigue siendo la UE, que representa el 90% de la actividad exterior del conjunto de la economía. El sector agroalimentario y pesquero representa el 15,2% del total de las exportaciones. Desde 2009 el sector agroalimentario no ha dejado de aumentar el valor de sus exportaciones. En 2013 se alcanzó un superávit de la balanza comercial de 9.646 millones de euros entre el sector productor y la industria agroalimentaria. Es tan importante el papel del comercio exterior que el 33% de los puestos de trabajo y el 21% del valor de los productos transformados dependen de ello, si hablamos del cooperativismo el 27% de su facturación total proceden de las exportaciones.

La internacionalización de una empresa implica ir mucho más allá de la exportación de productos. Se requieren estrategias comerciales claras y a largo plazo, dimensión empresarial y capacidad financiera para acometer las inversiones necesarias, contar con profesionales y socios comerciales adecuados en los países de destino, capacidad de adaptarse a nuevos consumidores, desarrollo de

nuevos productos, inversiones en innovación, capacidad logística, etc... Son muchos los aspectos que debe afrontar la empresa cooperativa para que la internacionalización sea un hecho y no una mera operación comercial.

Durante la Mesa Redonda, dos invitados expusieron las experiencias de internacionalización de dos empresas que han tenido éxito en este campo: el grupo cooperativo Agrial, de Francia, y la multinacional española Repsol.

El 27% de la facturación de las cooperativas procede de las exportaciones

Agrial, la integración cooperativa como base

Arnaud Degoulet, presidente de Agrial, explicó cómo su cooperativa ha sido capaz de crecer en los últimos años y en plena crisis gracias a una implantación decidida con plantas de producción en la UE y en los EEUU, incluyendo 5 plantas de procesamiento en España, con una estrategia empresarial basada en la marca y en la innovación de productos en las áreas de hortalizas, bebidas, leche y cárnicos. «Yo soy un presidente de una cooperativa miembro de Agrial que no hubiera subsistido sin haberse integrado en Agrial, y ésta no habría crecido sin la actividad exterior en Europea y en los EEUU», destacó.

Sobre la internacionalización concluyó que:

- Ha sido un factor clave para consolidar la posición empresarial del grupo y asegurar su crecimiento.
- Para un grupo cooperativo, la internacionalización, incluso las inversiones productivas en el exterior, son perfectamente compatibles con su vinculación con el territorio.
- La presencia en mercados exteriores ayuda a seguir una política de proximidad con el consumidor y tomar las mejores decisiones estratégicas.
- Es la única alternativa estratégica ante mercados maduros como lo es el francés y la UE.

«Pero toda esta estrategia sería impensable sin unas bases sólidas asentadas en la integración de nuestras cooperativas que aporte capacidad financiera para invertir en innovar y en expandirse», concluyó.

Adaptaciones locales para estrategias globales

Por su parte, Ignacio Egea, director ejecutivo del Área Comercial de Repsol, trasladó a los cooperativistas asistentes el caso de esta empresa, que opera en un sector muy diferente al sector agrícola, pero que por su experiencia y estrategia aporta muchos conocimientos para abordar un proceso de internacionalización. De hecho, Repsol es el resultado de una integración de múltiples empresas públicas y privadas del mercado de los hidrocarburos que, hasta 1986, operaban exclusivamente en el mercado español. En los últimos 30 años se han convertido en una gran multinacional líder en su sector y una de las más conocidas gracias a su imagen de marca y proyectos basados en la presencia en grandes competiciones deportivas del mundo del motor.

Ignacio Egea expuso que las razones para internacionalizarse son muchas, pero destacó la generación de economías de escala, acceder a un mayor conocimiento del mercado, diversificar el riesgo empresarial y el desarrollo del capital humano.

Desde Repsol han identificado los factores de éxito de la internacionalización. Egea los resumió en los siguientes:

- Contar con recursos adecuados para una gestión más compleja.
- Disponer de producto, tecnología, servicio y marca.
- Adaptación al consumidor local.
- Focalizar en mercados claves.
- Elegir a los socios adecuados.
- Visión del negocio internacional a medio y largo plazo y continuidad.

- Preguntarse continuamente ¿por qué un consumidor de ese mercado querrá mi producto? Hay que ser autocríticos y mantenerse en guardia.

La internacionalización es perfectamente compatible con la vinculación con el territorio

Acuerdo EEUU-UE, un acercamiento beneficioso para ambos

Joan Mir, director de ANECOOP, dirigió el debate sobre internacionalización por ser experto en la materia, y presentó a Rachel Bickford, agregada agrícola para España y Portugal de la Embajada de los EEUU.

Bickford destacó la importancia de hablar sobre las negociaciones de un acuerdo de libre comercio entre la UE y los EEUU, una prioridad que se ha marcado la actual administración norteamericana del presidente Barack Obama. «Desarrollar una estrategia de internacionalización tiene en cuenta elementos tan relevantes como el entorno político, especialmente en las relaciones comerciales entre países que pueden fomentar o desincentivar la presencia en diferentes mercados. El mercado de los EEUU puede ser una gran oportunidad para unos y un riesgo para otros, pero ante la globalización es una cuestión sobre la que hay que informarse y contar con todos los elementos, porque es un mercado muy relevante para muchos productos españoles».

Rachel Bickford, propuso una discusión franca y abierta entre ambos bloques, «por historia, cultura y valores existen muchas más cosas que unen a los EEUU y a Europa de las que nos separan». Para ella el acuerdo no es solamente un acuerdo comercial más, supondría un posicionamiento geoestratégico entre las dos economías y mercados más dinámicos del mundo. Existen muchas diferencias y visiones sobre determinadas cuestiones, pero hay que tener altitud de miras y enfocar este posible acuerdo como algo positivo, no se trata de imponer sino de buscar fórmulas de beneficio mutuo ■

Se pueden descargar las ponencias en:

www.congreso.agro-alimentarias.coop

www.agro-alimentarias.coop



De izda a drcha, Ignacio Egea, Rachel Bickford, Joan Mir y Arnaud Degoulet.

El tamaño sí importa

La integración se planteó como una vía para que las cooperativas alcancen un tamaño que les permita competir en innovación o internacionalización, al mismo tiempo que supone una estrategia para evitar la competencia entre las propias cooperativas y la supervivencia del sector agrario



Cómo serán las cooperativas en el año 2025. La última Mesa Redonda del VII Congreso Nacional de **Cooperativas Agro-Alimentarias** se dedicó a analizar el futuro de las cooperativas y cómo deben afrontarlo, empezando desde ya a sentar las bases de sus políticas a medio y largo plazo.

La Mesa Redonda contó con la participación de Agustín González, consejero delegado de **Cooperativas Agro-alimentarias** de Andalucía, que moderó el debate, con la colaboración del presidente del Banco de Crédito Cooperativo-Grupo Cajamar, Luis Rodríguez González. Intervinieron, además, los responsables de varias cooperativas que hoy son una referencia, tanto en el ámbito cooperativo como en los respectivos sectores en los que operan: Jesús Sarasa, director general del Grupo AN, Juan Carlos Pozo, director de Ovis, Enrique de los Ríos, director general de Unica Group, y Antonio Luque, director de Dcoop.

La integración se planteó como una vía para que las cooperativas alcancen un tamaño que les permita competir en innovación o internacionalización con otros grandes grupos a nivel europeo y mundial. Asimismo, se planteó como una estrategia para evitar la competencia interna, que debilita al conjunto del sector en los mercados.

No hay que dejar de buscar alianzas, aunque se sea muy grande

Por otro lado, aumentar el tamaño de las cooperativas permitirá incrementar la capacidad de influencia para defender ante los mercados los intereses de los productores asociados.

Así, el redimensionamiento del sector cooperativo permitirá, además, garantizar la continuidad y estabilidad del sector agrario, algo que se mostró especialmente relevante para casos como el de la ganadería.

Jesús Sarasa, del grupo AN, comenzó destacando que las funciones de las cooperativas seguirán vigentes con una evolución más rápida. «El camino a emprender en la relación con los socios, es el de un tipo de agricultura que ya se ha establecido en otros sectores, con nuevos proyectos que dinamicen el entorno rural mediante una integración vertical con cooperativas locales, que asumen los riesgos del mercado financiando todo el ciclo, y dejando al agricultor el riesgo de la producción», dijo.

Insistió también, en que respecto a LICA (Ley de Integración de Cooperativas) «no son admisibles las injerencias de las políticas nacionalistas, sino que deben imperar los intereses comunes y supraautonómicos».

No se puede estar solo

Por su parte, Juan Carlos Pozo, de OviSpain, indicó que «no puede haber ganadería sin ganaderos. Las cooperativas serán las que dinamicen

y tiren del sector ganadero; mientras paralelamente, el gran éxito de la integración será la estabilidad de los precios en el futuro y con ello, en última instancia, la rentabilidad de las explotaciones». «No hay que dejar de buscar alianzas, aunque se sea muy grande, en el mercado no se puede estar solo», dijo.

«El futuro de un sector con pequeños márgenes es el de tener un volumen muy grande», dijo el director de OviSpain y miembro de OviSpain, cooperativa que une a su vez a cooperativas ganaderas de Aragón, Extremadura y Andalucía, como fórmula para alcanzar así una mejor posición en el mercado internacional. OviSpain se va a centrar en llegar con sus productos a países con religiones donde el cordero es clave en la dieta, como los árabes, donde creen que hay un nicho de mercado y se puede jugar una buena baza exportadora.

En definitiva, las estrategias para el futuro son la dimensión, la integración y la internacionalización, apeló Juan Carlos Pozo, al igual que el resto de participantes en el debate.

El gran éxito de la integración será la estabilidad de los precios en el futuro

El problema es que seguimos compitiendo entre nosotros

Enrique de los Ríos, director general de Unica Group, resaltó en el debate que el gran problema del sector de las hortalizas sigue siendo el de la atomización. «España es potencia mundial en muchos aspectos: en



De izda a dcha, Antonio Luque, Enrique de los Ríos, Agustín González, Juan Carlos Pozo y Jesús Sarasa.

Almería, Granada y Murcia se producen casi todos los pepinos y tomates que se consumen en Europa, el problema es que seguimos compitiendo entre nosotros», destacó.

Además, matizó que hay que poner en valor cosas diferentes que vayan más allá del precio, como la calidad y la seguridad alimentaria. «La primera estrategia que deben tener las cooperativas es tener estrategia, una hoja de ruta que defina el cambio hacia un mejor desarrollo del sector, empezando por el tamaño, factor crítico que permite avanzar en los demás aspectos: innovación, internacionalización, competitividad, etcétera».

Y para muestra un botón. Unica Group y Grupo AN aprovecharon esta Mesa Redonda para anunciar la integración entre ambas cooperativas.

El orgullo de ser cooperativista

Antonio Luque, director de Dcoop, indicó en la misma línea que «la estrategia de las cooperativas en el futuro debe basarse en el tamaño» y puso el ejemplo de Mercadona, que crece en un año lo que factura la mayor cooperativa de España, recordando que

nuestros clientes son las empresas de distribución, por lo que en un escenario futuro las cooperativas deben ser del mismo tamaño que sus clientes.

Ser cooperativa debe ser un valor a potenciar y fortalecer

«Las cooperativas son necesarias para que los agricultores tengan una renta digna y asegurada. Además, permite a los profesionales del campo seguir creciendo y ejerciendo su actividad», dijo Luque, pero «del tamaño de las cooperativas depende el futuro de nuestra agricultura. El futuro es la dimensión», añadió.

Antonio Luque también resaltó que identificarse como cooperativa debe ser un valor que debe potenciarse y fortalecerse.

Cerró las intervenciones Agustín González que destacó que además de las «les» de Investigación, Innovación, Integración e Internacionalización, hay que tener en cuenta la «O» de Orgullo de ser agricultor y ganadero y cooperativista ■



Luis Rodríguez, del Grupo Cajamar, introdujo el debate.



Se pueden descargar las ponencias y el video completo en:

www.congreso.agro-alimentarias.coop



Claves para ser más competitivos, ¿por dónde empezar?

La competitividad se sustenta sobre varios pilares, como la innovación, la estrategia de marca, la eficiencia, la reducción de costes, el packaging... Frente al auge de las Marcas de Distribuidor (MDD), se plantea la necesidad de innovar y ser más eficientes, aportando siempre un plus para el consumidor. En este marco se planteó la pregunta: ¿Es el momento de salir del armario y potenciar la marca cooperativa?

En el marco de los debates y grupos de trabajo del VII Congreso, este Taller pretendía destacar la importancia de la innovación en los planes estratégicos de nuestras cooperativas. En él participaron responsables de cooperativas punteras a nivel nacional e internacional como José Armando Tellado, director general de CAPSA (Central Lechera Asturiana); Ángel Sánchez, director general de la cooperativa italiana Conserve Italia; Juan Vázquez, director de Martín Códax; Vicente Jiménez, director de Fresón de Palos, y moderó el Taller el gerente de Cooperativas Agro-alimentarias de Aragón, Felipe Gómez.

El Taller analizó la competitividad desde diversas perspectivas, como la innovación orientada a la eficiencia, la internacionalización intra y extracomunitaria, pasando por la política marquista y de diferenciación de la producción (formatos, fun-

cionalidades), procesos o servicios. Tras las intervenciones se produjo un debate dinámico y enriquecedor con el público asistente, unas 125 personas entre presidentes, directores y representantes de cooperativas de todos los territorios y sectores agro-alimentarios.

Los participantes en el Taller, tanto ponentes como público, detectaron una serie de coincidencias comunes:

➤ **La conveniencia de traspasar el ámbito regional en la actividad productiva y/o comercial sin perder el valor que aporta al producto su arraigo con el territorio, el origen y que los proveedores son los propios agricultores socios:** En este sentido, cobra especial valor la marca «producto cooperativo», como un atributo que aglutina todas estas características, y muchos participantes manifestaron su convicción de que

es el momento oportuno para desarrollar estrategias que valoricen la marca cooperativa.

En el caso de Conserve Italia, se viene apostado fuertemente desde hace tiempo por informar al consumidor y poner en valor las cualidades del producto cooperativo (cercaña, medio ambiente, tradición, trabajo del agricultor...) y se hace un balance muy positivo.

➤ **La estrategia de Marca:** En todos los casos, las cooperativas participantes han alcanzado máximas cotas de reconocimiento de sus marcas en sus respectivos mercados: Fresón de Palos, marca más conocida en fresa y líder en producción mundial; Martín Códax, emblema de los vinos gallegos en EEUU; CAPSA, líder lácteo en el mercado nacional con Central Lechera Asturiana, ATO y LARSA y Conserve Italia, primera industria conservera italiana susten-



tada en política marquista y, más recientemente, en la intensificación de sus exportaciones.

➤ **Innovación no es solo «nuevos productos» es una apuesta por la tecnología en cada una de las fases:** Innovación en la producción agronómica (mejora varietal, métodos de cultivos); innovación de producto; innovación en la logística, innovación en la distribución...

➤ **La crisis económica ha situado al precio como factor fundamental para las decisiones de compra, y explica parte del auge de las MDD:** Pero eso no implica que haya que dejar de innovar. Es aún más importante la eficiencia y la reducción de costes y que los nuevos productos demuestren que aportan verdaderamente una utilidad al consumidor y no solo un mensaje o un packaging atractivo.

➤ **Relación entre integración e innovación:** «El tamaño importa», pero la dimensión es una condición necesaria, pero no suficiente. Muchas cooperativas tienen aspectos que mejorar en su funcionamiento que ya les posibilitaría mejorar notablemente su posición en el mercado, incluso con el mismo tamaño (inversión en profesionalización, comercialización, formación y no solo en «ladrillo»). En este punto varios intervinientes se mostraron críticos con la Ley de Integración Cooperativa, por el hecho de que elija a las cooperativas beneficiarias solo en función de la dimensión y no en base a otros parámetros de eficiencia.

➤ **Debilidad de las cooperativas en España (en comparación con Italia):** Saben producir calidad, eficientemente, a precio muy competitivo, pero no valorizan y enfrentarse al mercado (se pone el ejemplo de la

comercialización de graneles de vino o de aceite). Como consecuencia, «son otros los que se benefician del esfuerzo en el principio de la cadena». En este sentido hay aún mucho camino por recorrer.

➤ **Cuantificar la inversión en marca, en comunicación:** Se habló de la cuantificación de la inversión en innovación (se apuntaron varias cifras: 3, 6 o 14% de la facturación). Pero los participantes en el Taller coincidieron en dar más importancia a la calidad que a la cantidad de la comunicación.

➤ **El ritmo de la innovación:** Especialmente Conserve Italia destacó que la innovación no puede ser menos acelerada (por ejemplo, número de productos nuevos/año) ni puede detenerse en ningún momento. CAPSA compartía la visión y añadía que «la innovación es un medio, no un fin en sí mismo».



De izda a drcha, Felipe Gómez, Vicente Jiménez, Juan Vázquez, Ángel Sánchez y José Armando Tellado.

★ FRESÓN DE PALOS

Fresón de Palos explicó su estrategia de marca y de diferenciación hacia el mercado nacional, a través de nuevos productos, nuevas presentaciones y nuevas funcionalidades, en ocasiones en colaboración con cooperativas de otros sectores (como Central Lechera Asturiana). Esta estrategia se basa en estudio continuado del consumidor y sus tendencias. Como novedad, destacar el acuerdo de la cooperativa con Eroski para la comercialización en exclusiva, en España, de la nueva línea sostenible de la marca con la calificación «Zerya».

★ BODEGAS MARTÍN CÓDAX

Basándose en la planificación estratégica y la profesionalización de las decisiones, Martín Códax se marca como pilares básicos de su estrategia: La RSC (destaca la preocupación por el medio ambiente y el papel de la cooperativa apoyando la actividad emprendedora de sus socios); la productividad, competencia y eficiencia (sabiendo que el consumidor solo pagará el diferencial de precio justificado a atributos añadidos); el crecimiento y la diversificación (capacidad de la bodega de ofrecer a cada consumidor el producto y la presentación que demanda, diferentes); imagen corporativa (aprovechar y poner en valor los atributos diferenciadores de los productos: ligado al entorno, a la cultura local, etc).

★ CONSERVE ITALIA

Las cooperativas, que parten con determinadas ventajas para jugar en el mercado, parten también con dos limitaciones: La imposibilidad de deslocalizar ni de tratar de pagar lo mínimo por el producto de sus suministradores (que son sus propietarios). Ante esa tesitura la innovación no es una opción, es una obligación. Innovación que debe permitir tanto la eficiencia para reducir costes, como aportar la diferenciación de producto y de proceso. Innovación que debe permitir la expansión y el posicionamiento en el mercado en tres sentidos: introducirse en nuevos nichos de mercado; expansión vía exportación y expansión vía introducción de nuevos productos. Cada una de esas fases requiere un nivel de profesionalización, especialización e inversión adecuado.

★ CAPSA

La compañía afronta un «proceso de transformación profundo», de reflexión estratégica. Tratará de enfrentarse a cada mercado utilizando tanto la vía de competir en costes (CAPSA es la primera empresa de alimentación española con el Sello de Excelencia Europea 500+ otorgado por la EFQM), como la marca (nuevos formatos, nuevos productos), como la introducción en determinados nichos (por ejemplo ofreciendo determinadas funcionalidades a la red Horeca) y la internacionalización ■

Puedes descargar las ponencias y ver el video-resumen del Taller en:

www.congreso.agro-alimentarias.coop

Muchos pájaros pero un solo vuelo



De izda a drcha, Ferrán Huguet, Alfredo Montoya, Carmen Salinas, Juan Miguel del Real, Rafael Torres, Tomás Fillola y Rafael Sánchez Olea.

El interés a largo plazo de la empresa puede chocar con los intereses más a corto plazo del socio. Por ello, es importante mantener una buena relación entre socio y cooperativa, basada en factores como la comunicación, la flexibilidad, la transparencia, etc. Los asistentes al debate analizaron las distintas fórmulas posibles y mostraron sus propias experiencias

El Taller de debate sobre el gobierno en las cooperativas agroalimentarias contó con la participación de representantes de seis entidades del ámbito cooperativo, de perfiles muy heterogéneos y de diferentes sectores, lo que sin duda enriqueció el debate con diferentes puntos de vista sobre los temas en cuestión.

Los participantes fueron Alfredo Montoya, presidente de la Federación de Cooperativas Agroalimentarias de Euskadi y socio de Garlan S. Coop.; Carmen Salinas, gerente de Thader-Cieza; Ferrán Huguet, director de Unió Corporació Alimentària; Rafael Sánchez Olea, gerente de Cobadú; Rafael Torres, presidente de la Cooperativa Virgen de Las Viñas, de Tomelloso; Tomás Fillola, director general de Red Ganadera Caspe; y el moderador, Juan Miguel del Real, subdirector de Cooperativas Agroalimentarias de Castilla-La Mancha.

El gobierno cooperativo: palanca de competitividad

El gobierno se considera una de las claves de competitividad de cualquier empresa, para su crecimiento y para

su futuro, ya que a partir de una correcta interacción entre sus diferentes órganos se logrará una adecuada toma de decisiones y mejorará, entre otros, la optimización de los procesos para el correcto desempeño de las funciones.

Además, un buen gobierno permite fortalecer la confianza en que sus recursos serán gestionados con la máxima eficiencia y, a la vez, con la máxima fidelidad a la misión.

Algunas conclusiones del coloquio

El gobierno en las cooperativas agroalimentarias se adapta a ese enfoque plural, basado en lograr valor para los diferentes grupos de interés que participan en la entidad, puesto que la finalidad de las cooperativas no es maximizar la rentabilidad de una inversión capitalista, sino satisfacer las necesidades económicas y sociales de los agentes implicados, respetando el cumplimiento de los valores y principios cooperativos.

El gobierno cooperativo, además, presenta unas especificidades muy particulares, puesto que son entidades en las que participan generalmente un número elevado

Es importante la comunicación con los socios de base jóvenes, de ellos surgirán los nuevos líderes que fijarán las estrategias en el futuro

de socios, con roles muy dispares que, en ocasiones, pueden tener intereses contrapuestos: el «socio-propietario» de la empresa, el «socio-proveedor» de materias primas y el «socio-cliente» de inputs y servicios. Esto, en ocasiones puede provocar una lucha conceptual entre el interés «a corto plazo» del socio y los intereses «a largo plazo» de la empresa y, por tanto, generar algunas dificultades para la buena gobernanza de la cooperativa.

Por lo tanto, en el coloquio se puso de manifiesto que la adecuada gestión de la relación con el socio, es uno de los factores clave del gobierno en las cooperativas.

A este respecto, también se expusieron diferentes modelos de relación con ellos. En el caso de Cobadú, como entidad orientada a proveer de servicios u otros productos o inputs a sus socios, se hablaba de la posibilidad de usar la **flexibilidad como mecanismo de atracción** y como instrumento de satisfacción hacia los socios. En otros casos, especialmente aquellas cooperativas que venden producto agroalimentario final hacia los mercados (como el caso de Thader Cieza o Garlan), se hablaba de la necesidad de contar con el **compromiso de entrega 100% de sus socios**, para poder planificar adecuadamente las operaciones comerciales.

Con respecto a la gestión de la relación con los socios, se apuntó como muy importante la fijación de **estrategias de comunicación y de acercamiento con los socios de base**, especialmente teniendo en cuenta que, con el paso del tiempo y el relevo generacional, la cooperativa se va alejando temporalmente de los socios fundadores, y se incrementa el número de socios, descendientes o no de aquellos precursores, pero que ya no tienen por qué compartir su misma vinculación emocional con la cooperativa. Es por tanto, clave, fomentar acciones que les impliquen, les vinculen, les motiven a comprometerse con la cooperativa. Al fin y al cabo, de ese nuevo colectivo, además deberán surgir los nuevos líderes que fijarán y promoverán las estrategias en el futuro.

Algunos plantearon diferentes mecanismos para acercar e implicar al socio, sistemas informáticos para que



ellos reporten cualquier incidencia o queja en el servicio, reuniones de pequeños grupos de socios o por comarcas, el uso del personal comercial o técnico para estrechar los lazos y recoger las preocupaciones de los socios, etc.

A este respecto, es fundamental que las cooperativas fijen sus estrategias a largo plazo, y alineen sus recursos humanos y materiales a la consecución de tales objetivos. Para ello, se puso de manifiesto la necesidad de que la cooperativa cuente con procedimientos para delimitar perfectamente las funciones de cada órgano, de forma que no se produzcan invasiones cruzadas e ineficiencias en la gestión.

Es importante tener presente la necesidad, quizá cada vez más relevante, de contar con empresas eficaces y capaces de tomar decisiones ágiles compatibles con las necesidades de nuestros clientes. A este respecto, todos los participantes en el debate coincidieron en la importancia de implicar al socio en el funcionamiento y conocimiento de la cooperativa, pero manteniendo unos órganos ejecutivos y un consejo rector que tenga liderazgo y confianza suficiente para guiar al socio, de modo que se logre una estructura empresarial dinámica, capaz de actuar en los mercados a la velocidad que sus clientes requieran. El representante de Virgen de las Viñas ilustró esto con la siguiente metáfora «La cooperativa debe ser como una bandada, con muchos pájaros, pero con un solo vuelo».

Por otro lado, también se apuntó la necesidad de **invertir en buenos profesionales** que ejecuten las estrategias y que estén debidamente remunerados y motivados. Este es un factor fundamental si deseamos atraer y retener a los mejores. De hecho, algunos apuntaron que las cooperativas somos centros de formación de buenos profesionales que acaban marchando a la competencia. Debemos remunerar adecuadamente y mejorar el prestigio de nuestras empresas, si queremos retener el talento.

Y de la misma manera, también se apuntó la necesidad de promover acciones de **formación interna**, que

mejoren el desarrollo del papel y funciones de cada órgano, y también la comprensión por parte de los socios y de los trabajadores de las estrategias generales y de la situación de su empresa.

A lo largo del coloquio en diversas ocasiones, se apuntó como factor fundamental para mejorar el gobierno en las cooperativas, **reforzar la transparencia interna y externa** a través del diseño y mejora de planes de comunicación. No solo se deben mejorar los instrumentos de comunicación internos (algunos ya citados), especialmente los dirigidos a los socios (adaptando los mensajes a cada colectivo), que les hagan partícipes de las estrategias y de la situación socioeconómica de la entidad, sino que también debemos vender más y mejorar nuestros éxitos hacia el exterior.

Cooperativas y compromiso social

Asimismo, un capítulo muy interesante del taller, fue dedicado a debatir sobre las cooperativas y su compromiso con la sociedad, ya que muchas de ellas, además, de las funciones tradicionales relacionadas directamente con «lo agrario», también actúan, no solo como prestadoras de determinados servicios hacia los socios y a su sociedad más próxima, sino también promoviendo otro tipo de iniciativas sociales, culturales o ambientalmente responsables. Las cooperativas están liderando grandes iniciativas en materia de Responsabilidad Social Empresarial y están ejerciendo un importante papel como dinamizadoras del medio rural donde se asientan.

A este respecto, es conveniente resaltar el papel realizado por la Cooperativa Virgen de las Viñas en la pro-

Las cooperativas somos centros de formación de buenos profesionales que acaban marchando a la competencia. Es importante una remuneración adecuada y retener el talento

En esta línea, el representante de la Red Ganadera Caspe defendió un modelo de comunicación integral para socios, trabajadores, accionistas, clientes, proveedores, bancos y sociedad en el que el argumento y la visión sean únicos pero el mensaje esté adaptado a cada uno de los interlocutores, ofreciéndoles a cada uno de ellos la información que requieren.

Qué ocurre cuando la cooperativa se hace más grande

Otro de los aspectos clave que surgió a lo largo del debate, fue la preocupación por el buen gobierno, según se va incrementando la dimensión de las empresas.

Efectivamente, las empresas según van creciendo en tamaño y, en particular, la vertebración a través de entidades de segundo o ulterior grado, pueden suponer una cierta sensación de alejamiento o distanciamiento del socio. En este sentido, se pusieron encima de la mesa diversas situaciones y soluciones, para tratar de disminuir esos efectos de desvinculación de los socios de base.

También, a propósito de las entidades de segundo grado como fórmula de integración cooperativa, el representante de Unió Corporació Alimentària puso de manifiesto que, si bien suponen una fórmula sencilla para la concentración empresarial, sin demasiados riesgos, dificultades, ni sacrificios, lo cierto es que también implican posibles dificultades «extra» en el gobierno y la dificultad para fijar estrategias hacia abajo, hacia las cooperativas de base, a las que la entidad de cabecera solo puede dar recomendaciones. Algunos apuntaron la importancia de lograr el compromiso de las entidades de primer grado, para que todas estén engranadas en costes y estén alineadas con la estrategia del grupo.

moción de la docencia y de la cultura, con la puesta en marcha del Aula de Formación de Viticultura, el Certamen cultural «Virgen de las Viñas» de pintura y periodismo y el Museo de Arte Contemporáneo «Infanta Elena», centro de importante atractivo turístico para la región y en el que han expuesto sus obras artistas de reconocido prestigio.

También, pudimos conocer la experiencia de la Red Ganadera Caspe en materia de Responsabilidad Social Empresarial, iniciativa que ha recibido números reconocimientos por ello, entre ellos el último Premio Europeo a la Innovación Cooperativa, en la categoría «Emprendimiento, RSC y servicio».

Por último, es interesante resaltar que a lo largo del coloquio, pudimos constatar que en cuestión de Gobierno, no existe una única fórmula que solvete las dificultades o mejore la gobernanza, sino que pueden existir diversas fórmulas o buenas prácticas eficaces, y que a veces su éxito depende de la ejecución y del compromiso de las personas involucradas ■



Puedes descargar las ponencias y ver el vídeo completo del Taller en:

www.congreso.agro-alimentarias.coop



Eficiencia energética + aprovechamiento de biomasa = menores costes



En este Taller participaron Pau Rey, de la Agencia Europea para la Pequeña y Mediana Empresa EASME; el director de Servicios, Calidad e Innovación de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, Juan Sagarna; el gerente de la Cooperativa Ntra. Sra. de Manjavacas, de Mota del Cuervo; Miguel Ángel Catalá, gerente de la cooperativa de Bétera; Amalio Llacer, de Manar Consulting; Joaquín Duaso, de la cooperativa San Miguel de Tauste; y el director de la cooperativa oleícola El Tejar.

El taller se centró en los retos que las cooperativas deben afrontar en

relación a los procesos industriales en los que están involucrados. Especialmente el reto de la energía en su doble vertiente. Primero, cómo reducir el coste de la energía en almazaras, bodegas, fábricas de pienso, centrales hortofrutícolas y, en general, en los procesos de primera transformación de materias primas en los que la energía es uno de los principales factores de producción. Y segundo, el reto de movilizar y valorizar la biomasa de origen agrícola y agroindustrial, como los residuos de cosecha y podas o los sub-productos de la producción oleícola, entre otros.

Al respecto del primer aspecto, las conclusiones que se derivaron de la experiencia de las cooperativas que explicaron la exitosa introducción de medidas de eficiencia energética fueron que la incorporación de nuevas tecnologías y equipamientos pueden ayudar a reducir de forma muy considerable el coste de la energía del proceso, rentabilizándose estas inversiones en pocos años. Para identificar la mejor opción tecnológica es interesante realizar un análisis detallado del comportamiento energético de la empresa a través de auditorías. En este sentido, fueron muy apreciados proyectos como el TESLA, liderado por Cooperativas Agro-



Varias cooperativas explicaron en este Taller sus experiencias en torno a la eficiencia energética, aplicando medidas y nuevas tecnologías que se rentabilizan en poco tiempo. El taller despertó gran interés entre los asistentes, con muchas preguntas e intercambio de conocimientos para ver cómo conseguir ahorrar en costes energéticos y aprovechar al máximo los residuos y subproductos

alimentarias, que facilitan el acceso a las cooperativas de herramientas de eficiencia energética.

Con respecto a la bioenergía y energías renovables, la principal conclusión es que es necesario que el enfoque sea integral. Hay que tener en cuenta el ciclo completo de producción y transformación, tanto del producto principal como puede ser el aceite o el vino, como del resto de subproductos, coproductos e incluso residuos que pueden ser aprovechados. Todos ellos pueden tener un aprovechamiento en las diferentes cadenas de valor, tanto alimentaria como energética o de otros bioproductos ■



Puedes descargar las ponencias y ver el video-resumen del Taller en:

www.congreso.agro-alimentarias.coop

Live Blog del Taller en:

<http://chil.me/congresoagro-alimentarias>



La educación en igualdad es clave.....

Ante el problema de la escasa participación de las mujeres en los órganos de decisión de las cooperativas, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** organizó este Taller en el marco del VII Congreso, en el que quedó patente que la educación en igualdad es clave, desde la infancia. Allí donde hay mujeres, las cooperativas ganan, pero en última instancia, gana la sociedad rural, en su conjunto



Astrid Liland durante su exposición.

En el marco del Convenio que, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** tiene suscrito con el Ministerio de Sanidad Servicios, Sociales e Igualdad (MSSSI) y el EEA GRANTS, surge la necesidad de poner en valor y visibilizar, los trabajos que estamos realizando desde el departamento de la mujer cooperativa en pro de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. En la defensa de los intereses de tantos hombres y mujeres asociados a las casi 4.000 cooperativas que representamos, no podíamos pasar por alto la necesidad de tomar parte en una cuestión tan vital e importante como es la de sensibilizar a los Consejos Rectores acerca de la escasa participación de las mujeres en los órganos de decisión, formar directamente a la mujer ligada a una cooperativa, poner en marcha iniciativas de emprendimiento de la mujer rural, así como importar y exportar conocimientos y buenas prácticas de otros agentes, que nos permitan avanzar y conseguir resultados para tener unas cooperativas

más modernas, competitivas y con un mayor equilibrio de género, de acuerdo con la realidad social.

Con este objetivo, y en el marco del VII Congreso de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, se llevó a cabo el Taller de Emprendimiento y Liderazgo de la mujer en las cooperativas.

El Taller contó con la participación de la presidenta de la Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de Género del Parlamento Europeo, Iratxe García; la presidenta de la Comisión de Igualdad del Congreso de los Diputados, Carmen Quintanilla, y Carmen Plaza, directora del Instituto de la Mujer, acompañadas por Jerónima Bonafé, presidenta de la Asociación de Mujeres de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** (AMCAE). En una segunda parte, más práctica y técnica, intervinieron Astrid Liland, de la Federación Noruega de Cooperativas Agrarias, M^a Cruz Fernández (presidenta de Campoastur), José Montes (presidente de Feiraco) y M^a Ángeles Blanco (gerente de la

Cooperativa Ovino de Campos), en un debate dinamizado y coordinado por el experto en cooperativismo agrario, Nacho Errando.

El taller puso de manifiesto la implicación y la sensibilidad con que estos asuntos son tratados, tanto por las instituciones españolas (MSSSI/ Instituto de la Mujer y el Congreso de los diputados) como por las europeas (Parlamento Europeo), en tanto que ponen en marcha distintos mecanismos, programas, convocatorias, estudios, a través de los cuales fomentar la participación de la mujer en los órganos de decisión, así como favorecer toda iniciativa de emprendimiento que sitúe a la mujer cooperativa en la cabeza del negociado.

Ambas administraciones (europea-española), pusieron de manifiesto la necesidad de continuar con políticas de esta naturaleza, desarrollando nuevas disposiciones normativas que contribuyan, de manera decisiva, a incrementar la participación de la mujer en los Consejos Rectores. Incidieron en la importancia de la Educación, la necesidad de educar, desde la propia escuela, a niños y niñas en principios y valores, que nos conduzca a poder disfrutar de una sociedad lo más equilibrada posible, donde los hombres y las mujeres del futuro compartan las mismas oportunidades y donde el talento y la sabiduría de cada uno de ellos pueda ser utilizado de manera conjunta.

En esta línea, quedó latente la importancia y necesidad, para el territorio y sostenibilidad del mismo, de la presencia de la mujer, cuya ocupación es generadora de riqueza, más allá de lo meramente material. Allí donde hay mujeres se mantiene y perdura el territorio y la sociedad rural, y eso se convierte en una de las máximas a tener en cuenta en todas las líneas y políticas de actuación.

España frente a Noruega

Otro de los puntos principales del Taller consistió en comparar el modelo de cooperativas noruegas, un país avanzado en la presencia de mujeres en los órganos de decisión de las empresas, con las cooperativas españolas. En este sentido, los asistentes al Taller conocieron de cerca algunos mecanismos que, desde la propia ley noruega, presentan un carácter imperativo, estableciendo un mínimo del 40% de mujeres en las empresas que deseen salir a bolsa. En nuestro país, por el contrario, no se establecen medidas imperativas, sino que se sugieren y se dejan a la libre elección de las empresas, lo que nos pone de manifiesto que la presencia de mujeres en los Consejos Rectores está en torno a un 3%.

Se insistió en la necesidad y conveniencia de que los propios hombres contribuyan activamente a que las mujeres participen en los Consejos Rectores y Asambleas de las cooperativas agrarias, convirtiéndose en auténticos transmisores e impulsores de motivación cooperativa.

Con un mayor equilibrio de género en los órganos de decisión, la cooperativa, como empresa, se situaría en mejores niveles de competitividad comercial/empresarial. La presencia de las mujeres incorpora una serie de valores, propios del género femenino (sentimiento, flexibilidad en las negociaciones, mayor responsabilidad...) que tienden a complementar y a configurar de manera definitiva la gestión empresarial.

Finalmente, la presentación de tres ejemplos de planes de dinamización en cooperativas (Campoastur, Feiraco y Ovino de Campos) vinieron a dar luz a los esfuerzos realizados desde los distintos departamentos de la mujer cooperativa de las Federaciones regionales de Cooperativas Agro-alimentarias, para la creación de negocio y prestación de servicios en el mundo cooperativo, liderados por la mujer cooperativa y cuyo beneficiario final, no es solo la mujer, sino la sociedad rural, en su conjunto ■



Iratxe García, presidenta de la Comisión de Igualdad del PE.



Carmen Plaza, directora del Instituto de la Mujer.

Puedes descargar las ponencias y ver el video-resumen del Taller en:

www.congreso.agro-alimentarias.coop



Cooperativas Agro-alimentarias de España premia en su 25 aniversario a las cooperativas Anecoop, OviSpain y Cooperativa Ganadera de Caspe

Anecoop obtuvo el Premio en la categoría de Internacionalización, OviSpain en la de Integración y Cooperativa Ganadera de Caspe en la de RSE

Coincidiendo con el 25 aniversario de la Organización y aprovechando el marco del VII Congreso del Cooperativismo Agroalimentario celebrado los pasados días 26 y 27 de febrero en Valencia, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** entregó una serie de premios que reconocen la labor de las cooperativas en tres ámbitos estratégicos: Internacionalización, Integración Cooperativa y Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Las cooperativas galardonadas han sido Anecoop, en el apartado de Internacionalización; OviSpain, en la categoría de Integración cooperativa, y Cooperativa Ganadera de Caspe en la de RSE.

«Coincidiendo con nuestro 25 Aniversario hemos querido reconocer la labor que desarrollan nuestras cooperativas en dos ámbitos que coinciden con dos de los ejes de nuestro Congreso y con la estrategia de la Organización, me refiero a la Internacionalización y a la Integración Cooperativa», señaló el presidente de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, Ángel Villafranca durante la ceremonia de entrega de Premios y de fin de Congreso, celebrada en la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia.

Respecto a la RSE, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** lleva varios años convocando el premio a las Cooperativas Socialmente Responsables, un galardón que pretende reconocer el trabajo de las cooperativas en su actividad diaria, la relación con sus socios y sus familias, la implicación de sus trabajadores y en general, su impacto en la sociedad y en el territorio, lo que hace de las cooperativas, sin duda, las empresas que más objetivos cumplen en las políticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Anecoop, referencia en Internacionalización

Con este premio, Cooperativas Agro-alimentarias trata de premiar a aquella cooperativa que haya contribuido con la Internacionalización de su actividad a su desarrollo económico y social. «El galardón es para la cooperativa Anecoop, que además es valenciana, porque contribuye al desarrollo económico y social y porque es una refe-



rencia en internacionalización para el resto de cooperativas, con implantación en países de destino, capacidad de adaptarse a los nuevos consumidores y con estrategias comerciales a largo plazo», destacó Ángel Villafranca.

El presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, recogió el premio de manos de José Manuel Hernández Carrero, director Comercial de Repsol, y agradeció el galardón durante el acto que ponía el broche al VII Congreso nacional de las cooperativas españolas. Monzón recordó que Anecoop nació con vocación exportadora y que la internacionalización está en su ADN. La cooperativa cuenta en la actualidad con 11 filiales en 9 países, las exportaciones representan el 89% de su volumen de negocio y sus productos están presentes en más de 65 países.

Integración cooperativa para OviSpain

Esta categoría quiere premiar a la cooperativa que haya apostado por la Integración como fórmula para ganar dimensión y que haya contribuido con ello a ganar posición en el mercado y a la mejora de la rentabilidad de sus productores asociados. El premio recayó en OviSpain, por su decidida apuesta por la integración supra-autonómica que une a cooperativas ganaderas de Aragón, Extremadura y Andalucía, como fórmula para alcanzar así una mejor posición en el mercado internacional. Además, OviSpain ha sido la primera Entidad Asociativa Prioritaria (EAP) reconocida.

El premio fue entregado por Bernabé Sánchez-Minguet Martínez, director general corporativo del BCC-Grupo



Cooperativo Cajamar y recogido por los tres presidentes de las cooperativas que forman OviSpain: Francisco Aragón (EA Group), José Puntas (Cosegur) y Macario Quílez (Oviaragón).

En total, suman 4.300 ganaderos de ovino que gestionan en torno a 1,4 millones de ovejas, lo que supone cerca del 15% del total de la cabaña de ovino de carne española.

Las ventas en 2014 superaron los 3,4 millones de euros y las previsiones para este 2015 son que el volumen de actividad de OviSpain se multiplique al menos por cuatro al ir integrándose cada vez más la actividad de todos los socios en OviSpain. Los países de destino son principalmente Francia, Italia y Portugal, aunque en el último año han abierto nuevas líneas de comercialización de animales vivos con países árabes, que son mercados estratégicos de mayor riesgo que por separado difícilmente hubieran podido afrontar.

RSE para la Cooperativa de Caspe y su Cash Flow Social

La Cooperativa Ganadera de Caspe recibió el premio a las Cooperativas Socialmente Responsables. Uno de los aspectos más significativos y valorados por el jurado de Cooperativas Agro-alimentarias para otorgar este premio fue el «Cash Flow Social», término adoptado por la Cooperativa como un concepto de aporte económico a la sociedad rural de forma sostenida y a través de los diferentes grupos de interés de la organización: pago de salarios, retorno a los accionistas, pago de la deuda, impuestos devengados a las instituciones públicas, acciones sociales a través del fondo de educación y promoción cooperativo e inversiones.

El premio fue recogido por el presidente de la Cooperativa Ganadera de Caspe, Andrés Martín, de manos de Inmaculada Poveda, directora de Agroseguro. Según explicó el presidente, la Red ganadera Caspe es un modelo de negocio formado por un conjunto de em-



presas cooperativas y mercantiles del ámbito agroalimentario, cuyos pilares básicos son los de proporcionar una verdadera capacidad de gestión profesionalizada, así como la posibilidad de abordar de forma conjunta iniciativas de inversión, sin que por ello ninguno de sus miembros tenga que renunciar a la naturaleza de su negocio.

Este modelo, bajo el liderazgo de la Cooperativa Ganadera de Caspe, ya ha sido reconocido y premiado en varias ocasiones por Instituciones como el Gobierno de Aragón o el Premio Europeo a la Innovación Cooperativa 2014.

Homenaje a José María Planells y antiguos miembros de Cooperativas Agro-alimentarias

El acto conmemorativo de los 25 años de Cooperativas Agro-alimentarias finalizó con un reconocimiento póstumo a José María Planells, fundador de la cooperativa Anecoop en el año 1975 y persona clave en el éxito de la empresa, de hecho fue director del grupo valenciano entre 1975 y 2010. Los participantes en el acto, así como su hijo Agustín Planells que recogió una placa honorífica, destacaron la identificación de Planells con los valores cooperativos durante toda su vida, unos valores en los que creía firmemente y que defendió tanto desde Anecoop como desde **Cooperativas Agro-alimentarias de España** y de la Comunidad Valenciana.



A continuación, Ángel Villafranca hizo entrega de unas insignias a personas que han sido miembros del Consejo Rector de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** durante estos 25 años de trabajo, y que con su labor han contribuido a que esta Organización sea un referente en el sector: Miguel Ángel Morales, Rafael Sánchez de Puerta (Andalucía), José Luis López Vázquez (Galicia), Eduardo Alba (Asturias), Josep Pere Colat (Cataluña) y Fernando Marcén (Aragón) ■



No se habló de otra cosa...

El VII Congreso de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** centró durante varios días –pero especialmente los días 26 y 27 de febrero, fecha del evento– la información agraria registrada tanto en medios de comunicación –especializados y también generales– como en redes sociales.

En total se publicaron sobre este evento 593 noticias, en medios que cuentan con unas audiencias de varios millones de personas; solo con los espacios dedicados en TVE alcanzamos una audiencia potencial de 3.450.000 espectadores y en prensa impresa la cifra se dispara hasta los 9.478.000 lectores, destacando sobre todo los periódicos de la Comunidad Valenciana, comunidad donde se celebró el encuentro.

Redes sociales

El seguimiento en la red **twitter** fue excelente, con una gran interacción y participación. Elegimos el hashtag (palabra clave) **#VII Congreso Coops**. Este hashtag fue utilizado 1.500 veces por más de 340 personas o entidades, tanto presentes en el auditorio como vía online. Por tanto, el número de cuentas que interactuaron directamente en twitter supera las 783.000, con una repercusión total de 3.902.723 personas. Entre las cuentas que participaron con sus tuits hay que destacar la de Casa Real, Moncloa, Ministerio de Agricultura, el comisario de Agricultura de la UE, nuestras federaciones regionales (Valencia, Castilla y León, Extremadura, Andalucía y Baleares), medios de comunicación, expertos agrarios, etcétera.

En nuestra página en **Facebook**, las publicaciones sobre nuestro Congreso duplicaron su alcance habitual, llegando a más de 2.000 personas entre ambos días.

El **live blog** de la red social CHIL (red social especializada en el sector agroalimentario) y que transmitió en directo el evento, tuvo 5.242 visitas antes, durante y después del evento con una permanencia media de más de siete minutos. Además, nuestro VII Congreso se ha convertido en el evento que más repercusión ha tenido desde que comenzó a funcionar esta plataforma ■

Se dijo en...

David Uclés @Sayonada 26 de feb.
Tejerina: la adaptación del sistema cooperativo español pasa por lograr grupos cooperativos con dimensión relevante **#VII Congreso Coops**

Phil Hogan @PhilHoganEU 26 de feb.
El sector agroalimentario, basado en un modelo cooperativo, tiene potencial para ser el motor del desarrollo económico **#VII Congreso Coops**

Alberto Fabra @AlbertoFabra 26 de feb.
Apostamos por colaborar entre administraciones y cooperativas para afianzar el sector **#VII Congreso Coops @Coops AgroES**

Rosaura Fortuny @rosaurafortuny 26 de feb.
Comisario Agricultura destaca la gran importancia de la seguridad alimentaria en la nueva PAC **#VII Congreso Coops**

DuPont News @DuPont_News 26 de feb.
@magramagob: “El sector es el segundo en importancia en #España tras el turismo”
@Coops AgroES #VII Congreso Coops

elcampocmt @elcampocmt 26 de feb.
Animamos a todas las **@Coopsagroes** a que busquen la integración. La unión hace la fuerza! **#VII-congresocoops @CoopAgroCLM**

CHIL.org @red_chil 27 de feb.
#VII Congreso Coops S.M el Rey D.Felipe VI “cooperativismo alimentario es un modelo empresarial moderno y potente, necesario para la cadena”

ASEDAS Supermercados @ASEDAS_ORG 27 de feb.
@EduardoBaamond1 de **@Coops AgroES** habla de **#valorcompartido** para el futuro de la #alimentación **#VII Congreso Coops**

Carmen Cortés @carmencorte 27 de feb.
#VII Congreso Coops Garmendia: la innovación pasa por personas que, por su actitud, transforman las organizaciones

Felipe Medina @felipemedmar 27 de feb.
Innovar para crecer según Cristina Garmendia **#VII Congreso Coops** “no se puede innovar y competir siendo pequeño”

Blanca Cortés @blancacorts 27 de feb.
Su Majestad el Rey Felipe VI destaca los valores del **#cooperativismo** como modelo **#empresarial** **#VII Congreso Coops**

#VII Congreso Coops

¡Únete

a la comunidad cooperativa!

Encuétranos en:

Facebook: **Cooperativas Agro-alimentarias de España**

Twitter: **@CoopsAgroES**



visita nuestros
blogs

Sé el primero en enterarte de todo lo que rodea al mundo de las cooperativas a través de la mirada de nuestros expertos.

<http://www.chil.org/asociaciones/group/cooperativasagro-alimentarias/blogs>

La Ventana de Catón



La Ventana de Catón.

Antonio Catón.

Director técnico de Cultivos Herbáceos.

Política Agraria Común.

Gabriel Trenzado.

Director de Asuntos Internacionales y de la UE.



**POLÍTICA
AGRARIA COMÚN**

*Reflexiones
para compartir*

Reflexiones para compartir.

Eduardo Baamonde.

Director general.

El comisario Hogan visita las cooperativas valencianas ANECOOP y CANSO



El comisario de Agricultura de la UE, Phil Hogan, asistió al Congreso de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** el pasado 26 de febrero, donde pronunció una conferencia en la que marcó las prioridades de su mandato como máximo responsable de la PAC desde hace unos meses. Coincidiendo con la que fue su primera visita a España, el comisario se reunió con varios representantes del cooperativismo valenciano y español.

En su visita a CANSO el comisario fue recibido por el Consejo Rector, encabezado por su presidente Cirilo Arnandis, presidente también del Consejo Sectorial de Frutas y Hortalizas de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**. Acompañaron al comisario Hogan, la ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina, el presidente de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra, el vicepresidente José Ciscar, el conseller de Economía, Máximo Buch, y el secretario general de Agricultura y Alimentación, Carlos Cabanas y los directores generales de Producción y Mercados Agrarios, Fernando Miranda y de Industria Alimentaria, Fernando Burgaz, así como el presidente y director general de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, Ángel Villafranca y Eduardo Baamonde, respectivamente.

Durante el recorrido por las instalaciones de la Cooperativa de L'Alcudia, CANSO, el comisario tuvo la oportunidad de conocer de primera mano cómo funciona una cooperativa, una Organización de Productores, motivo principal de su visita. Arnandis justificó ante el comisario la necesidad de mantener el Régimen de Ayudas comunitario de los Programas Operativos, el cual partiendo de un sistema de produc-

ción de calidad y responsable social y medioambientalmente, prima la inversión de los agricultores en pro de la competitividad del sector, la concentración y la organización de la oferta, lo que genera valor añadido y permite adaptar la oferta a la demanda para lograr la internacionalización e innovar en procesos y productos.

A lo largo de la visita y basándose en el ejemplo de CANSO y en la experiencia acumulada en sus más de 100 años de producción y comercialización por y para los productores de La Ribera, Arnandis subrayó la importancia de las OP explicando que, por ejemplo: sin las OP, no se habrían lanzado campañas de promoción ni llevado tan lejos las exportaciones; ni se habría innovado para lograr la mejora varietal de los productos ofrecidos a los consumidores; ni habrían aumentado año tras año las hectáreas cultivadas bajo métodos de control integrado de plagas; ni habrían «inventado» y dado a conocer al mundo un producto como el caqui, que actualmente está sustentando, en gran medida, la renta de los agricultores de la Comunidad Valenciana.

Un sistema mejorable, pero que funciona

En relación con el tema candente de la repercusión del «veto ruso» sobre el sector hortofrutícola, Arnandis también destacó el papel jugado por las OP: tanto para amortiguar los efectos del cierre de esa frontera, como para poner en marcha las medidas excepcionales adoptadas por la Comisión, como para liderar el proceso de diversificación de las exportaciones a través de la exploración de nuevos mercados.

Entrando en detalle, Cirilo Arnandis apuntó ante el comisario la necesidad de mantener pero también de

Phil Hogan aprovechó su estancia en el VII Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias para visitar las cooperativas CANSO y ANECOOP, donde conoció el funcionamiento de las Organizaciones de Productores y tomó el pulso al sector de frutas y hortalizas. Las cooperativas demostraron al Comisario que apoyar los Programas Operativos de las Organizaciones de Productores es apoyar el crecimiento de la economía local, el mantenimiento del medio natural y la generación de empleo, lo que corrobora que este régimen de ayudas está en total sintonía con los retos de la UE para el horizonte 2020



El Comisario junto a la Dirección de Anecoop, la Ministra de Agricultura, el Presidente valenciano y el Presidente y el Director de Cooperativas Agro-alimentarias de España.

retocar el régimen de apoyo comunitario a los Programas Operativos de las OPFH, reforzando su seguridad jurídica y simplificando la gestión administrativa de las ayudas.

Los representantes de CANSO ofrecieron su colaboración a favor de la transparencia y control del sistema, pero solicitaron al comisario que los controles se racionalicen, se armonicen, se unifiquen y no generen inseguridad jurídica, ni pongan en riesgo el cumplimiento de los objetivos de las ayudas. En ese sentido, se recordó la demanda de la organización para que las OP con forma jurídica cooperativa tengan un tratamiento diferenciado en el momento del reconocimiento, en la medida en que el control democrático de los productores está plenamente garantizado por las propias leyes de cooperativas estatal y autonómicas, las cuales dan suficientes garantías de que son los productores quienes deciden y controlan la actividad de su organización.

La visita sirvió también para poner en evidencia los efectos positivos de este régimen de ayudas no solo sobre sus beneficiarios directos, los agricultores, sino sobre el conjunto del sector hortofrutícola y el desarrollo de la región. Se demostró cómo apoyar los Programas Opera-

tivos de las Organizaciones de Productores es apoyar el crecimiento de la economía local, el mantenimiento del medio natural y la generación de empleo, lo que corrobora que este régimen de ayudas está en total sintonía con los retos de la UE para el horizonte 2020. Para evidenciarlo, el ejemplo de L'Alcudia: con 12.000 habitantes, más de 2.000 están directamente vinculados con la cooperativa CANSO.

Tras la firma en el libro de honor de las autoridades, los representantes de las cooperativas pidieron al comisario que su visita y toma de contacto con el funcionamiento de las OP, le sirva de inspiración en sus decisiones futuras tanto en lo que se refiere al proceso de «simplificación» que se desarrollará a lo largo del presente curso, como a la reforma del reglamento de base que el propio comisario anunció que se presentará a más tardar en 2018.

Arandis recordó también que el propio Consejo y del Parlamento Europeo, se han manifestado en varias ocasiones a favor de mejorar el régimen, pero sin reformarlo en profundidad, aspiración que coincide con la del conjunto del sector que apoya masivamente este sistema de ayudas finalistas. Como conclusión de la visita, Arandis quiso



Cirilo Armandis, presidente de CANSO junto al comisario Hogan, Alberto Fabra, Isabel García Tejerina y Angel Villafranca.

destacar el siguiente mensaje: «queda mucho camino que recorrer, para mejorar la concentración de la oferta y para adaptarla a las condiciones –cambiantes– del mercado, lo cual requiere invertir día a día y, para ello, es imprescindible continuar recibiendo el mismo apoyo de la PAC».

Abrir nuevos mercados y principio de reciprocidad

Al término de este primer encuentro, la comitiva, con el comisario a la cabeza, partió hacia Anecoop, donde acabaría de entender el entramado y la última fase de la intervención de las cooperativas para la comercialización y valorización del producto de sus socios. Allí le recibieron el Consejo Rector y el Comité de Dirección del grupo cooperativo, encabezados por su presidente, Alejandro Monzón.

El comisario hizo un recorrido por las instalaciones, especialmente por el departamento comercial, en el que tuvo constancia de la presencia internacional de la cooperativa.

En Anecoop pudo comprobar nuevamente la perfecta sintonía y coincidencia entre el funcionamiento y los objetivos de las OP y las Asociaciones de OP, según el reglamento comunitario que las regula y la actividad y prácticas de las dos cooperativas visitadas. Entre los pilares básicos de la estrategia empresarial de la cooperativa de segundo grado, los responsables de Anecoop destacaron su apuesta por la innovación, la internacionalización y la integración, precisamente las tres «les» que constituyeron el hilo conductor del Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias que se desarrollaba en paralelo.

El comisario finalmente recibió información, por parte del director general, Joan Mir, sobre la actividad exportadora hortofrutícola del grupo empresarial –sus problemáticas, sus oportunidades– así como sobre dos dificultades a las que se enfrenta el sector actualmente: el veto ruso, que está desestabilizando el ya frágil equilibrio del mercado intracomunitario, y las barreras sanitarias y fitosanita-

rias que limitan la expansión de la exportación hortofrutícola española a terceros países.

Para paliar respectivamente estos problemas, se defendió por una parte la necesidad de ampliar las medidas excepcionales adoptadas hasta ahora por la Comisión (para amparar todas las producciones afectadas, mientras dure el cierre de la frontera rusa), y por otra, la necesidad de que las instituciones comunitarias se impliquen más intensamente en los procesos de negociación de apertura de los mercados de exportación, aplicando el principio de reciprocidad.

Fan del modelo cooperativo

El comisario agradeció la visita ante sus anfitriones, declarándose «fan del modelo cooperativo». Se mostró en todo momento sensible a los argumentos, experiencias y aspiraciones de las cooperativas y destacó que esta primera visita a España, y su contacto con su sector cooperativo, le reafirmará en la idea de potenciar el sector cooperativo en todos los subsectores agroalimentarios, con el objetivo de aumentar su competitividad y mejorar la posición de los agricultores y ganaderos en la cadena alimentaria ■





Cooperativas Agro-alimentarias de España y Grupo Cajamar firman un convenio de colaboración para dinamizar la innovación y fomentar la incorporación de jóvenes al sector

Coincidiendo con la celebración de VII Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias, el presidente de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, Ángel Villafranca y el director general de Cajamar Caja Rural, José Luis Heredia firmaron el pasado 27 de febrero un convenio de colaboración entre las entidades que ambos representan.

Tal y como declaró Ángel Villafranca, la misión de **Cooperativas Agro-alimentarias de España** de impulsar un modelo cooperativo empresarial, rentable, competitivo, generado de valor y con una dimensión relevante, contribuyendo así a la sostenibilidad del sector agroalimentario español, concuerda plenamente con la naturaleza y estrategia del Grupo-Cooperativo Cajamar. Villafranca recordó que Cajamar lidera la integración del cooperativismo crédito en España, manteniendo su firme compromiso de contribuir con soluciones

financieras al desarrollo económico y social del entorno en el que ejerce su actividad, y que sobre todo, defiende los valores cooperativos de responsabilidad, ayuda mutua y solidaridad.

Por su parte, José Luis Heredia subrayó que este acuerdo está orientado a la realización de acciones que contribuirán a dar un nuevo impulso a la modernización y crecimiento del sector cooperativo y agroalimentario, al tiempo que acredita el compromiso permanente del Grupo Cajamar con las cooperativas agroalimentarias de España. «Pretendemos que el conocimiento del sector que acumula nuestro Grupo redunde directamente no solo en el estado financiero de las cooperativas agroalimentarias, sino también en la mejora de su competitividad, rentabilidad y fortaleza». Por esta razón, «esta alianza nos llena de satisfacción y supone un estímulo para seguir aportando nuestra

colaboración al posicionamiento, planes de dinamización, proyectos y retos de futuro de las cooperativas agroalimentarias españolas».

El citado convenio establece que el Grupo Cajamar facilitará soluciones y servicios financieros a los miembros de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, y asimismo ambas entidades colaborarán en la organización y desarrollo de una serie de acciones de información y de transferencia de conocimientos en el ámbito de la gestión empresarial, de las tecnologías de producción y de la puesta en valor de la actividad agroalimentaria.

Las actuaciones a desarrollar se encuadran dentro de las siguientes líneas: dinamizar la innovación alimentaria, jornadas técnicas para directivos de cooperativas, jornadas técnicas agroalimentarias y jornadas sectoriales y cursos para fomentar la actividad agroalimentaria entre los jóvenes ■

Acuerdo de Asociación Transatlántica para el Comercio y la Inversión entre la UE y EEUU

¿Se abren ya las puertas?

Ambas potencias necesitan afianzar su economía en un entorno de cambios geopolíticos mundiales y la emergencia de grandes potencias como China, Rusia, Brasil o la India

En junio de 2013 se lanzaron las negociaciones para alcanzar un amplio acuerdo de libre comercio entre la UE y los EEUU, más conocidas por sus siglas en inglés T-TIP. Desde la fecha ya se han organizado 8 rondas de negociación, la última celebrada en Bruselas a principios del pasado mes de febrero.

Un acuerdo entre dos gigantes del comercio

Este ambicioso acuerdo es una vieja aspiración que, por diferentes intereses y cuestiones geoestratégicas, nunca se ha llegado a completar, si bien en la actualidad el flujo comercial entre la UE y los EEUU en bienes y servicios es el más importante en el mundo, con nada más y nada menos que unos 2.000 millones de euros diarios.

La balanza total entre la UE y los EEUU juega a favor de la UE con un balance comercial con saldo positivo de más de 92.000 M/€ (Datos provisionales de la Co-

El flujo comercial entre la UE y EEUU es el más importante en el mundo, con 2.000 millones de euros al día

misión Europea, 2014). Los EEUU son el tercer exportador de bienes y servicios a la UE (detrás de China y Rusia, este último por la exportación de energía), y su primer cliente por delante de Suiza (servicios financieros) y China.

En cuanto al sector agroalimentario, tanto la UE como los EEUU son los mayores exportadores de productos agroalimentarios del mundo con cifras muy parecidas, 120.000 de la UE por 127.000 M/€ de los EEUU (Datos de la Comisión Europea, 2012).

En lo que al comercio agrícola se refiere, la UE cuenta con una balanza comercial positiva de casi 4.000 M/€, especialmente centrada en productos de calidad y alto valor añadido, mientras que las importaciones procedentes de los EEUU están más en materias primas, especialmente en cereales y soja.

En el caso de la relación entre España y los EEUU, el balance comercial total es positivo de 332 M/€; exportamos 10.642 M/€ frente a 10.310 en importaciones. Sin embargo, en productos agrícolas el saldo negativo es de 197 M/€, 1.317 de exportación frente a los 1.514 M/€ en importaciones (Datos provisionales MEC, 2014).

Objetivo ambicioso

La administración Obama ha sido la gran impulsora de la negociación, siendo un objetivo político fundamental, especialmente tras las continuas frustraciones y estancamientos respecto a las negociaciones multilaterales en el seno de la OMC y, como resaltan muchos observadores, por la necesidad de ambas potencias de afianzar su economía en un entorno de grandes cambios geopolíticos mundiales y la emergencia de grandes potencias como China, Rusia, Brasil o la India.

La negociación está compuesta por tres grandes pilares o capítulos: acceso al mercado, aspectos reglamentarios y reglas. Los principios básicos que sustentan estos pilares buscan la reducción o eliminación de las barreras comerciales, tanto arancelarias como no arancelarias, entre ambas partes; conseguir un reconocimiento mutuo de sus reglamentaciones en calidad, seguridad alimentaria y protección del medio ambiente; y, por último, arbitrar reglas comunes, sistemas de resolución de controversias y una adecuada protección de derechos de la propiedad intelectual y de las denominaciones de origen, fundamental para los productos agroalimentarios europeos.

La UE y EEUU son los mayores exportadores de productos agroalimentarios del mundo

Según los responsables de la negociación se trata de conseguir una amplia liberalización comercial, sin que ello suponga una imposición de modelos productivos, y este flujo se transforme en un aumento en la creación de empleo.

Unas negociaciones difíciles y socialmente controvertidas

El inicio de las negociaciones sobre el T-TIP no está exento de polémicas. En el ámbito agroalimentario existen sectores más proclives a un acuerdo que aspiran a obtener un mayor acceso a un mercado como el de los EEUU de alto valor añadido, como pueden ser los vinos, frutas y hortalizas y productos elaborados bajo IGP-DOP. En frente, los sectores ganaderos, que temen un fuerte impacto económico por la mayor competitividad de las producciones de los EEUU, más dimensionadas, con menores costes de producción y una regulación productiva más laxa que la de la UE. Por tanto, son los países del Norte de la UE los que más trabas están imponiendo al avance de determinados aspectos en las negociaciones.

En la UE, vinos, frutas y hortalizas y productos con Denominaciones serán los más beneficiados, mientras la ganadería se ve más amenazada

Desde el punto de vista social, el acuerdo está encontrando gran contestación y desconfianza por parte de muchas organizaciones de representación de la sociedad civil y ONGs. A la poca transparencia que caracteriza la negociación de unos acuerdos bilaterales –no es una novedad respecto a otros acuerdos–, se une la difícil situación económica y el gran debate en torno al modelo productivo, y los efectos virtualmente beneficiosos de una negociación centrada en los intercambios comerciales, y no en otros aspectos sociolaborales o de desregulación de sectores tan sensibles para la crisis como es el control y regulación del comercio de servicios financieros.

Los próximos meses serán claves para el devenir de las negociaciones. En 2016 habrá elecciones presidenciales en los EEUU, por lo que cualquier avance para alcanzar un acuerdo que pueda ser ratificado por la actual administración deberá concretarse antes de finales de 2015.

Es por ello que ambos bloques están haciendo un gran esfuerzo desde 2014 por presentar e informar a los actores y a la sociedad sobre lo que se está discutiendo y la dirección de los acuerdos.

Es posible que la única manera de conseguir un acuerdo final sea abrir las puertas y dar máxima transparencia a las negociaciones entre dos bloques unidos culturalmente, por historia y en valores, pero separados y enfrentados comercialmente. Tanto los que esperan algo de este acuerdo como los que no, deberán abrir un gran debate sobre el cual el sector agroalimentario tendrá que medir el impacto de un acuerdo o un no acuerdo en relación a la evolución de los mercados internacionales ■



La CE debate con los agentes implicados las condiciones para que OPs puedan negociar contratos fijando los precios

La Comisión Europea trabaja en la aplicación de los artículos de la OCM Única relativos a la contractualización vía Organizaciones de Productores en los sectores de aceite de oliva, vacuno y cereales

El pasado 15 de enero la DG Competencia, de la Comisión Europea, lanzó una consulta pública a las partes implicadas –sean Estados miembros, sus autoridades de competencia y organizaciones representativas– para recibir observaciones sobre el borrador de guías que la Comisión ha realizado y que deben ser aprobadas este año con el objetivo de establecer pautas de análisis que sirvan, tanto a Administraciones como a las propias Organizaciones de Productores y sus asociaciones, a identificar si sus actuaciones bajo la reglamentación comunitaria cumplen o no con lo establecido. Dicha consulta pública acaba el 5 de mayo y en función de los comentarios recibidos, la Comisión revisará su propuesta para adoptar las directrices definitivas en 2015.

En la última fase de discusión de la pasada reforma de la PAC, la Comisión Europea introdujo unos artículos en la OCM única estableciendo la contractualización vía Organizaciones de Productores en los sectores del vacuno de carne, cereales y aceite de oliva que finalmente fueron aprobados por el Trío (Parlamento Europeo, Consejo y Comisión Europea) y que se plasmaron en el Reglamento 1308/2014 que entró en vigor el 1 de enero de 2014. Estos artículos (169, 170 y 171) establecen la posibilidad de que Organizaciones de Productores y sus asociaciones que cumplan una serie de requisitos, puedan firmar contratos fijando los precios de los mismos siempre y cuando dichos contratos no superen un porcentaje determinado (15% de la producción nacional para vacuno

y cereales, y 20% del mercado relevante para aceite de oliva).

Las directrices de la Comisión describen unas condiciones para aplicar dichos artículos. Concretamente, el proyecto de directrices establece:

- Ejemplos de cómo las Organizaciones de Productores y sus asociaciones pueden prestar servicios que generen eficiencias para los agricultores.
- Pautas para comprobar que los volúmenes de la producción comercializada por las Organizaciones de Productores no superen determinados límites.
- Las situaciones en las que las autoridades de competencia pueden aplicar una cláusula de salvaguardia y reactivar o anular los contratos de comercialización conjunta de una Organización de Productores o sus asociaciones.

En este contexto de discusión con las partes implicadas, la Comisión Europea organizó un seminario el pasado 4 de marzo, en el que participaron la DG de Agricultura y la DG Competencia, organizaciones representativas como **Cooperativas Agro-alimentarias de España**, Ministerios de Agricultura y Autoridades de la Competencia de los Estados miembros. El objetivo fue debatir con las partes implicadas las cuestiones, observaciones y propuestas para mejorar dichas guías.

En este Seminario se debatió sobre los requisitos a considerar tanto por los Estados miembros como por las organizaciones de productores para aplicar dichos artículos. El objetivo de la Comisión con estas disposiciones es mejorar la posición de los



agricultores en la cadena alimentaria, que colaboren y, en definitiva, se incentive a los agricultores a trabajar conjuntamente. Según la Comisión Europea, para poder aplicar dichos artículos, las Organizaciones de Productores deben ejercer actividades que aporten eficiencia a sus miembros y al mercado en general como comercialización en común, almacenamiento, distribución conjunta, etc. Esta condición es una de las más importantes para poder aplicar dichas disposiciones. Sin embargo, la consideración de qué actividades concretas pueden ser aceptadas al respecto todavía está en discusión, y se concretará en base a las respuestas de la consulta pública y las aportaciones de las partes implicadas.

Cooperativas Agro-alimentarias de España ha estado trabajando en todo el proceso de discusión de la reforma de la PAC con las instituciones comunitarias en el contenido de la OCM única y, en concreto, en los artículos relativos a las cuestiones relativas de Organizaciones de Productores y gestión de la oferta. La nueva OCM única incorpora ciertas disposiciones al respecto que ahora es necesario aplicar, y de esta aplicación dependerá su utilidad para el sector. Desde Cooperativas Agro-alimentarias estamos en contacto manteniendo reuniones periódicas con la DG Competencia y la DG Agricultura para trasladar el funcionamiento y las necesidades de los sectores implicados, para adaptar mejor las condiciones de aplicación a sus demandas ■



30 Años unidos por el Futuro del Campo

Desde hace 30 años y gracias a tu confianza, somos la entidad aseguradora especializada con mayor implantación del sector agropecuario de este país



SEGUROS AGROPECUARIOS

SEGUROS GENERALES



Nacimos de la mano de gente del campo para defender tus intereses y estar en las principales entidades de decisión del seguro agrario. Hoy podemos decir que mantenemos tu confianza garantizando día a día tu tranquilidad.

Nos gusta saber que somos tu Seguro en Todos los Campos

 902 50 44 43
www.agromutua.es

AGROMUTUA
Nuestro Seguro en Todos los Campos



Grupo AN y Unica Group se fusionan para crear un gigante cooperativo

Grupos AN y Unica Group han acordado, tras varios meses de conversaciones, su integración para conformar un gigante cooperativo con presencia en 8 Comunidades Autónomas, que será líder en la exportación de frutas y hortalizas, tal y como anunciaron durante el VII Congreso de **Cooperativas Agroalimentarias de España**.

Se trata de una fusión por integración de la almeriense Unica Group en el seno del Grupo AN. La unión llevará al grupo navarro a facturar 919 millones (a partir de 684 millones de AN y de 235 millones de Unica Group) y a contar con agricultores y ganaderos socios, instalaciones y plantas industriales en Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, La Rioja, Murcia, Navarra y País Vasco.

La operación consolidará a Grupo AN como segunda cooperativa española por facturación, solo por detrás de la gallega Coren.

Tras la citada fusión por integración, la sección de Unica Group se encargará desde Almería de toda la exportación de frutas y hortalizas, e incorporará a su actual catálogo las producciones de la zona del Ebro y Duero del Grupo AN, como crucíferas (coliflor, brócoli o coles), manzanas y peras Conferencia.

De esta forma, la sección de Tudela (Navarra) del Grupo AN se encargará de la parte del negocio en la que es especialista, el mercado interior para los productos de temporada –en fresco–, e incorporará a su vez el catálogo y productos de Unica Group.

Tudela centralizará las actividades de segunda gama o conservas vegetales –apoyándose en las dos fábricas que el Grupo AN tiene en Andosilla y Castejón (Navarra)–, IV y V Gama –desde la fábrica participada del Grupo AN en Tudela (Vegetales Línea Verde Navarra)– y congelados –con participación del Grupo AN en congeladoras para incorporar también el producto de Almería.

«Queremos lograr mejor posición en todos los mercados, interior e internacional, y todos los segmentos –fresco, conservas, IV y V Gama y congelados– para defender mejor los productos hortofrutícolas de los socios, y mejorar la eficiencia interna», han afirmado desde ambas cooperativas.



El Grupo AN, antes de que se realice la fusión con Unica, cerró el pasado ejercicio con una facturación de 684 millones de euros, 84 M/€ de recursos propios y un beneficio neto de 8,2 M/€. Grupo AN tiene actualmente 145 cooperativas agrarias socias de Navarra, Aragón, Castilla y León, Castilla-La Mancha, La Rioja y País Vasco, que agrupan a 30.861 agricultores.

Es la mayor cooperativa cerealista de España –comercializa 1.277.009 toneladas–; el cuarto operador en avicultura –vende 150.000 pollos diarios que procesa en Mérida (Navarra) y Ávila– y opera 150.000 toneladas de frutas y verduras, y cuenta con centrales de compra para sus cooperativas de fertilizantes, semillas, fitosanitarios, piensos, carburantes y seguros.

Por su parte, Unica Group, tras 6 años de andadura y 2.800 trabajadores, prevé facturar 215 M/€ de producto esta campaña y comercializar 230 millones de kilos, correspondientes a sus 1.750 agricultores asociados.

Unica Group adhiere actualmente a las cooperativas Cabasc, Casur, Cohorsan, Cota 120, El Grupo, Ferva y Parque Natural, localizadas en las provincias de Granada, Almería y Murcia. Se trata de una de las principales cooperativas por volumen de comercialización y del mayor exportador de hortalizas de España ■

Unica Group y San Francisco de Asís, premios Arco Iris a la integración y la innovación



La cooperativa almeriense Unica Group y la granadina San Francisco de Asís han resultado galardonadas en la XXVI edición de los Premios Arco Iris del Cooperativismo, en las categorías «Mejor Experiencia de Integración Cooperativa» y «Mejor Cooperativa Innovadora». Además, el presidente de honor de Cooperativas Agroalimentarias de Huelva, José Luis García Palacios, ha recibido el premio a la «Mejor Labor de Fomento del Cooperativismo».

Con sede en Almería capital, Unica Group es la tercera mayor cooperativa andaluza, primera hor-

tofrutícola por volumen de facturación. Integra en la actualidad a un total de siete cooperativas de Andalucía y Murcia.

Por su parte, San Francisco de Asís, con sede en el término de Montefrío y 1.850 socios, ha sido distinguida por su apuesta innovadora en el sector del aceite de oliva ecológico, para cuya producción cuenta con trece líneas de sistema continuo. La cooperativa granadina realiza una excelente combinación de aceituna de numerosas y diferentes variedades, algunas autóctonas de la zona como la llamada Chorreo de Montefrío ■

Tres cooperativas galardonadas en los Premios al Mejor Aceite de Oliva de Huelva

Las cooperativas oleícolas asociadas han sido las protagonistas en el II Premio al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de Huelva, organizado por la Diputación provincial, en el marco de la campaña promocional de consumo de servicios y productos onubenses que lleva a cabo, bajo el lema «Que sea de Huelva». Concretamente, el aceite Olibeas de la cooperativa San Bartolomé, de Beas, ha recibido el primer premio, mientras los aceites Oleodiel y Oleoparterna de las cooperativas Nuestra Señora de la Oliva (Gibraleón) y Olivarera San Bartolomé (Paterna del Campo), han sido distinguidos con sendas menciones especiales a la calidad.

Estos galardones tienen como objetivo promocionar, difundir y mejorar el conocimiento de los aceites de oliva de esta provincia, así como estimular la calidad. La producción de aceite de oliva en Huelva se concentra en 17 almazaras, de las que 15 son cooperativas ■



Cinco cooperativas españolas en el Top 100 de cooperativas de la UE y ocho en el Top 10 del sector oleícola

Un informe realizado por la Confederación de Cooperativas Agroalimentarias de la UE, COGECA, muestra las 100 cooperativas Top de la UE y su volumen de negocio, que ha aumentado un 14% en el último ejercicio contabilizado. Entre las cooperativas más importantes a nivel europeo, figuran las españolas Coren (en el Top 10 Cárnico), Capsa, Grupo AN, Anecoop (en el Top 10 Hortofrutícola) y 8 cooperativas oleícolas entre las diez más importantes de este sector en toda la UE.

El informe de 400 páginas titulado «El desarrollo de las cooperativas agrícolas en la UE en 2014» presenta información actualizada, así como las tendencias nacionales y sectoriales de las cooperativas agrícolas líder en la UE.

Este informe se puede descargar en nuestra web:

www.agro-alimentarias.coop

Respecto a la presencia de las cooperativas españolas en este listado de cooperativas Top de la UE, destacar principalmente tres sectores: el cárnico, el hortofrutícola y, especialmente, el sector de aceite de oliva y aceitunas de mesa.

La cooperativa gallega Coren, con una facturación en el periodo analiza-

do de 982 M/€, se sitúa en el puesto número 9 del Top 10 de las cooperativas cárnicas europeas y en el puesto 57 del Top 100 general. Por su parte, el grupo Anecoop, con una facturación de 593 M/€, figura en el puesto 6 del sector hortofrutícola y en el 94 del Top 100.

En el ranking de las 100 cooperativas más importantes de la UE figuran también la láctea CAPSA (Central Lechera Asturiana) en el puesto 76 y un registro de 677 M/€, seguida del Grupo AN, que con una facturación de 665 M/€, se coloca en el puesto 78.

Pero donde realmente se ve un claro dominio de las cooperativas españolas es en el sector del aceite de oliva y la aceituna de mesa. En este grupo, 8 de las 10 mayores cooperativas de la UE son españolas, concretamente y por orden de facturación: Dcoop (564 M/€), AgroSevilla (96 M/€), Jaencoop (72 M/€), Oleoestepa (71 M/€), Granada Oil Tierras Altas (40 M/€), Cooperativa Ntra. Sra. del Pilar (32 M/€), Manzanilla Olive (22 M/€) y Cooperativa Ntra. Sra. de las Virtudes (22 M/€). Las otras dos cooperativas que aparecen en Top 10 son una cooperativa italiana y otra portuguesa ■

La bodega Cuatro Rayas demanda a Makro por competencia desleal

El Juzgado de lo Mercantil de Segovia ha admitido a trámite la demanda interpuesta por la bodega Cuatro Rayas a la cadena de distribución Makro por competencia desleal, por la que solicita una indemnización por daños y perjuicios. La cadena de distribución Makro, perteneciente al grupo internacional Metro, comercializó una imitación de uno de los vinos más vendidos en Horeca de la bodega Cuatro Rayas, Nave Sur Verdejo (Galardonado con un «Baco de Oro Cosecha 2013» otorgado por la Unión Española de Catadores).

La bodega Cuatro Rayas se encuentra en el corazón de la D.O. Rueda, de la que ostenta casi un 20% de su producción. Fue fundada en 1935 y desde entonces ha conseguido adaptarse perfectamente a las nuevas tendencias en viticultura y procesos de elaboración de vino. Sus constantes inversiones en tecnología, comercialización y comunicación y su «saber hacer» la convierten en una bodega de referencia de los vinos blancos españoles. Sus vinos son líderes de ventas y poseen una amplia presencia en la hostelería española ■



En primer plano el vino de Cuatro Rayas, y detrás el plagio.



Cómo presentar un proyecto europeo y no morir en el intento (II)

Tras el análisis inicial de un proyecto, ha llegado la hora de iniciar la planificación, volcarla en el formulario de propuesta y cruzar los dedos



Por Juan Sagarna.

Director de Servicios, Calidad e Innovación de **Cooperativas Agro-alimentarias de España**. Ingeniero Agrónomo y PMI certificado.

En el anterior y primer capítulo de esta serie de artículos, dedicamos muchas líneas a desarrollar las fases de inicio de un proyecto europeo, recopilación de la información previa, al análisis de la estrategia de las partes interesadas, así como a la evaluación de la viabilidad económica.

Después de estas fases iniciales, se supone que tenemos una idea bastante clara del alcance de nuestro proyecto, quiénes deben ser nuestros aliados y una idea del orden de magnitud del presupuesto y del calendario. Ha llegado la hora de iniciar la planificación, volcarla en el formulario de propuesta y cruzar los dedos.

Aunque el nivel de detalle de la planificación es conveniente que sea lo suficiente para no llevarse sorpresas por las cuestiones no tenidas en cuenta, también hay que considerar necesariamente la revisión en profundidad que habrá que realizar si la propuesta es aprobada por el cliente, es decir la Comisión Europea o uno de sus programas. En esta revisión se incorporarán los condicionantes de la fase de negociación con la Comisión, o bien simplemente la actualización, puesto que es frecuente que entre la presentación de la propuesta y el comienzo de la ejecución de los trabajos, transcurran más de seis meses como consecuencia del proceso de selección, negociación y cierre contractual del acuerdo con la autoridad europea, este tiempo altera las suposiciones que tuvimos en cuenta en la redacción de la propuesta, por ejemplo en cuanto a disponibilidad de personal.

En todo caso, el objetivo de esta planificación es disponer de un Plan de Dirección del Proyecto que a su vez contenga la información a volcar en la propuesta. La planificación lógica comienza en orden por los tres grandes vértices de un proyecto: alcance, tiempo y coste, y continúa por otros aspectos relevantes a considerar como la calidad, la gestión de comunicaciones, la gestión el equipo del proyecto, la política de adquisiciones y subcontrataciones, y la gestión de los riesgos.

El alcance

La definición del alcance consiste en documentar los trabajos que se pretenden llevar a cabo en el proyecto y los resultados perseguidos. El ajuste del alcance es una cuestión fundamental para la gestión del proyecto, y debe enfocarse a ejecutar los trabajos «y solo los trabajos definidos en el mismo». El *scope creeping* o la «corrupción del alcance», son términos usados para referirse a alcances no delimitados que provocan cambios inesperados durante la ejecución, conflictos con las partes interesadas y casi siempre desviaciones peligrosas en tiempo y coste.

Una herramienta lógica utilizada profusamente en los proyectos es el desglose de trabajos, denominado por sus siglas en inglés o castellano, WBS o EDT. Consiste en, partiendo del objetivo u objetivos del alcance, alcanzar unos *work packages* o paquetes de trabajo, que a su vez se despliegan en actividades o tareas

y así sucesivamente. La estructura habitual en proyectos europeos suele tener 2 niveles. En el primero, de 5 a 10 paquetes de trabajo y un desglose de cada uno de ellos en 4 a 7 tareas. Es muy habitual por tanto, que tengamos una estructura con más de cuarenta tareas.

A continuación, secuenciar actividades consiste en establecer vínculos de precedencia o sucesión entre ellos. Esta operación permite obtener el esqueleto o eje de un proyecto y poder explicar ante cualquier tercero en este momento la totalidad de los trabajos, así como su estructura lógica de consecución, qué se hace primero, para qué nos sirve en relación a otras tareas, qué necesitamos para cada tarea, etc.

Según vamos avanzando tenemos una información más detallada de las tareas que puede irse recopilando en lo que se denomina un «diccionario» de las tareas. En este punto será preciso asignar a las tareas los responsables que las ejecutarán, aquellos que las supervisarán y aquellos que deben estar informados de su progreso. Una herramienta frecuentemente utilizada es una matriz RACI, en la que se reflejan todos estos roles para cada una de las tareas.

En el siguiente paso estimamos las duraciones, es decir, valoramos el trabajo que será necesario para realizar con éxito cada tarea. Evidentemente estas estimaciones tendrán consecuencias inmediatas en la elaboración posterior del cronograma y del presupuesto, por lo que es una de las fases en las que es necesario ser más



meticuloso. La experiencia en proyectos similares suele ser muy útil, y en todo caso la consulta con expertos siempre es muy recomendable.

Calendario

Con toda esta información se elabora un cronograma o calendario del proyecto. En este cronograma, uno de los documentos más consultados y que puede tener varias formas (uno de los más utilizados es un diagrama de Gantt), es necesario reflejar fechas exactas de control, denominados en proyectos hitos o «milestones», que pueden coincidir con fechas de entrega de trabajos clave, reuniones de seguimiento de los proyectos o jornadas dedicadas a difundir los resultados.

Presupuesto

En este momento afrontamos uno de los procesos más relevantes, la elaboración del presupuesto. Existen dos aproximaciones, opuestas en su planteamiento. En la primera, la aproximación *Top-down* o de arriba abajo, se establece un presupuesto de referencia razonable para las cuantías del programa europeo. A partir de esa cantidad global se divide entre los socios las partidas y, a su vez, entre las actividades y gastos que cada uno de ellos va a realizar. Aunque esta sistemática es muy frecuente, hemos de decir que es totalmente desaconsejable, incluso peligrosa si se identifica por los evaluadores de la propuesta. Más correcta es la aproximación

Bottom-up en la que se empieza desde las tareas más desglosadas que hayamos identificado en las fases anteriores. Como tenemos sus duraciones, podemos calcular el coste del personal asociado al mismo y el resto de gastos (desplazamientos, equipo, etc.) Teniendo en cuenta que en proyectos europeos no es posible asignar reservas de gestión para cubrir situaciones inesperadas, es importante ser lo más exactos posible en la definición del presupuesto, que se irá construyendo como suma de los presupuestos individuales de cada tarea.

Como hemos dicho, un buen plan de Dirección debe contener, además de una buena definición del alcance, de un cronograma organizado y de un presupuesto detallado, una serie de instrucciones respecto a otras cuestiones de gran importancia. La

planificación de cómo garantizar la calidad de los trabajos es una de ellas, por ejemplo quién aprueba los entregables o resultados y qué criterios tiene que utilizar para comprobar su calidad. Un buen plan de recursos humanos debe reflejar no solo quién hace los trabajos y cuándo, sino establecer medidas para desarrollar y mejorar el trabajo en equipo. El plan de comunicaciones debe reflejar cómo y a quién dirigirse, tanto en la información interna como externa del proyecto. El plan de riesgos debe establecer un sistema de actualización del proceso de identificación de riesgos y de análisis de las respuestas a los mismos y, por último, el plan de adquisiciones explica cómo y bajo qué condiciones se realizan las subcontrataciones y gastos del proyecto ■



Por Fernando de Antonio,
director de Ganadería de
Cooperativas Agro-alimentarias
de España

1 de abril de 2015:

la necesidad de adaptación a un mundo sin cuotas

El fin del sistema de cuotas lácteas conlleva, entre muchas cosas, la desaparición del Real Decreto por el que se regulaba la tasa láctea (RD 754/2005) y por el cual todos los operadores del sector vacuno de leche tenían que hacer unas declaraciones mensuales, en las que se recogían los movimientos de leche y productos lácteos que se habían producido. No obstante, tras la desaparición del sistema de cuotas, la Comisión Europea ha establecido la obligatoriedad de que todos los primeros compradores de leche declaren mensualmente ante la autoridad competente, la cantidad de leche cruda que les haya sido entregada el mes anterior.

*La desaparición del sistema de cuotas,
hay que verla como una oportunidad para alcanzar
el pleno desarrollo del sector lácteo español y aumentar
nuestro autoabastecimiento*

Para cumplir con este mandato, el MAGRAMA ha elaborado una nueva norma en la que se recoge la forma de gestionar esta exigencia de la Comisión a partir del 1 de abril, para la leche de vaca y la extiende también a las leches de oveja y cabra. Esta nueva normativa, sin las exigencias de la anterior que eran para controlar la tasa láctea, se basa en:

1. Se crea un registro de «primeros compradores» de leche de vaca, oveja y cabra. Hasta ahora existía un registro de «compradores autorizados» para leche de vaca.
2. Se entiende a efectos de la norma como primer comprador, la empresa o agrupación que compra leche cruda a productores de vaca, oveja y cabra para someterla a recogida, envasado, almacenamiento, refrigeración o transformación, aunque lo haga por cuenta de un tercero o venderla a una o varias empresas que comercialicen, traten o transformen leche u otros productos lácteos.
3. Se crea un sistema unificado de información del sector lácteo (Infolac) que contendrá los registros de los primeros compradores de todos los tipos de leches y la información de los contratos entre éstos y los productores. En las declaraciones de los primeros compradores habrá que indicar el volumen de leche entregado por cada ganadero y el código identificativo del contrato que soporta esas entregas. Ese código identificativo lo obtendrá el primer comprador de forma automática cuando registre el contrato en el sistema informático en el que, a partir de ahora, habrá que registrar los contratos y que supone un profundo cambio en la gestión de los mismos.

Estos cambios vienen recogidos en el recién publicado Real Decreto 125/2015.

Las modificaciones más importantes son:

1. En gestión de contratos:

Solo habrá obligación de registrar los contratos entre ganaderos y primeros compradores. El resto de contratos de leche cruda serán obligatorios,

pero por la Ley de la Cadena Alimentaria, pero no habrá obligación de registrarlos.

El registro de los contratos no se hará a través de INLAC/GECOLE, sino que se registrarán por los primeros compradores en el sistema informático creado a tal efecto por el MAGRAMA.

Los datos por registro serán: fecha de vigencia, fecha de finalización, especie, volumen contratados (litros), tolerancia del volumen contratado en % (que salvo circunstancias especiales no podrá superar el 10%), tipo de precio: fijo, variable o mixto (no habrá que desarrollar el contenido de la forma de fijar el precio, solo «precisar el tipo» y también habrá que especificar las causas de fuerza mayor por las cuales no se puede entregar leche.

Otro aspecto de la norma futura es que los contratos tendrán que ser de un año, y de no ser así, habrá que justificarlo por escrito y dejar documentada la renuncia.

2. En Organizaciones de Productores:

Se ha modificado la norma para poder recoger el mandato de la nueva OCM, por el cual las organizaciones y las asociaciones, reconocidas, podrán alcanzar acuerdos; decisiones y prácticas concertadas, que se refieran a la producción o venta de productos lácteos, y la utilización de instalaciones comunes de almacenamiento, tratamiento o transformación de lácteos.

Se le da una función muy importante a las OPs lácteas en materia de gestión de la oferta. Esta potestad, en España, creemos que se verá en cierta medida desdibujada por la naturaleza societaria que ha

permitido el MAGRAMA de las OPs lácteas. En nuestro país hay OPs lácteas representativas, es decir pueden gestionar las condiciones del contrato de sus socios, pero no pueden vender la leche en su nombre y, por otro lado, hay OPs que sí pueden hacerlo.

Si ya es difícil, en mi opinión, llevar a cabo la negociación de los precios de una leche, que no puedes vender, aún más difícil va a ser gestionar el volumen de una leche sobre la que no tienes ningún poder estatutario. Este cambio de la norma se debería haber aprovechado para modificar el registro de Organizaciones de Productores, para que pudieran desarrollar el nuevo mandato de la OCM de regular oferta/demanda (gestión de volúmenes), que solo podrán abordar de forma eficaz las OPs de naturaleza económica. En este cuadro se recogen las OPs lácteas que hasta el momento están registradas en el MAGRAMA.

3. Interprofesional:

La nueva normativa da un papel muy importante a la Interprofesional, pero le retira su capacidad para gestionar la base de datos de los contratos.

Pero el 1 de abril no solo nos trae un cambio de normas, sino un nuevo modelo de sector que ya no se verá limitado con un sistema de control de la producción. Tendremos que adaptarnos a este nuevo modelo y el resultado dependerá de la aptitud de los distintos operadores, ya que cada vez afectarán menos las decisiones de las diferentes administraciones (comunitarias, estatales o autonómicas).

La desaparición del sistema de cuotas, hay que verla como una oportunidad para alcanzar el pleno desarrollo del sector lácteo español y aumentar nuestro autoabastecimiento de leche y de productos lácteos.

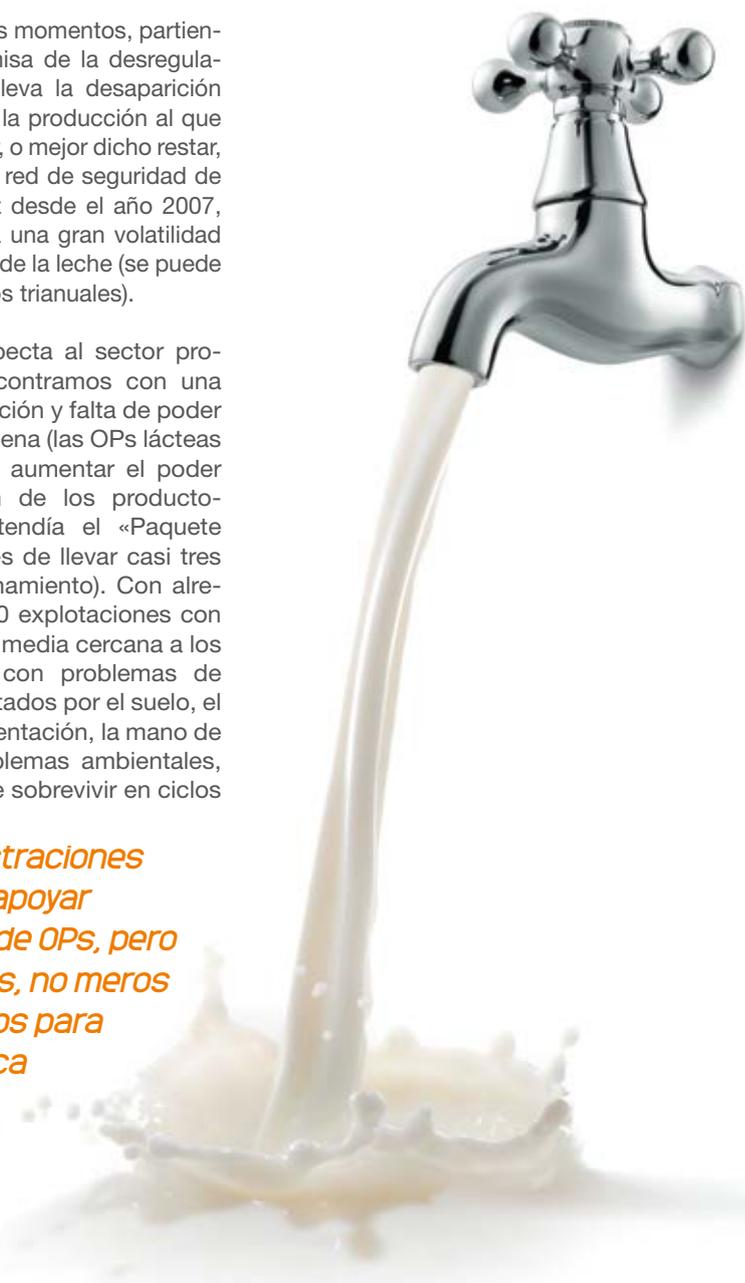
Pero a su vez no podemos obviar que existe un riesgo importante de que: Se aumenten las importaciones, deslocalización de las producciones, así como la desaparición de tejido productivo e industrial.

La adaptación hay que desarrollarla a partir del contexto de nuestro

sector en estos momentos, partiendo de la premisa de la desregulación que conlleva la desaparición del control de la producción al que hay que sumar, o mejor dicho restar, un sistema de red de seguridad de la UE, ineficaz desde el año 2007, y que no evita una gran volatilidad de los precios de la leche (se puede hablar de ciclos trianuales).

Por lo que respecta al sector productor, nos encontramos con una escasa vertebración y falta de poder dentro de la cadena (las OPs lácteas no han logrado aumentar el poder de negociación de los productores, como pretendía el «Paquete Lácteo» después de llevar casi tres años en funcionamiento). Con alrededor de 20.000 explotaciones con una producción media cercana a los 300.000 kilos, con problemas de crecimiento limitados por el suelo, el coste de la alimentación, la mano de obra y los problemas ambientales, que tendrán que sobrevivir en ciclos

Las administraciones tienen que apoyar la creación de OPs, pero OPs eficaces, no meros instrumentos para hacer política



OPS EN ESPAÑA			
	NOMBRE	VOLUMEN COMERCIALIZABLE	NÚMERO PRODUCTORES
BOVINO	OPL DEL SUR	480.745.298	631
	S.C. LACTEOSCOOP	314.047.062	843
	AGAPROL	259.218.805	378
	ULEGA	508.359.258	2.193
	APROLACT	347.304.034	1.288
	LACTURALE (producción integrada)	24.616.250	17
	CADI, SCCL	66.328.442	108
	TOTAL	2.000.619.149	5.458
OVINO	NOMBRE	VOLUMEN COMERCIALIZABLE	NÚMERO PRODUCTORES
	CONSORCIO PROMOCIÓN	62.283.024	729

En rojo las OPs de comercialización.

de rentas muy bajas. Tendrán que mejorar su competitividad, tanto en el ámbito de la producción como en su capacidad de negociación. No solo tendrán que invertir en sus instalaciones, sino en medios que les permitan mejorar la comercialización de sus productos, y a esto último no están muy habituados. A la vez tendrán que defenderse del riesgo de recogidas selectivas por parte de los transformadores. La regla no escrita de que hay que recoger toda la producción de un ganadero, es cada vez más evidente que va a cambiar. La deslocalización de la producción ha sido destacada como un riesgo por todos los expertos.

También nos encontramos con cerca de 120 cooperativas, número que a todas luces parece excesivo, que agrupan el 40% de la leche cruda, pero solo transforman el 20%.

Tenemos un sector transformador, con un elevado número de empresas, más de 1.550, muy poco integrado, y con una escasa capacidad de negociación con la distribución.

Y por último, tenemos una integración cada vez mayor de la distribución. La cuota de MDD (Marca de Distribución) de leche líquida de vaca es del 62% en volumen y el 53% en valor. Estas cifras son aún más relevantes si tenemos en cuenta que en España el 60% de la leche de vaca producida se destina a leche líquida.

Teniendo en mente las oportunidades y los riesgos de la desaparición del sistema de cuotas y siendo consciente del contexto actual de nuestro sector, nos encontramos que los instrumentos que tenemos para alcanzar la viabilidad del sector ya nos los ha definido en parte la OCM, los recogidos en el «Paquete Lácteo», para muchos insuficientes e ineficaces, pero aún así son muchos más que muchos otros sectores, que también tienen que adaptarse a las reglas de una mercado cada vez más global.

En el sector lácteo, como hemos dicho tenemos «el Paquete Lácteo», que nos permite incidir en aquellos aspectos que pueden hacer mejorar el equilibrio de la cadena, como son las OPs, pero OPs eficaces, no meros instrumentos para hacer política. Creo que las administraciones tienen que apostar y apoyar este tipo de organizaciones.

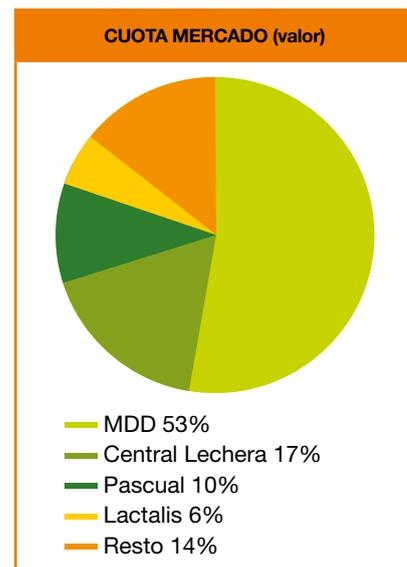
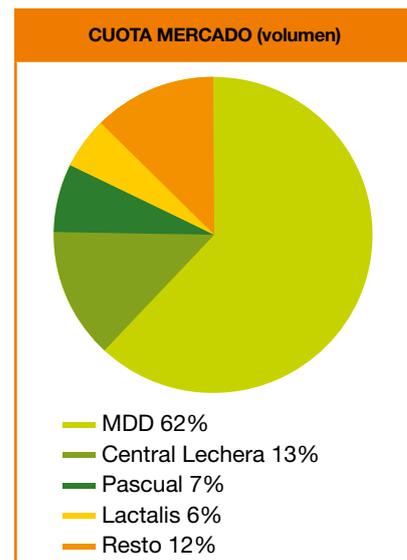
En cuanto a los contratos –a pesar de su difícil gestión y el rechazo del sector– creo que hay que luchar por su implantación, cambiando la aptitud de los operadores, para así lograr un verdadero equilibrio de las relaciones contractuales, que permitirá tanto un aumento de la capacidad de negociación de la producción con la industria, como de ésta con la distribución.

Hay que luchar por la implantación de los contratos, para lograr un verdadero equilibrio que permitirá tanto un aumento de la capacidad de negociación de la producción con la industria, como de ésta con la distribución

Por lo que respecta al sector cooperativo, considero que es básico avanzar en la integración de las cooperativas y la creación de entidades asociativas prioritarias (Ley 13/2013).

El cambio de las estructuras industriales, en busca de una competitividad que ahora no tiene, es una asignatura pendiente y es imprescindible que se aborde. A veces se olvida que en España el problema estructural en materia de la producción de la materia prima: leche, es casi nulo comparado con el problema del sector transformador, con excesivo número de operadores, con poco peso en los mercados y con casi nula capacidad de negociación con la distribución. No sobran ganaderos, sobran instalaciones industriales ineficaces.

Así pues y a modo de resumen, ante la cada vez mayor integración de la distribución y de la asimetría de las relaciones entre los diferentes eslabones de la cadena, si se quiere alcanzar un sector lácteo español maduro y sostenible, hay que buscar actuaciones encaminadas al incremento de la integración de los operadores menos fuertes (cooperativas e industrias de transformación), y por lo que respecta a la producción, alcanzar instrumentos de gestión de oferta (a través de OPs lácteas eficaces), así como mejorar la competitividad para poder sobrevivir en los periodos de rentas bajas que cada tres años aparecerán en el sector ■





www.agroalimentacion.coop

el portal de los productos cooperativos

Entra y entérate de cosas como...

9 RAZONES POR LAS QUE COMPRAR PRODUCTOS COOPERATIVOS

1 Por su calidad

2 Son garantía de seguridad y confianza

3 Posibilitan mercados más transparentes

4 Son productos innovadores

5 Cuidan el medio ambiente

6 Contribuyen al desarrollo de nuestros pueblos

7 Generan empleo en las zonas rurales

8 Acercan la innovación a las zonas rurales

9 Mejoran la calidad de vida



La mala cosecha española sitúa la producción mundial al nivel más bajo desde 1999

La corta producción española ha tirado al alza los precios en todos los países productores. En nuestro país, para muchos productores la subida de precios no compensará la bajada de cosecha y sus rentas podrán mantenerse únicamente en aquellos casos en que tuviesen aceite almacenado, como es el caso de muchas cooperativas. Indirectamente, los más beneficiados están siendo países con una cosecha similar o superior al año pasado

A punto de terminar la campaña de recolección de aceituna, y una vez publicados los datos provisionales de la AICA correspondientes al mes de enero, 763.000 toneladas, y ante lo avanzado de una campaña de recolección que empezó muy pronto y que el buen tiempo ha hecho que vaya muy rápida, podemos afirmar que la producción de la campaña 2014/2015 rondará las 800.000 tn.

Que la cosecha no iba a ser buena, lo había descontado ya el mercado que, desde finales del pasado mes de mayo inició una remontada de los precios en origen tras alcanzar su precio mínimo, 1,75€/kg para la categoría Virgen. Pero hasta el último momento se ha estado especulando sobre la cosecha final, incluso algunos vaticinaban más de 900.000 tn, evidentemente más con intención de incidir a la baja sobre los precios que por disponer de una información mínimamente contrastada.

Pero España no ha sido la única en tener mala cosecha. Así tenemos que Italia ha tenido una producción de 302.500 tn, lo que supone la peor

cosecha de los 25 últimos años, si nos atenemos a las estadísticas del COI (Comité Oleícola Internacional). En el resto de la UE, Grecia y Portugal han tenido una cosecha media. Para el conjunto de la UE la producción no compensa el consumo a pesar de que se prevé un fuerte descenso del mismo, 120.000 tn de las que 100.000 tn corresponden a Italia.

En la UE la producción no compensa el consumo, a pesar de que se prevé un fuerte descenso del mismo, sobre todo en Italia

Fuera de la Unión Europea, Túnez ha tenido una muy buena cosecha y, según distintas fuentes, tendría disponible para exportar en torno a 200.000 tn (de hecho a primeros de febrero ya había exportado más de 70.000 tn); Turquía y Marruecos han tenido una cosecha similar a la de años anteriores y, tras Túnez, serían los países con más disponibilidad

para exportar en torno a 40.000 y 15.000 tn, respectivamente. Si tenemos en cuenta que en los países de la cuenca mediterránea cuando el precio del aceite de oliva es atractivo –y en esta campaña lo es– se incrementa la disponibilidad de aceite para exportación en detrimento del consumo interior, podemos estimar que los países productores de fuera de la UE tienen unas 350.000 tn disponibles.

Con este panorama, vemos que España no podrá importar todo el aceite que quisiera, empezando porque vamos a tener un fuerte competidor en Italia que necesitará importar al menos 450.000 tn para cubrir sus necesidades de consumo interno y sus exportaciones.

Nos encontramos ante una situación similar a la de la campaña 2012/2013, que aunque inicialmente se preveían unas importaciones españolas muy elevadas, finalmente se limitaron a 120.000 tn. Hay que tener en cuenta que operadores españoles venderán aceite comprado en otros países para venderlo directamente a países netamente



importadores sin pasar por nuestro país. De ahí que contemos con una estimación de las importaciones de 150.000 tn. En caso de que se importe más, la exportación también se incrementará, por lo que el efecto sobre el stock final se compensará y permanecerá inalterable.

Caída del consumo

Con esta información se puede hacer una estimación de balance de la campaña 2014/2015 con visos de acercarse a la realidad. Por suerte para España hemos empezado la campaña con unas existencias ele-

vadas, de 500.400 tn, que unidas a la producción, 800.000 tn y a las importaciones, 125.000 tn, nos da un disponible de 1.425.400 tn. Para ver cómo se distribuye esa disponibilidad debemos pensar que la subida de precios en origen acabará por trasladarse al precio de venta minorista, algo que hasta febrero todavía no ha ocurrido, sobre todo porque la gran distribución utiliza el aceite de oliva como producto reclamo. Por ello, prevemos un descenso del consumo en España que estimamos se quedará en una cifra similar a la de la campaña 2012/2013, es decir, 500.000 tn. Para estimar las exporta-

ciones españolas deberemos tener en cuenta que el stock final de campaña a 30 de septiembre deberá cubrir el consumo de al menos 2 meses de salidas al mercado. Pensamos que esta campaña tiene que servir para «limpiar bodega», no solo en España sino en el conjunto de países productores, y que el stock técnico debe ser nulo. Por ello estimamos el stock a final de campaña en 225.400 tn. Para que esto sea así, las exportaciones se verán limitadas a 700.000 tn.

Si comparamos el balance que hemos estimado con los de las 5 campañas anteriores, tenemos el siguiente cuadro:

EVOLUCIÓN DE LOS BALANCES DE CAMPAÑA DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA

CAMPAÑAS	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	Estimación Cooperativas Agro-alimentarias	2014/2015 vs 2013/2014
						2014/2015	
Stock inicial	285.700	420.700	474.100	692.500	300.700	500.400	66,4%
Producción	1.401.500	1.391.900	1.615.000	618.200	1.781.500	800.000	-55,1%
Importaciones	47.000	43.500	59.800	119.200	57.600	125.000	117%
TOTAL DISPONIBLE	1.734.200	1.856.100	2.148.900	1.429.900	2.139.800	1.425.400	-33,4%
Consumo + Pérdidas	533.400	554.100	580.900	499.200	536.500	500.000	-6,8%
Exportaciones	780.100	827.900	875.500	630.000	1.102.900	700.000	-36,5%
TOTAL SALIDAS	1.313.500	1.382.000	1.456.400	1.129.200	1.639.400	1.200.000	-26,8%
STOCK FINAL	420.700	474.100	692.500	300.700	500.400	225.400	-55%
Salida media mensual al mercado	109.458	115.167	121.367	94.100	16.617	100.000	-26,8%

Fuente: Cooperativas Agro-alimentarias de España. Datos en Tn.



La situación del mercado viene reflejada claramente por el comportamiento de los precios en origen.

Como hemos comentado, los precios comenzaron a subir a finales del mes de mayo ante la constatación de una baja producción en España e Italia, fundamentalmente, bajada que no se veía compensada con las producciones de otros países. Esta subida se ha mantenido prácticamente ininterrumpida desde entonces y no parece haber tocado techo todavía.

En el momento actual, mediados de febrero, los precios medios en origen, a salida de almazara, están en torno a los 3,30€/kg para el Virgen Extra, 3€/kg para el Virgen y 2,75€/kg para el lampante. Son unos precios buenos para los productores a los que no están acostumbrados y debemos irnos a la

campaña 2005/2006 para encontrar unos precios todavía más altos. Sin embargo, como suele ocurrir, los precios se deben a razones climatológicas y no obedecen a una eficaz gestión de mercado.

Podemos decir que nos situamos ante una campaña complicada de gestionar, con un descenso de las salidas al mercado, consecuencia de la menor disponibilidad de aceite y con unos precios más acordes con un producto de calidad, como es el aceite de oliva.

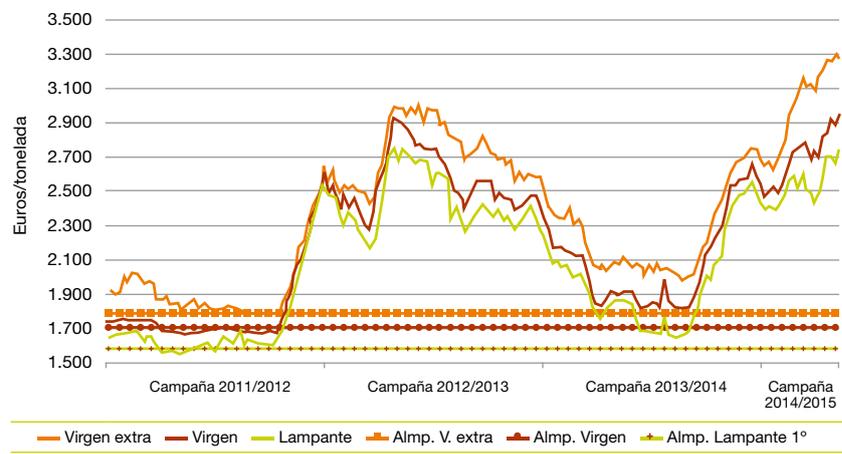
La subida de precios en origen acabará por trasladarse al precio final, algo que aún no ha ocurrido porque la gran distribución utiliza el aceite de oliva como producto reclamo

En cualquier caso, la situación actual pone, una vez más, de manifiesto el papel preponderante que tiene nuestro país en el mercado mundial del aceite de oliva y es en nuestro país donde se generan los precios que posteriormente repercuten en el resto de países. Así, la subida de precios en nuestro país se ha generalizado en el resto de países productores, que indirectamente son los más beneficiados por esta subida de precios, al tener una cosecha

similar o superior a la de la campaña pasada. A nadie se le escapa que en nuestro país, para muchos productores la subida de precios no compensará la bajada de la producción y sus rentas podrán mantenerse únicamente en aquellos casos en que tuviesen aceite almacenado de la cosecha anterior sin vender, como es el caso de muchas cooperativas.

Una vez más se pone de manifiesto que el desequilibrio en la cadena alimentaria junto con la gran variabilidad de las producciones anuales, provoca enormes fluctuaciones de precios entre campañas con graves consecuencias, tanto para productores como para consumidores, a los que es difícil explicar esas variaciones de precios de unos años a otros. Especialmente difícil resulta esta cuestión en los países no productores, poco familiarizados con el cultivo. Para evitar esto, desde **Cooperativas Agroalimentarias de España** llevamos años pidiendo que, a través de la PAC, el sector pueda disponer de mecanismos que permitan reequilibrar la oferta y la demanda. Con la nueva PAC y los nuevos papeles que se dan a las Organizaciones de Productores (OPs) entendemos que se pueden poner en marcha mecanismos de regulación de oferta y demanda. Confiemos que la regulación de esta figura lo permita y podamos disponer de unos mercados más estables que los que tenemos en la actualidad ■

**ACEITE DE OLIVA: DESDE LA CAMPAÑA 2011/2012 A LA 2014/2015
PRECIOS SEMANALES. POOLred.**





La recuperación del consumo responsable de vino en España, el gran reto de la Interprofesional

El pasado mes de julio se constituyó la Organización Interprofesional del Vino de España, OIVE, tras meses intensos de trabajo y gracias al esfuerzo de todas las organizaciones para alcanzar el acuerdo. Las organizaciones que formamos parte de la OIVE somos, ASAJA, COAG, UPA, **Cooperativas Agro-alimentarias de España** y la Federación Española del Vino.

Somos el mayor viñedo del mundo y, sin embargo, el consumo nacional ha pasado de los 18 millones de hectolitros en los años 80 a menos de 10 millones en la actualidad, lo que nos sitúa por detrás en consumo de países productores como Francia o Italia, pero también en peor situación que países no productores como Dinamarca, Reino Unido o Luxemburgo.

El descenso del consumo nacional ha sido particularmente acusado desde 2006 en el canal de la hostelería y la restauración. Esta situación ha generado un cambio importante en la distribución del vino en España, donde el consumo en el hogar supone ya más cantidad de vino que el consumo extracomunitario, con el cambio que ello puede inducir en la propia estructura y organización de las empresas.

Esta tendencia a la disminución en el consumo interior se cruza además con la tendencia al incremento en exportación y empezamos a vender fuera más vino del que consumíamos en nuestro país. Tendencias que se han mantenido en los últimos años y que llevan a que ya en las cuatro últimas campañas estemos exportando, de media, más del doble del vino que se consume dentro de nuestras fronteras. Es decir, España se ha convertido en un país gran productor de vinos, pero mayoritariamente para la exportación.

Pese a todos los intentos por revertir la tendencia del consumo nacional, éstos aún no han dado sus frutos, y es por ello que la OIVE se ha marcado como uno de los principales objetivos promocionar el consumo moderado de vino en nuestro país. Independientemente de la posible recuperación del mercado nacional, la internacionalización del vino español es un factor irreversible y con mucho camino por delante, particularmente en la generación de valor.

En 2013, las exportaciones españolas de vinos, mostos y vinagres alcanzaron los 2.906 millones de euros. España es el segundo mayor exportador mundial de vinos, solo por detrás de Italia, y con muy buenas posibilidades de convertirse en el primero en pocos años. La internacionalización de nuestro sector y la complejidad del mercado exterior, sobre todo en terceros países, aconseja que la OIVE, se dote también de instrumentos que permitan la mutualización de los posibles riesgos de represalias comerciales que puedan surgir sobre los operadores españoles fuera de nuestras fronteras, para dar respuesta de forma agrupada a dicha situación.

Hay que destacar también que el sector del vino realiza unas inversiones medias anuales de unos 376 millones de euros, es una industria muy activa en proyectos de I+D+i. Por ello desde la OIVE queremos promover el suministro de información y la realización de estudios y programas de I+D necesarios para innovar, racionalizar, mejorar y orientar la producción, así como la transformación y la comercialización, hacia productos más adaptados a las necesidades del mercado y a los gustos y expectativas de los consumidores, especialmente en materia de calidad de los productos y su contribución a la alimentación.

La OIVE también estudiará adoptar medidas para adaptar la oferta de acuerdo a la normativa de competencia nacional y comunitaria, teniendo en cuenta las normas sectoriales, y a la elaboración de contratos tipo para la venta de la uva o productos transformados, para conseguir condiciones equitativas de competencia y evitar las distorsiones del mercado.

Un mercado más transparente

Otro de los objetivos que nos hemos marcado en la Interprofesional es mejorar el conocimiento y la transparencia de la producción y del mercado, mediante la publicación de datos estadísticos que permitan analizar la evolución del mercado a nivel nacional. Este tema es muy importante, porque este sector vive en una marcada opacidad que da pie a excesivas especulaciones. Estamos trabajando intensamente con el Ministerio para crear un sistema de información de mercado que proporcione la necesaria transparencia en este sector.

La formación, una imagen colectiva más positiva, la mejora en las acciones de promoción y coordinación de los apoyos institucionales y la potenciación de marcas y empresas son algunos de los elementos clave identificados para avanzar en este camino de generación de mayor valor con las exportaciones españolas de vino. Si a la mejora de la comercialización en los diversos mercados se consigue unir una producción de uvas y vinos más ajustada a las necesidades de los clientes, tanto en cantidad como en calidades, las posibilidades de mejora del conjunto de la cadena de producción son considerables.

A principios de marzo hemos mantenido una reunión con la ministra de Agricultura, Isabel García Tejerina y su equipo directivo, en la que hemos presentado este ambicioso plan de trabajo y hemos recibido su apoyo político explícito. Compartimos que el sector tiene por delante importantes retos, tanto en el mercado nacional como en los mercados internacionales, y la OIVE está llamada a contribuir, de manera decisiva y con la implicación de todos, a aportar soluciones para alcanzar los principales objetivos del sector ■

Los viticultores se muestran satisfechos con el seguro de uva de vino

Información remitida por AGROSEGURO

El seguro de uva de vino es una de las líneas que se puso en marcha a la vez que el propio Sistema Español de Seguros Agrarios, con una única cobertura frente al riesgo de pedrisco. A lo largo de los años, se han ido introduciendo modificaciones que han venido mejorando las condiciones del seguro para el viticultor.

Uno de los últimos cambios más relevantes en el Seguro de Uva de Vino se produjo en la cosecha 2014, en la que se introdujeron mejoras muy importantes que dieron lugar al actual Seguro base con Garantías Adicionales para Explotaciones Vitícolas:

Se modificó la estructura del seguro. Con el objetivo de flexibilizar y ampliar las posibilidades de elección del viticultor, se establecieron las distintas opciones de aseguramiento con las que cuenta el agricultor repartidas en dos grupos:

- **Seguro de Otoño:** cuenta con un Seguro Base, con cobertura para todos los riesgos a nivel de explotación, al que el viticultor puede ir sumando diferentes niveles de garantías adicionales (hasta 3), con las que adaptar el seguro a sus necesidades de coste y cobertura.
- **Seguro de Primavera:** cuyo periodo de contratación se inició el 15 de enero, con coberturas por parcela frente al pedrisco y riesgos excepcionales, y con la posibilidad de escoger por parcela o por explotación, los riesgos de helada y marchitez fisiológica.

Se incrementó el porcentaje de bonificación máxima que puede obtener un asegurado, pasando de un 25 a un 40%; se produjo una reducción general de tarifas; se actualizaron las bases de datos de explotaciones asegurables, de tal forma que se dio la posibilidad de asegurar a un mayor número de explotaciones; se incrementó el precio de aseguramiento de algunas Denominaciones de Origen y Variedades, lo que supone una indemnización superior en caso de siniestro, etc.

En su primer año de funcionamiento, para la cosecha 2014 se contrataron cerca de 26.000 pólizas, que daban cobertura a más de 356.440 hectáreas de cultivo y a una producción de uva de vino de 2,39 millones de toneladas. A través del seguro de primavera se aseguró cerca del 40% del total de la producción contratada.



Los agricultores se muestran satisfechos con el seguro agrario

Según el último estudio realizado por AGROSEGURO sobre el Índice de Calidad percibido por los asegurados, a nivel nacional, el 75,3% de los asegurados encuestados afirman estar satisfechos con el Seguro Agrario en general y le otorgan una nota de un 6,63 sobre 10.

Tanto esta valoración como el porcentaje anterior, aumentan cuando nos centramos en el Seguro para Uva de Vino. El 80,6% de los agricultores a los que se ha preguntado han respondido que están muy o bastante satisfechos con el Seguro para Explotaciones de Uva de Vino, además otorgan una valoración de 6,86.

Al preguntar sobre aspectos más concretos del seguro de uva de vino, el servicio recibido a la hora de contratar y a la hora de enviar la declaración de siniestro son los mejor puntuados por los encuestados, otorgando a ambos una nota de 8,57. Los aspectos relacionados con el precio del seguro, y su relación con las coberturas, así como el trato en la tasación y la indemnización recibida, reciben puntuaciones muy cercanas al 7 sobre 10.

Estos datos vienen a confirmar que, el esfuerzo que realizan todas las administraciones, organizaciones agrarias y entidades aseguradoras, en la incorporación de nuevas coberturas, y la solvencia del seguro para hacer frente a los siniestros que se generan en este tipo de actividad, dan una respuesta positiva a las necesidades del sector, tal y como revelan las buenas respuestas obtenidas por parte de los agricultores ■

2015

COSECHA

15



**ABIERTO
PERIODO DE
CONTRATACIÓN
DEL MÓDULO P**

Seguro para

Cultivos Herbáceos Extensivos

¿Qué cultivos puedo asegurar?

Producciones de arroz, cereales de invierno, cereales de primavera, leguminosas grano y oleaginosas cultivadas en parcelas de secano y regadío, cuyo destino sea exclusivamente la obtención de grano o de semilla certificada.

¿Qué riesgos y daños me cubre?

El módulo P cubre los riesgos de pedrisco, incendio y riesgos excepcionales(*) por parcela.

(*) Fauna silvestre, inundación-lluvia torrencial, lluvia persistente y viento huracanado.

¿Cuándo puedo contratar este seguro?

MÓDULO P

SISTEMA CULTIVO	GRUPO CULTIVO	SUSCRIPCIÓN	
		INICIO	FINAL
Secano y Regadío	C. Invierno	01/03/2015	15/06/2015
	C. Primavera		31/07/2015
	Leguminosas		15/06/2015 (*)
	Oleaginosas		15/06/2015
	Arroz		31/07/2015

(*) Excepto Fabes que finaliza el 30/06/2015 y judías "Mongeta del Ganxet" cuyo plazo finaliza el 15/7/2015.

¿Qué subvención tiene este seguro?

La subvención que concede el **Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente a través de ENESA** para este seguro puede llegar hasta:

TIPO DE SUBVENCIÓN	% POR MÓDULOS	
	P	P (Arroz y Fabes)
BASE	8	11
CONTRATACIÓN COLECTIVA	5	5
CARACTERÍSTICAS ASEGURADO	4	8
RENOVACIÓN	5	5
REDUCCIÓN RIESGO Y CONDICIONES PRODUCTIVAS	-	-
TOTAL	22%	29%

Consulte con su mediador la subvención que le corresponde en función del módulo que escoja y de las características de su explotación; **así como la subvención que pueda conceder su Comunidad Autónoma.**



agroseguro

El seguro de los que están más seguros

PARA SUSCRIBIR SU SEGURO DIRÍJASE A: MAPFRE SEGUROS DE EMPRESAS • SEGUROS GENERALES RURAL • CAJA DE SEGUROS REUNIDOS (CASER) • AGROMUTUA-MAVDA, SDAD. MUTUA DE SEG. • PELAYO, MUTUA DE SEGUROS A PRIMA FIJA • PLUS ULTRA SEGUROS • UNIÓN DEL DUERO, CÍA. DE SEGUROS • ALLIANZ, COMPAÑÍA DE SEGUROS • CASER MEDITERRÁNEO SEGUROS GENERALES, S.A. • MUTUALIDAD ARROCERA DE SEGUROS • HELVETIA CÍA. SUIZA S.A. DE SEGUROS • BBVASEGUROS, S.A., DE SEGUROS • GENERALI DE ESPAÑA, S.A. SEGUROS • AXA SEGUROS GENERALES • ASEFA, S.A. SEGUROS • SEGUROS CATALANA OCCIDENTE • FIATC, MUTUA DE SEGUROS Y REASEGUROS • MGS SEGUROS Y REASEGUROS S.A. • REALE SEGUROS GENERALES • CAJAMAR SEGUROS GENERALES S.A. • MUSSAP, MUTUA DE SEGUROS • SANTA LUCÍA, S.A. CÍA. DE SEGUROS



Nueva PAC 2015



[Tú] eres la Estrella

Le facilitamos los trámites y le anticipamos la PAC

En "la Caixa" le tramitamos la PAC y, además, se la anticipamos en condiciones muy favorables en el momento que lo necesite.

Y ahora, se llevará¹ una batería portátil para el móvil solo por domiciliar las ayudas de la PAC en nuestra entidad.

AgroBank

1. Promoción válida del 1-3-2015 al 15-5-2015 o hasta agotar existencias (50.000 unidades). A efectos fiscales, esta promoción tiene la consideración de remuneración en especie y está sujeta a ingreso a cuenta. Oferta para domiciliaciones de expedientes de la PAC con un importe estimado superior a 500 €. NRI: 1127-2015/09681. www.laCaixa.es/agrobank



Patrocinador del Equipo
Olímpico Español



Mejor Banco en Innovación
Tecnológica 2013 y 2014