

VI CONGRESO DE COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS DE ANDALUCÍA

Juan Rafael Leal Rubio. Presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía

“El campo quiere una estrategia clara del agua, no eslóganes políticos”

Agua, digitalización, relevo generacional y consumidor centran las temáticas del VI Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía que se celebra esta semana en Córdoba

CON dos años de retraso por la crisis sanitaria del Covid-19, el cooperativismo agroalimentario andaluz vuelve a reunirse para debatir y reflexionar sobre los desafíos del presente y los retos futuros en el VI Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía. Una cita ineludible para el sector, en opinión del presidente de la federación, Juan Rafael Leal Rubio.

–¿Qué expectativas tienen de este congreso?

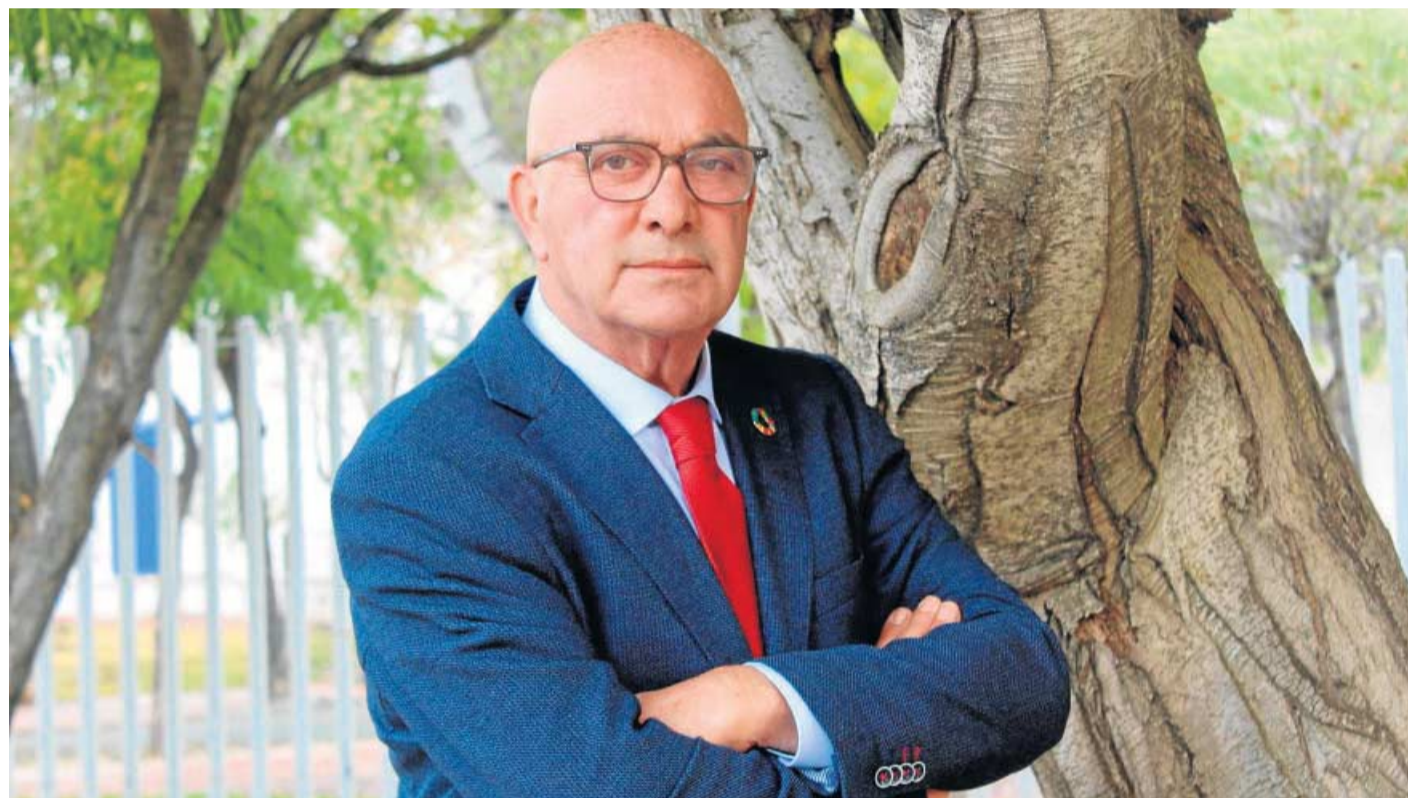
–Los congresos son siempre una cita clave para nuestras 650 cooperativas. Es de las pocas ocasiones en las que todas las provincias y sectores, desde el olivar, las frutas y las hortalizas, las producciones ganaderas o los herbáceos, podemos compartir inquietudes y plantear soluciones. Esta ocasión, además, es singular por las implicaciones que ha tenido la pandemia del Covid-19 en nuestro día a día, así como los posteriores conflictos geopolíticos y su efecto económico y comercial, como la guerra en Ucrania, en nuestra actividad. Creo por eso que este VI Congreso es un foro ambicioso desde su propio lema: ‘Juntos cultivamos el futuro’. Si bien es cierto que la unión es nuestro factor diferencial de manera histórica, creo que debemos destacar el impacto que tiene esa forma social de trabajar en el crecimiento de nuestro entorno.

–¿Qué temas estratégicos se van a abordar?

–Hemos diseñado un programa con una visión muy empresarial, pero con dos líneas muy diferenciadas. Por un lado, contamos con expertos en digitalización, inteligencia artificial, gestión hídrica y macroeconomía que nos van a dar una perspectiva exterior de hacia dónde deben ir nuestras cooperativas, que no dejan de ser empresas, para adaptarse a las nuevas tendencias. Por otro, hemos preparado varias mesas de experiencia donde una docena de cooperativas socias que representan más del 40% de nuestra facturación van a exponer sus estrategias en materia de innovación como herramienta para atraer al consumidor, marca y mercados. También habrá espacio para reflexionar sobre el anhelado relevo generacional y el futuro de la Política Agraria Común, una vez finalice en 2027 este marco tan dañino para Andalucía.

–¿Cuáles son los retos que debe abordar con urgencia el sector agroalimentario?

–El agua o, más bien, la que no tenemos. Acumulamos más de cinco años con una



pluviometría deficiente y unas temperaturas que nos aproximan a convertirnos en un paisaje desértico. A Andalucía le urgen muchas inversiones en materia hídrica para el campo y para el bienestar de la ciudadanía. Nuestros gobiernos deben repensar el sistema y articular las herramientas necesarias, pero no hablo de parches o de ingeniería propagandística que nos calman momentáneamente la sed. Queremos infraestructuras que garanticen una gestión eficiente del agua, no eslóganes políticos. El campo y la sociedad se merecen planes e inversiones que zarandeen el actual sistema hidrológico, que nos conviertan en el Silicon Valley del agua. También nos urgen abordar los precios en origen. Necesitamos una cadena de valor justa para el sector productor, para el campo. Si nuestras explotaciones no son rentables por sí solas, difícilmente serán sostenibles en el tiempo y mucho menos en cuestiones medioambientales, con el consecuente efecto que tendrá en la supervivencia de las zonas rurales.

–¿Y en el modelo cooperativo?

–Tenemos que abordar con más ahínco la integración cooperativa. Sin dimensión empresarial no contamos con elementos de presión suficientes hacia el resto de eslabones de la cadena y, sobre todo, no podremos seguir avanzando en

el mapamundi. No podemos olvidar nuestra naturaleza exportadora. La internacionalización requiere de estructuras empresariales sólidas y de un modelo profesionalizado capaz de retener talento. Por tanto, tenemos que ser coherentes con nuestra condición de cooperativistas, fomentar la colaboración y la unión de nuestras empresas, y seguir el ejemplo de algunas entidades que además de fusionarse e integrarse proponen otras formas de actuación como la comercialización conjunta o el establecimiento de alianzas en materia de innovación.

–¿Cree que el consumidor sabe valorar lo que hay detrás de la etiqueta de los productos cooperativos?

–Todavía no. Estamos a años luz de que el consumidor vaya a un lineal buscando un producto que sea de cooperativa. Debemos hacer autocrítica: no hemos sabido transmitir el valor de nuestras producciones, no me refiero sólo al económico, donde la distribución tiene un papel dominante, también al social y al medioambiental. Tenemos que reforzar la imagen del cooperativismo y explicarle de forma clara a la gente, incluso a nuestros representantes políticos, que detrás de una empresa cooperativa está el trabajo y el futuro de muchas familias, en Andalucía más de 290.000.

CON SEDE EN CÓRDOBA

Córdoba es la ciudad que acoge desde mañana, hasta el jueves, el VI Congreso de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía. Bajo el lema ‘Juntos cultivamos el futuro’, más de 600 profesionales del sector agroalimentario y del cooperativismo andaluz debatirán y reflexionarán sobre digitalización, gestión hídrica, impacto social, relevo generacional, valor añadido o la Política Agraria Común, entre otros asuntos. La cita se celebra en el Palacio de Congresos de Córdoba y cuenta con el respaldo de la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía a través de la línea 2 de Difusión y Promoción de la Economía Social del Programa de Apoyo a la Promoción y el Desarrollo de la Economía Social para el Empleo.