

NOTA DE PRENSA:

29/10/2019

LA FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS DE EUSKADI PARTICIPA EN UN PROYECTO PARA FACILITAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE COOPERATIVAS MEDIANTE ESTRATEGIAS DIGITALES.

La Federación de Cooperativas de Euskadi ha participado en la presentación del proyecto AGROSMARTglobal, organizado por la Asociación Galega de Cooperativas Agroalimentarias (AGACA).

El proyecto contempla, entre otros resultados el establecimiento de relaciones comerciales con China y Estados Unidos y el desarrollo de estrategias de marketing digital, programas formativos y proyectos piloto de internacionalización.

AGROSMARTglobal es un proyecto europeo cofinanciado por el Programa Interreg Sudoe 2014-2020 dentro del eje prioritario de fomentar la competitividad y la internacionalización de las pymes del Sudoeste europeo. Cuenta con un presupuesto total de 1.598.000,00 € y está cofinanciado, en un 75% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Busca el perfeccionamiento de la internacionalización digital en las cooperativas mediante el fortalecimiento de alianzas empresariales con China y Estados Unidos y mediante la intercooperación entre las entidades participantes.

Las diez regiones del espacio europeo SUDOE que abarca el proyecto son: en España: Galicia, Castilla-La Mancha, País Vasco y La Rioja; en Francia: Nueva Aquitania y en Portugal: Norte, Algarve, Centro, Lisboa y Alentejo.

Las principales actividades de AGROSMARTglobal, que finaliza en septiembre de 2022, se desarrollarán en torno a tres vertientes. Por un lado, se potenciará la capacidad de diferenciación de los productos de las cooperativas agroalimentarias y se tratará de definir medidas para proteger y promover las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y las Denominaciones de Origen (DOP) en los mercados digitales.

Por otro lado, se crearán servicios de apoyo a la internacionalización digital, a través de una plataforma online donde acceder a herramientas TIC y servicios de consultoría. También trabajará con las cooperativas desarrollar estrategias de marketing digital para introducir y posicionar sus productos en plataformas de comercio digital B2B y desarrollar misiones comerciales a China y Estados Unidos donde establecer lazos empresariales.

Finalmente, se diseñará un programa formativo multidisciplinar y una red de networking e intercooperación entre las cooperativas participantes en el proyecto, así como con entidades de los mercados de destino.

José Montes, presidente de AGACA destacó el impacto social del proyecto: “Nos enfrentamos al mayor cambio visto en materia de ventas en mercados locales e internacionales, las nuevas tecnologías democratizan el acceso a alimentos de calidad y las cooperativas deben estar ahí para acercar ese valor a nuestros pueblos y zonas rurales y que el valor no se quede en intermediarios.”

El conselleiro de Economía, Emprego e Industria, Francisco Conde, afirmou: “Hay que competir en un mundo más global y este proyecto pone de manifiesto la importancia de colaborar. Desde el gobierno de Galicia tengo que trasladar la enhorabuena y el reconocimiento a como las cooperativas quieren liderar este proceso de internacionalización digital. Crear pactos para compartir y sumar juntos es la vocación con la que estamos aquí y con la queremos trabajar los próximos 36 meses.”

Partenariado del proyecto AGROSMARTglobal

Durante la jornada de presentación del AGROSMARTglobal, se realizó además una presentación de las entidades que desarrollarán el proyecto.

Fernando Aparicio, gerente de AMVOS, una de las entidades del partenariado de AGROSMARTglobal, explicó algunas de las estrategias de marketing digital para la internacionalización de productos agroalimentarios que perseguirá AGROSMARTglobal, apoyando a las cooperativas para su inserción en plataformas de comercio electrónico: “Quien más probabilidades de hacerlo con beneficio es el que tiene el producto, porque llega al consumidor con menos intermediarios y por tanto mayor porcentaje de ganancia.”

Durante el panel titulado Cooperación para la promoción y expansión de las cooperativas agroalimentarias del espacio SUDOE en los mercados internacionales digitales se presentaron las agrupaciones de cooperativas que participan en el proyecto:

- CONFAGRI (Portugal) agrupa entidades representativas de diferentes sectores productivos además de proporcionar formación.
- Coop de France Nouvelle Aquitaine (Francia) promueve diferentes sellos relacionados tanto con estándares de calidad en la producción de alimentos como de responsabilidad social empresarial de las cooperativas, tales como el sello Agriconfiance.
- Federación de Cooperativas de Euskadi apuntó que los retos que enfrentan sus asociadas, que podrían reducirse a través de la cooperación internacional, se encuentran las políticas arancelarias y el transporte de determinados productos.
- Cooperativas Agro-alimentarias de Castilla-La Mancha, por su parte, indicó que un proyecto que promueva el uso de nuevas tecnologías para la comercialización llega en un momento propicio para su región. Las cooperativas suponen en Castilla La- Mancha más del 41% del valor total de la producción agraria. De cada 100 euros que se mueven a nivel económico en el sector agroalimentario de la región, 42 salen de la aportación que las mismas cooperativas hacen a ese valor de la producción agraria. De esta manera, queremos apoyar e impulsar el desarrollo comercial e internacional de nuestras cooperativas ya que Castilla-La Mancha es la región de toda España con menos densidad de población y esto sería un elemento clave para la sostenibilidad del medio rural.

En el panel Ventajas competitivas para la comercialización de los productos agroalimentarios cooperativos: calidad, diferenciación y posicionamiento intervinieron:

- La Cámara de Comercio de Bayonne (Francia) argumentó a favor de la internacionalización digital, pues el consumidor actual está en Internet y es necesario salir a su encuentro por lo que es necesario incentivar la adopción de una cultura web en las cooperativas.

- La Cámara de Comercio de La Rioja indicó que mediante agrupándose e integrándose las cooperativas pueden crecer en visibilidad e intercambiar habilidades y conocimientos, incluso en el caso de aquellas especializadas en una fase concreta de la cadena de valor.

- AREPO (Francia) se identifica como un lobby francés de regiones y asociaciones de productores que trata con productos de origen con certificado de calidad. Parte de su trabajo se centra en la protección de las IGP en Internet, puesto que, como apuntan, en la actualidad cualquier empresa privada puede adquirir un dominio con el nombre de una identidad geográfica protegida o denominación de origen.

- Universidade de Tras-os-Montes e Alto Douro (Portugal) se centró en la importancia del embalaje para atraer al consumidor. Se prefieren los que indican valores éticos, cualidades saludables del alimento, apelan al bienestar, destacan que los productos son “libres de” y los llamados clean labels