

[EL PAPEL DE LAS COOPERATIVAS]

Recetas para combatir la crisis

Al frente de los 14.000 socios de la Sociedad Cooperativa Andaluza el Valle de Los Pedroches (COVAP), Tomás Aránguez, ha aprovechado la clausura de las XV Jornadas Técnicas, dedicadas al nuevo modelo agrario, que ha instituido esta organización a finales de marzo en Pozoblanco (Córdoba) para lanzar unas recomendaciones de cómo encauzar los malos momentos del sector. De su discurso entresacamos los momentos más interesantes de cara a nuestros lectores.

Tomás Aránguez

Presidente de COVAP



I niciábamos estas Jornadas en septiembre de 1993 con un tema que en aquel momento originaba una gran inquietud en nuestro colectivo social. Me refiero a la aplicación de las cuotas lácteas. Mientras un grupo de socios no era partidario de comprar cuota, argumentando que la Administración las regalaría o no las aplicaría, otro importante núcleo de ganaderos se decidieron por adquirir y comprar cuota.

Es evidente que mirando retrospectivamente al pasado, no cabe la menor duda que el tiempo ha dado la razón a estos últimos. Los ganaderos que en su momento compraron cuota han avanzado en su capacidad de producción, en la modernización de sus instalaciones, en la calidad del producto que entregan, y a fin de cuentas han mejorado su explotación, su negocio y han alcanzado una estabilidad económica, social y familiar infinitamente mayor que aquellos otros que han tenido que ir recorriendo caminos tortuosos, para dar salida a su producción. Al igual que en el día de hoy, también nos acompañó el Sr. Lamo de Espinosa, coordinando en aquel tiempo la sesión dedicada en este tema.

Radiografía de la situación

Traigo a colación este hecho, porque en estos momentos nos encontramos ante otra gran encrucijada en el sector agrario. Ello viene a significar que la vida del ser humano se desenvuelve siempre en la duda, en la incertidumbre, en la necesidad de elegir y consiguientemente en la obligatoriedad de tener que tomar decisiones.

Actualmente el sector ganadero vive unos momentos muy difíciles. En el último año nos ha afectado la enfermedad de la Lengua Azul, la subida a niveles insospechados del precio de las materias primas para la alimentación animal, la continua escalada del precio de la energía, el descenso de precios en los productos que vendemos (cordero, ternero y cerdo Ibérico), y una tremenda convulsión en el vacuno de leche, con elevaciones de precio de más del 50% en el último semestre del año 2007 y previsiblemente bajadas de importante magnitud en el primer semestre de 2008.

Como es lógico a este cúmulo de circunstancias negativas y de inestabilidad para el sector ganadero, se une la cíclica sequía, que no hace sino agravar la delicada situación que vivimos, causando un sobrecoste en la alimentación animal, al no disponer de los recursos naturales (hierba), tan indispensables en el aprovechamiento de la dehesa.

La hora de actuar

¿Y qué hacemos ante este panorama? Pues además de lamentarnos y solicitar apoyo de la Administración, tenemos que ponernos a trabajar en la búsqueda de soluciones a nuestros problemas.

Los que desempeñamos puestos directivos, porque así lo han decidido otros, tenemos la obligación de ayudar a los demás, luchar en defensa de los intereses de nuestros asociados y de no dejarnos abatir por el desánimo, el pesimismo o la fatalidad. Es nuestro compromiso ilusionar a nuestra gente,





trasladarles ideas de posibles soluciones y en resumidas cuentas liderar los proyectos en los que estamos inmersos.

Uno de los puntos fundamentales que en COVAP hemos ido asentando, ha sido el de considerar al consumidor como el centro, alrededor del cual gira nuestra actividad. Nuestro socio produce lo que le demanda el cliente y organiza todo su trabajo en torno a este principio. Conociendo lo que se nos solicita descendemos desde ese punto por toda la cadena alimentaria (distribución, industria, producción) y de esa forma estamos todos incardinados en la misma diná-

debe hacer aquello que esta necesita y le solicita.

De la misma manera que cuando él es un consumidor, quiere que lo que compre esté hecho pensando en él. A veces desde nuestros propios estamentos societarios se nos dirigen voces indicando que la cooperativa ya no es lo que era. Habría que preguntarse qué es lo que se echa en falta. Hay que manifestar que afortunadamente así es. Sería absurdo que trascurrido veinte años nos hubiéramos mantenido como estábamos.

Que mire cada uno en su familia, en su negocio, en el país y en el mundo y observe la evolución que se ha producido y comprobará



Uno de los puntos fundamentales que en COVAP hemos ido asentando ha sido el de considerar al consumidor como el centro, alrededor del cual gira nuestra actividad

mica y el socio participa en todo el proceso desde la producción hasta la comercialización final.

Cuando escucho a veces, no sólo en el mundo cooperativo, que hay que priorizar la problemática del ganadero, menoscandando la atención debida a las necesidades de los consumidores, creo que no se construye futuro. El surco en el barbecho no se hace mirando delante del tractor, sino dirigiendo la vista hacia el horizonte, sabiendo hacia donde hay que ir y organizando el viaje para sortear los obstáculos que surjan en el trayecto. Hay que ayudar al ganadero, haciéndole comprender que es un servidor de la sociedad y que

los cambios que se han registrado. ¿Vivimos de añoranzas o de realidad? De la misma forma, sería preocupante que el proyecto futuro de la Cooperativa nos reflejara en el año 2012, la misma imagen que tenemos hoy.

Adaptarse al mundo cambiante en que vivimos es una obligación que tenemos todas las organizaciones y para ello, además de invertir en mejorar y ampliar nuestras instalaciones, hemos de incidir en todo lo relacionado con la investigación de nuevos productos y presentaciones y su puesta en el mercado y en formar y preparar a nuestros ganaderos para dar respuesta a las necesidades de la sociedad.

Ven y ocupa tu lugar

Salamanca,
6 al 11 de septiembre 2008



25 Feria Internacional Agropecuaria de Castilla y León
20 Exposición Internacional de Ganado Puro

RESERVA DE ESPACIOS

Institución Ferial de Salamanca
Ctra. Ciudad Rodrigo Km. 6.200 (recinto ferial)
37192 Salamanca
Tel. 923 278 323 • Fax 923 278 324
e-mail: info@feriadesalamanca.es



Crisis alimentaria

Un segundo punto importante que hemos ido abordando en COVAP es que hemos avanzado paulatinamente, pero sin descanso en los procesos de industrialización y comercialización de nuestras producciones. Con independencia de las inversiones necesarias para desarrollar estos proyectos, es preciso crear en las empresas la cultura empresarial necesaria para posicionarse en esta línea de trabajo.

Frecuentemente hablamos todos, incluida la Administración y la propia organización cooperativa, sobre la conveniencia de abordar por parte de las cooperativas las fases de industrialización y comercialización. Con un colectivo como el que existe en nuestro país de miles de cooperativas de dimensión pequeña, con una media de facturación de 3MM €, es inadecuado trasladar este objetivo a empresas, que no tienen

recursos para afrontarlo y carecen de mentalidad para ponerlos en marcha.

Con el respeto debido a nuestra organización cooperativa (CCAE) y a la persona de su presidente que nos acompaña en este acto, en mi opinión deberíamos dirigir a nuestras cooperativas otro mensaje, orientado a que estos grupos se integren o se alíen en otras empresas, cooperativas o no, de cara a comercializar sus productos y asegurar la renta de sus socios.

Un gran número de cooperativas solo podrán realizar labores de recoger el producto de sus socios y venderlo en común a otra empresa, pero no reunirán condiciones para proceder a su transformación industrial y a su posterior comercialización directa a la distribución. Sin embargo, la posibilidad de establecer acuerdos e incluso de participar en el capital de otras empresas, cooperativas o no, les puede permitir integrarse en organizaciones que



COVAP marca pautas

Así en ovino, vacuno de carne y cerdo Ibérico, la cooperativa ha respetado y cumplido sus compromisos con sus socios y en momentos difíciles, como los que conocemos actualmente, la presencia de COVAP en el mercado ha contribuido no solo a ayudar a sus socios, sino también a todos los que no entregan su producción aquí. Si la Cooperativa no desarrollara esta labor, muchos ganaderos vivirían ahora una situación mu-



Pero es en el vacuno de leche, donde este liderazgo se manifiesta con mayor intensidad. Gracias a la alianza con el grupo vasco Iparlat, para constituir Lactiber, que es el interproveedor de leche de Mercadona, somos hoy el referente del sector

cho más grave de la que padecen en estos momentos.

Hemos aguantado precios en circunstancias comprometidas, en cerdo Ibéri-

co, cordero, etc. Hemos intervenido en el mercado liderando situaciones de riesgo (BSE) y poco a poco los ganaderos reticentes se van incorporando a COVAP, huyendo del individualismo característico de nuestro sector. La cooperativa no ha dejado nunca un impagado. Asusta, en este sentido la realidad que a veces vamos conociendo de lo que ocurre en el sector, en relación a impagados producidos a los ganaderos.

Pero es en el vacuno de leche, donde este liderazgo se manifiesta con mayor intensidad. Gracias a la alianza con el grupo vasco Iparlat, para constituir Lactiber, que es el interproveedor de leche de Mercadona, somos hoy el referente del sector. Cuando en el otoño de 2007, el precio de la leche en origen se disparó al alza, algunos ganaderos nos acusaban de que en otros grupos se cobraba algo más. En alguna zona del país otras industrias nos arrebataron, gana-





les comercialicen sus producciones y al mismo tiempo posibiliten su incorporación al mercado y orienten su actividad en esta dirección.

Acceder de una manera directa a esta fase de industrializar y comercializar va a estar restringido a empresas que reúnan cierta dimensión y sobre todo que estén mentalizadas hacia este objetivo. Este posicionamiento condicionará no solo los recursos económicos y financieros del grupo, sino también su estructura de pensamiento y su filosofía de actuación.

En nuestra cooperativa podemos decir, sin ánimo de presunción, que nos encontramos hoy en día entre este grupo de empresas que orientan su producción en función de la demanda de sus clientes y que están preparadas, como colectivo para dar respuesta a esa demanda. Es más, yo diría que hemos alcanzado posiciones de liderazgo en algunas actividades a nivel nacional.



Acceder de una manera directa a esta fase de industrializar y comercializar va a estar restringido a empresas que reúnan cierta dimensión y sobre todo que estén mentalizadas hacia este objetivo

El ser líderes implica marcar las pautas y señalar el camino a los demás, no solo por ser grande, sino también por tener un proyecto de trabajo claro de hacia donde se quiere ir asumir el compromiso de su realización y trasladar este mensaje a la sociedad. Asimismo, ese liderazgo también nos condiciona a tomar determinadas decisiones en el sector productor de cara a su defensa y mejor organización. •

deros o cooperativas que nos entregaban leche.

Tengo que decir que el precio medio pagado por Iparlat y COVAP fue siempre superior al resto de empresas, aunque en determinadas situaciones coyunturales, algunas empresas en momentos puntuales quisieran crear inestabilidad en nuestras organizaciones, ofreciendo lo que no han cumplido posteriormente.

Pero es en estos momentos, invierno y primavera de 2008, cuando verdaderamente se evidencia nuestro liderazgo. Hemos mejorado nuestras líneas industriales, la presentación de nuestros productos, hemos incorporado otros nuevos en el lineal de la distribución, crecemos a ritmos superiores al 20% y nuestros stocks de producción en almacenes son exclusivamente los imprescindibles para atender la normativa sanitaria vigente.

No dejar de emprender por temor al fracaso

Sin embargo, ese liderazgo se ha evidenciado de una manera mucho más patente en el sector productor. Cuando la totalidad de las industrias

del sector han comunicado descensos de precios a los productores para febrero, marzo y meses sucesivos (en algunos casos se ha pagado la leche al ganadero el equivalente a 40 ptas. el litro), COVAP e Iparlat hemos mantenido los precios en el campo y hemos adquirido un compromiso de no bajar la leche en origen por debajo de los 0,42 € a nuestros socios.



En COVAP hemos avanzado paulatinamente pero sin descanso en los procesos de industrialización y comercialización de nuestras producciones

En mi opinión esto significa ser líderes y sobretodo apoyar al ganadero, ayudando a resolver sus problemas y darle estabilidad de cara al futuro. Llorar con el ganadero, lamentarse de la situación que hay, está al alcance de cualquiera. Por el contrario desarrollar actuaciones en esta línea que nosotros venimos haciendo es más

dura, pero da a la larga resultados positivos. Como en muchas ocasiones he repetido, el mayor error que se puede cometer en el mundo empresarial es el de no hacer nada por temor al fracaso. El pecado de omisión conduce a las empresas a desaparecer y ser superados por las que actúan. Es evidente que cuando se hace algo, uno se puede equivocar, pero lo normal es que se acierte. Cuando no se hace nada, la equivocación es total.

El verdadero servicio al socio, la resolución de sus problemas vendrá por este camino y no por la vía de compadecernos con él y estar permanentemente reclamando a la Administración que nos resuelva nuestras ineficiencias. Los responsables de resolver nuestros problemas somos nosotros mismos y no podemos delegar en nadie esta responsabilidad. Acciones como la que hemos emprendido conjuntamente Iparlat, COVAP y Mercadona, son las que aseguran la permanencia del ganadero en su explotación, permiten la continuidad de los jóvenes y crean un adecuado equilibrio territorial, permitiendo que las personas puedan vivir con dignidad en la tierra que les ha visto nacer. Este es un claro ejemplo de Desarrollo Rural Integral.