

LAS COOPERATIVAS LÍDERES EN LA UNIÓN EUROPEA

TENDENCIAS Y ESTRATEGIAS

Prof. Fernando Faces García
Instituto Internacional San Telmo



LAS COOPERATIVAS AGRARIAS PILAR FUNDAMENTAL DEL SECTOR AGRARIO EUROPEO



TENDENCIAS AGROALIMENTARIAS

LA PROFUNDA Y VELOZ TRANSFORMACIÓN DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

PRODUCCIÓN-COMERCIALIZACIÓN-DISTRIBUCIÓN



TENDENCIAS AGROALIMENTARIAS

Fuerzas del cambio



TENDENCIAS AGROALIMENTARIAS

RESPUESTA ESTRATÉGICA DEL SECTOR AGROALIMENTARIO MUNDIAL



LA RUPTURA: LA GRAN RECESIÓN DEL SIGLO XXI

NUEVO ESCENARIO TRAS LA CRISIS FINANCIERA MUNDIAL



“EN LA SENDA DE LA RECUPERACIÓN”



ECONOMÍA INTERNACIONAL: LOS PAÍSES EMERGENTES.

- Los países emergentes: Los primeros en salir (China, India, Brasil...).
- Las locomotoras del nuevo siglo.



ECONOMÍA INTERNACIONAL

- Europa: Francia y Alemania inician un lento despegue.
- Estados Unidos: Primeros síntomas de recuperación en:
 - Demanda Viviendas.
 - Reducción de Stocks.
 - Ventas Minoristas.
 - El dólar continuará débil.



ECONOMÍA INTERNACIONAL

→A lo largo del 2010 los gobiernos y bancos centrales retiraran paulatinamente las medidas de estímulo fiscal y monetario.

Será un año difícil= Evitar la inflación
sin lastrar la recuperación



LA RECUPERACIÓN ESTÁ EN MARCHA

Una lenta recuperación del consumo de las familias

- INCERTIDUMBRE Y DESCONFIANZA
- DESENDEUDAMIENTO
- ALTO DESEMPLEO
- ESCASEZ DE CRÉDITO
- EMPOBRECIMIENTO
- REDUCCIÓN PENSIONES

OBJETIVO:
Recuperar
la confianza
del consumidor

2010-2011
Lenta recuperación
del consumo de
los ciudadanos



¿LA ERA DE LA DESCONFIANZA?

Crisis alimentarias

+

**Crisis económica y
financiera**

=

La era de la desconfianza

Del consumidor-ahorrador



RECUPERAR LA CONFIANZA UNICA FORMA DE SUPERAR LA CRISIS

**¿Qué pueden hacer las cooperativas
de la cadena agroalimentaria?**

**Conseguir que el consumo de
alimentos sea un refugio de
seguridad y confianza**



UN NUEVO CONSUMIDOR

- Más ahorrador
- Más racional
- Más sensible al precio
- Más evaluador de la relación calidad-precio
- Más vigilante, exigente y precavido ante la calidad y seguridad de los productos alimenticios



UN NUEVO CONSUMIDOR

- Dispuesto a renunciar:
 - Al consumo de lujo
 - Al consumo emulación
 - Al consumo superfluo
 - A lo que no aporta valor
- Dispuesto a volver a lo básico
- A lo auténtico, a lo verdadero, a lo necesario
- Que está orgulloso de conseguir una calidad aceptable a un bajo precio



UN NUEVO CONSUMIDOR

Que no está dispuesto a renunciar al principal y básico valor de un producto:

Su calidad y seguridad sanitaria

Sea cual fuere su precio.....

***Valores básicos, imprescindibles,
irrenunciables e innegociables***



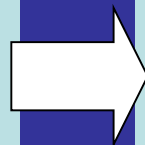
ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES EUROPEAS

ESTRATEGIA BASE

REDIMENSIONAMIENTO

- FUSIONES
- ADQUISICIONES
- CONSORCIOS

INTEGRACIÓN



ESTRATEGIA DE LAS LÍDERES

- DIFERENCIACIÓN - potenciación marcas
- DIVERSIFICACIÓN - gama productos
mercado
- INNOVACIÓN - productos valor añadido
transformados
gama alta
nuevos canales
- REDUCCIÓN COSTES - optimización procesos
eficiencia-eficacia
- INVERSIÓN TECNOLÓGICA - Bio-ciencia
calidad, sanidad
seguridad
trazabilidad



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES EUROPEAS

ESTRATEGIA BASE

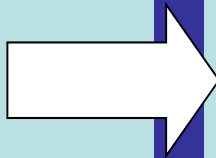
REDIMENSIONAMIENTO

- FUSIONES
- ADQUISICIONES
- CONSORCIOS

INTEGRACIÓN

FUSIONES

- REGIONALES
- NACIONALES
- TRANSCIONALES
- SOCIEDADES COOPERATIVAS EUROPEAS



ESTRATEGIA DE LAS LÍDERES

- INTERNACIONALIZACIÓN
- DESLOCALIZACIÓN
- DIVERSIFICACIÓN GEOGRÁFICA
- NUEVOS MODELOS INSTITUCIONALES Y DE GOBIERNO
- FLEXIBILIDAD NORMATIVA Y ESTATUTARIA
- INTERCOOPERACIÓN, ALIANZAS, ADQUISICIONES, MODELOS MIXTOS (COOPERATIVA Y EMPRESA)



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Reduciendo costes, aumentando la productividad y la eficiencia en todos los procesos, repercutiendo las mejoras en los consumidores y aumentando la competitividad



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Eliminando procesos y productos que no añadan valor para el consumidor y para la empresa



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

No consintiendo que las medidas de adelgazamiento y reducción de costes afecten a la investigación e innovación orientada a la mejora de la calidad, seguridad y salubridad de los productos

Son valores innegociables y pilares del futuro de la empresa



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Fortaleciendo las marcas, aportándoles mayor valor añadido y calidad, como factor de diferenciación y de confianza para el consumidor



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

DIVERSIFICANDO Y DIFERENCIANDO

- PRODUCTOS
- MERCADOS

APORTANDO VALOR PERCIBIDO



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Escuchando y observando de cerca los cambios en las preferencias y necesidades y hábitos de los consumidores



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES COMUNICANDO CON AUTENTICIDAD

“Más y mejor comunicación y publicidad
transparente, honesta, legítima, creíble y
didáctica



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

- Practicando un marketing innovador, moderno y eficiente
- Invirtiendo más y mejor en comunicación y publicidad

Mientras las grandes empresas de distribución aumentan sus presupuestos de marketing, las cooperativas los reducen



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Cooperando distribuidores y cooperativas
dentro de la cadena de valor

***La cooperación competitiva dentro de la
cadena, exige una mayor dimensión***



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Alcanzando la dimensión necesaria (mediante alianzas o fusiones), y el tamaño que la internacionalización y la permanente y continua inversión tecnológica exigen



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Adaptando el crecimiento a las posibilidades de financiación en un entorno en el que el crédito será más escaso, explorando nuevas fuentes de financiación en los mercados financieros para lo cual se necesita una dimensión adecuada



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Estando atentos al surgimiento de los nuevos mercados del siglo XXI (países emergentes)

La internacionalización conlleva diversificación del riesgo, estabilidad y mayor capacidad de crecimiento



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Reteniendo y captando a las personas con talento y compromiso, imprescindibles para superar la crisis y salir fortalecidos mediante la creatividad, la innovación, la diferenciación y la mejora continua de la calidad



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Ofreciendo productos auténticos, con calidad certificada y con propuestas de valor para el consumidor perceptibles y contrastables

Conquistando su confianza



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Mejorar la relación calidad-precio y la
accesibilidad al consumo a precios asumibles

Calidad a precio accesible



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Aportando soluciones para satisfacer sus necesidades a un consumidor más austero y empobrecido, ganando su confianza y fidelizándolo a futuro

Ser competitivo no implica ser el más barato



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Ofreciendo productos saludables, seguros y de alta calidad

***La seguridad sanitaria y la calidad son
irrenunciables, innegociables***



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Sobrepasando y avanzando por delante de la legislación sobre seguridad sanitaria, calidad y preservación del medio ambiente, como elemento de imagen de marca , diferenciación y competitividad



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Trazabilidad, calidad y seguridad sanitaria

Una condición necesaria

Para poder competir en un mundo global



ESTRATEGIAS DE LAS COOPERATIVAS LÍDERES

Acelerando e intensificando la innovación e investigación en una permanente mejora de la calidad total y de la seguridad sanitaria

En tiempos de crisis se impone más que nunca la apuesta por la innovación, la calidad y la seguridad alimentaria



NUEVOS TIEMPOS=NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

La crisis como destrucción-creadora.

Todo cambio de ciclo ofrece nuevas oportunidades a aquellas cooperativas que con sentido de anticipación, sepan adoptar sus modelos de negocio y sus productos y servicios a un nuevo mundo en el que el crédito será más escaso y los consumidores mas racionales y exigentes en la relación calidad-precio-seguridad alimentaría.



**EL COOPERATIVISMO AGRARIO ES LA
PLATAFORMA DE COOPERACIÓN MÁS
POTENTE PARA SUPERAR LA CRISIS Y
GARANTIZAR EL PROGRESO SOCIAL Y
ECONÓMICO DE LOS AGRICULTORES
EUROPEOS**



**EL FUTURO DE LAS COOPERATIVAS
EUROPEAS**

ES

**EL FUTURO DE LA AGRICULTURA Y
ALIMENTACIÓN EUROPEAS**

CUIDEMOSLAS

