



P(09)4743:2

**Perfil de los ganadores del "Premio europeo a la innovación cooperativa" 2009
y de sus proyectos innovadores**

Categoría	Nombre de la Cooperativa	Sector	
Procesos alimentarios	FEIRACO S.C.G. (España)	Produc-tos lácteos	<p><u>Perfil:</u></p> <p>Feiraco es una de las principales centrales lecheras en activo en el mercado español. Produce una variedad de productos tanto tradicionales como novedosos, desde la leche fresca a los productos lácteos, yogures y quesos.</p> <p><u>El problema:</u></p> <p>Los agricultores, al igual que sus cooperativas, deben afrontar el problema del bajo nivel de precios al productor, por lo que les quedan márgenes mínimos, si quedan. Esta situación se agrava aún más para los productos alimenticios comercializados como materias primas, es decir, productos homogéneos sin rasgos distintivos.</p> <p>Por consiguiente, la diferenciación de los productos es de una gran importancia para poder acceder a mayores márgenes de beneficios, lo cual puede conseguirse añadiéndole valor al producto, de manera que corresponda a la demanda de los consumidores.</p> <p>Para desarrollar nuevos productos con mayor valor añadido, en la elaboración de productos alimenticios, en la práctica se dispone de dos opciones: invertir en maquinaria de transformación o en la constitución de marcas y en comunicación (si se opta por una estrategia de comercialización más ofensiva).</p> <p>Por consiguiente, es todo un reto para una lechería desarrollar un sistema totalmente nuevo de composición de los piensos, de la producción y de los métodos de alimentación, que a su vez produzca un tipo de leche con diferentes características. Este método tan complejo que, basado en un amplio abanico de conocimientos, introduce una gran innovación, a través de toda una serie de micro innovaciones, ha sido una respuesta a las nuevas preocupaciones de los consumidores, que demandan métodos de producción alimenticia más "naturales"/menos artificiales.</p> <p><u>Innovación:</u></p> <p>FEIRACO S.C.G. ha aportado novedades particularmente importantes tanto a las técnicas de producción de piensos, como a los métodos de alimentación animal. El objetivo empresarial de este enfoque es diferenciar, de manera natural, uno de los productos más importantes: la leche. Dicha diferenciación es necesaria con el fin de constituir una identidad de marca propia y, en última instancia, para pedir una proporción en aumento en la cadena de valor del precio que pagan los consumidores.</p>

Categoría	Nombre de la Cooperativa	Sector	
<p>Procesos alimentarios</p> <p><i>"Premio especial al mérito"</i></p>	<p>COSELVA S.C.C.L.</p> <p>(España)</p>	<p>Aceite de oliva, frutos secos, Avellanas</p>	<p><u>Perfil:</u></p> <p>COSELVA es una cooperativa que cuenta con raíces históricas profundas en el desarrollo agrícola de su comunidad rural. A lo largo de este periodo, desde que se creó, COSELVA se ha adaptado a las diferentes circunstancias, actividades y estructuras. En la actualidad se centra en la producción y comercialización de avellanas, frutos secos y aceite de oliva, a la par que proporciona insumos, suministros y crédito a sus socios.</p> <p>Coselva es una pequeña cooperativa que proporciona empleo a 80 personas y que el año pasado facturó 21 millones de euros.</p> <p><u>El problema:</u></p> <p>COSELVA compite en el segmento internacional del mercado de los frutos secos (avellanas), en el que debe afrontar una fuerte competencia de las grandes multinacionales (p.e. Nestlé).</p> <p>Con el fin de mejorar su posición competitiva y expandirse en nuevos segmentos del mercado internacional, era imperativo mejorar la calidad de su pasta de avellanas y otros productos derivados de la avellana (apuntando así a la gran industria internacional del chocolate).</p> <p>La tecnología existente no permitía alcanzar estos objetivos, por lo que COSELVA decidió dedicar importantes esfuerzos al desarrollo de sus propias soluciones tecnológicas.</p> <p><u>Innovación:</u></p> <p>COSELVA ha desarrollado un sistema a medida (equipamiento y métodos de transformación) para descascarillar las avellanas. Con la introducción de este nuevo método de producción inventado por la cooperativa y específicamente adaptado a la misma, COSELVA será capaz de apoyar su objetivo de diferenciación del producto. Esta estrategia tiene el objetivo de mejorar la calidad de sus productos, así como mejorar la eficacia de la transformación, lo cual redundará en una mejora de la comercialización y de los resultados económicos.</p>

Categoría	Nombre de la Cooperativa	Sector	
Procesos no alimentarios	<p style="text-align: center;">CANTINA PRODUTTORI CORMONS s.c.a.</p> <p style="text-align: center;">(Italia)</p>	Viticultura /Vino	<p><u>Perfil:</u></p> <p>Cantina Produttori Cormòns se fundó a finales de la década de los sesenta para hacerse cargo de la tradición vitícola centenaria de la región. Los miembros fundadores concibieron una forma única de reunir la tradición con los métodos modernos de producción de vinos y el desarrollo de la comunidad local.</p> <p><u>El problema:</u></p> <p>Crear una identidad, perfil y reconocimiento distintos para el vino ha sido, durante mucho tiempo, voluntad de los productores de vino del mundo entero.</p> <p>Las características locales de la producción de vino de esta región, relacionadas con la naturaleza, la historia, la cultura y la tradición, se han asociado a menudo con las virtudes de tipos particulares de vino.</p> <p>Por consiguiente, el reto consistía en concebir la forma de presentar las características tan intrínsecas del producto, de manera que atrajese la atención de los consumidores y de amantes del vino bien informados.</p> <p>Es aún mayor reto combinar estos elementos de la tradición, con las características de las nuevas tecnologías que satisfacen igualmente las necesidades de los consumidores de seguridad, conveniencia y versatilidad.</p> <p><u>Innovación:</u></p> <p>La CANTINA PRODUTORI CORMONS ha emprendido una serie de actividades innovadoras relacionadas con la producción, la transformación y la comercialización del vino. Estos ejemplos son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - el vino de la paz, creado a partir de una viña única es una colección única de (500) variedades de vino del mundo entero. - articulación de la creación artística local en la producción vitícola (comercialización y comunicación), - El premio mundial Guinness a la mayor botella de vino, y por último <ul style="list-style-type: none"> - la patente mundial a la botella de vino de una sola copa, apropiada para ser consumida en el sector del autoservicio <p>CORMONS ha sido premiada con el premio en la categoría "Producciones no alimentarias" gracias a la naturaleza integradora de dichas innovaciones en diferentes partes y fases de la cadena de producción y comercialización del vino.</p>

Categoría	Nombre de la Cooperativa	Sector	
Medio ambiente	<p style="text-align: center;">Badischer Winzerkeller eG</p> <p style="text-align: center;">(Alemania)</p>	Viticultura /Vino	<p><u>Perfil:</u></p> <p>BADISCHER WINZERKELLER se estableció en 1952, con la creación de una bodega grande y moderna, que con el tiempo ha pasado a ser una de las más productivas del país. La estrategia a largo plazo de la cooperativa se basa en el equilibrio entre la tradición y la adopción de técnicas punteras, con el objetivo de elaborar vinos que cumplan con las expectativas más exigentes de los consumidores de vino.</p> <p><u>El problema:</u></p> <p>Los agricultores tienen especial interés en promover la sostenibilidad de los ecosistemas de los que sus explotaciones/viñas constituyen un elemento indispensable.</p> <p>Aparte de utilizar técnicas de producción respetuosas del medio ambiente a nivel de la explotación, los productores cooperativistas aplican también a nivel de la transformación otros métodos alternativos para promover el carácter sostenible de sus operaciones, dentro de la cadena alimentaria.</p> <p>Las actuales soluciones tecnológicas de producción sostenible de energía a partir de recursos renovables están adoptándose cada vez más y son adaptadas al nivel de la explotación y de la transformación agroindustrial.</p> <p>Los viticultores cooperativistas han podido sacar provecho de su escala colectiva para invertir en esas tecnologías de energía renovable, para contribuir así a la sostenibilidad del ecosistema, a la vez que se benefician de los importantes ingresos que les reporta.</p> <p><u>Innovación:</u></p> <p>BADISCHER WINZERKELLER ha desarrollado iniciativas innovadoras para mejorar la sostenibilidad de la producción de vinos y los métodos de comercialización y comunicación.</p> <p>Ha instalado un gran panel de energía solar encima del tejado de las bodegas, con un doble objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mejorar la huella energética de la cooperativa (contribución positiva a la sostenibilidad ambiental) -Beneficiarse de los ingresos financieros que proporciona, al funcionar como proveedor neto de energía de la red energética general.

Categoría	Nombre de la Cooperativa	Sector	
Iniciativa empresarial cooperativa/Servicios a los socios	<p style="text-align: center;">CARNES OVIARAGON S.C.L.</p> <p style="text-align: center;">(España)</p>	Carne	<p><u>Perfil:</u></p> <p>El Grupo Pastores se creó hace 25 años, por 25 productores de ovinos de la región de Aragón, España. Desde entonces, se ha convertido en la cooperativa líder del sector ovino en España. En la actualidad cuenta con 1300 socios y está organizado en toda una serie de empresas integradas verticalmente.</p> <p><u>El problema:</u></p> <p>El sector de la carne de ovino es, en Europa, un sector dotado de una estructura tradicional y limitada, que va por detrás de otros sectores de producción intensiva (porcino, avicultura), en cuanto a producción, transformación y métodos de comercialización.</p> <p>A pesar de que aumente continuamente el consumo de carne roja, esos productos se preparan principalmente a partir de otros tipos de carne, en lugar de la ovino.</p> <p>La carne de ovino se considera y se comercializa, ya sea como materia prima en segmentos de mercado de poco alcance o como productos de primera calidad, en ciertos segmentos de nicho.</p> <p>Para poder penetrar en un segmento de mercado más amplio, el sector de la carne de ovino debe adoptar las técnicas de transformación, preparación, distribución y comercialización que se aplican en otros segmentos de producción de carne.</p> <p><u>Innovación:</u></p> <p>CARNES OVIARAGON ha iniciado una serie de acciones innovadoras con el fin de mejorar, de múltiples maneras, los servicios proporcionados a sus socios y en las diferentes fases de la producción cárnica.</p> <p>Este proyecto de innovación demuestra cómo responder eficazmente a las exigencias de los consumidores en una categoría alimentaria que se caracteriza por deficiencias estructurales y que también debe hacer frente a muchas restricciones.</p> <p>Carnes Oviaragon ha iniciado a sus socios en técnicas innovadoras de cría de los animales, así como en métodos novedosos de transformación de la carne, mejorando así la eficiencia a través de toda la cadena de operaciones.</p> <p>Como resultado directo de estas innovaciones, Carnes Oviaragon ha conseguido mejorar la eficiencia de su proceso de transformación, aplicar normas estrictas de seguridad alimentaria y elaborar nuevos productos listos para ser cocinados.</p> <p>El resultado global de este enfoque innovador le ha permitido a Carnes Oviaragon expandir sus transacciones con los socios y llegar a nuevos mercados y nuevos segmentos de mercados.</p>

Categoría	Nombre de la Cooperativa	Sector	
Cadena alimentaria	The Greenery U.A. (Países Bajos)	Horticultura	<p><u>Perfil:</u></p> <p>The Greenery es una cooperativa hortícola orientada al mercado, propiedad de 1.250 socios, y una de las principales sociedades de Europa en el sector de las hortalizas, las frutas y los champiñones.</p> <p><u>El problema:</u></p> <p>La distribución alimentaria y los proveedores de servicios alimenticios deben luchar actualmente para cumplir un sinnúmero de normas técnicas relacionadas con la seguridad alimentaria. En particular, la supervisión de diferentes LMR (Límites Máximos de Residuos de productos fitosanitarios) para cientos de productos frescos de muy corta duración de vida y ciclo de distribución, supone riesgo, una verdadera carga y costes.</p> <p>Los eventuales errores pueden tener implicaciones desastrosas para los distribuidores y sus proveedores.</p> <p>Por esta razón, los distribuidores dependen principalmente de las inspecciones y controles externos para asegurarse de que sus proveedores cumplen estrictamente las normas.</p> <p>Por consiguiente, un proveedor que pueda afrontar de manera eficaz este reto ganaría en credibilidad y mejoraría su posición en la cadena alimentaria.</p> <p><u>Innovación:</u></p> <p>THE GREENERY ha introducido una forma eficaz de mejorar el rendimiento de la cooperativa, en colaboración con otros socios de la cadena alimentaria. Este proyecto demuestra cómo las cooperativas, en estrecha colaboración con sus socios y otros asociados en la cadena alimentaria, pueden innovar y mejorar su eficacia con el objetivo final de mejorar su competitividad.</p> <p>Concretamente, en colaboración con sus socios y sus clientes, The Greenery ha desarrollado un sistema informativo, a partir de una base de datos en Internet que va supervisando continuamente los LMR (Límites Máximos de Residuos) de todos los productos a lo largo de todas las fases de distribución.</p> <p>El sistema reporta beneficios a los clientes (distribución) al garantizar y demostrar continuamente que el producto portador del logotipo The Greenery es seguro y conforme con las normas más elevadas de seguridad alimentaria.</p> <p>Y aparte del aspecto técnico, esta estrecha colaboración con los asociados en la cadena alimentaria resulta de una importancia estratégica para que The Greenery pueda promocionar su perfil como proveedor clave de productos alimenticios, y particularmente de hortalizas, a los principales distribuidores europeos.</p>