



Más de 100 años de
Alimentación Natural

El Agricultor frente al mercado Mundial

Pamplona, 5 de noviembre de 2014.

Historia

El pequeño agricultor, al frente de una explotación familiar, siempre ha tenido muy complicado defenderse en solitario en los mercados. La unión, la agrupación,

- **1902-03.** Primeras **cooperativas agrarias locales**, en cada pueblo, hoy conocidas como Cooperativas de primer grado. Algunas una sólida realidad: Artajona (1903).
 - Acceder a créditos que no fueran de usura: 100% contra mercancía, siempre +25%.
 - Capacidad roturar tierras.
 - Compra aperos.
 - Compra insumos.
 - Concentrar demanda
 - Fertilizantes.
- **1910. Federación de Cooperativas.** Objetivos fundacionales de la Federación:
 - Agrupar la demanda para la compra conjunta de abonos.
 - Acceso directo a fabricantes para bajar precios.
 - Planteamiento de dotarse de fábrica de abonos.
 - Agrupar la oferta.
 - Comercializar con garantías la producción de los socios.
 - Tener más capacidad crédito.

Hasta mitades del pasado siglo se trabajó con esas premisas con las centrales de compras para dotarse de fertilizantes, semillas, fitosanitarios, hilo sisal... y concentrar ventas. A la par se desarrollan en los pueblos nuevas cooperativas tanto agrarias como bodegas, trujales, ganaderas...

Las cooperativas locales, esenciales

Para el agricultor la cooperativa local de primer grado es vital porque tiene la estructura básica pegada a su explotación, instalaciones y almacenes cercanos que permiten:

- Recoger la cosecha y comercializar durante un año lo que se recolecta en un mes. Acceso permanente a los mercados.
- Capacidad créditos de campaña.
- Disponer de todos los insumos: Semillas, fertilizantes, fitosanitarios...
- Servicios:
 - Seguros.
 - Carburantes.
 - Administrativos: PAC...

Cooperativas locales tienen que acceder a mercados globalizados y la mayoría carecen de masa crítica para **contar con comerciales especializados** en cada sector. Por ello una y crean cooperativas de segundo grado.

Seguridad comercial

Para el agricultor la **seguridad comercial** es vital: poder comercializar todos sus productos y cobrarlos a los precios que en cada momento pague el mercado.

El cooperativismo en la Comunidad Foral se refunda en 1979 y crea Agropecuaria Navarra con unas normas internas que dan al agricultor esa **seguridad comercial con garantía de cobro para todos sus productos**: Departamento clientes, seguros externos, solidaridad.

Se asienta la empresa, se supera el marco geográfico de Navarra al entrar **cooperativas de fuera atraídas por la seguridad comercial y de cobro**, se generan recursos y se toma la decisión estratégica de superar el marco comercial de las centrales de ventas y compras para **cerrar los ciclos**, escalar en la cadena alimentaria (dar valor a los productos de los socios, seguridad comercial, trazabilidad):

- Industrias transformadoras
- Redes comerciales y marcas propias.
- Empresas de servicio

Las industrias del Grupo AN son consecuencia de la necesidad de

- Conservar los alimentos para vender en 12 meses lo que se recolecta en 1
- Preparar alimentos al gusto del consumidor: lavar, seleccionar, clasificar, envasar, enfriar, cocinar

El Grupo AN en la actualidad

- AN, s.coop., matriz del Grupo AN, es cooperativa de 2º.
- Facturación del Grupo: **672 millones de euros.**
- Fondos Propios y Asimilados: **84,75 millones de euros.**
- Cooperativas socias: **Unas 140.** Unos 25.000 agricultores.
- Industrias propias: **piensos, cárnicas, frutas y verduras.**
- Trabajadores: **1.302 empleos directos entre AN y sociedades del Grupo.**



Áreas de negocio del Grupo AN

Centrales de Ventas

- Cereales: **+ 1,2 millones Tm.**
- Frutas y Hortalizas: **150.000 Tm.**
- Avícola: **150.000 pollos/día.**
- Porcino: **800 cerdos/día.**

Centrales de Compras

- Fertilizantes: **165.000 Tm.**
- Semillas y fitos: **28,5 millones €.**
- Piensos: **212.323 Tm.**
- Incubadora: **39 millones pollitos.**
- Carburantes: **+ 130 millones de litros.**
- Seguros: **15.000 pólizas.**
- Repuestos: **5,7 millones €.**



Mercado mundial

Los objetivos de las cooperativas son, desde los orígenes, los mismos: **conservar el derecho a producir de los agricultores y ganaderos socios**. Los mercados son mundiales, por lo que los precios de los cereales o fertilizantes son también globales. En ese entorno, desde la seguridad comercial absoluta, hay que **lograr márgenes**.

- Los agricultores se han profesionalizado absolutamente, en una adaptación permanente, con inversiones muy importantes para dotarse de tecnología punta, de forma que ahora menos del 5% de la población activa en el sector agrario produce muchas más toneladas que cuando trabajaban en el sector más del 50% del total. Más competitividad que le ha permitido mantenerse en décadas deflacionista
- El mercado mundial es como una ola, que sube o baja, la cooperativa el flotador para ayudar al agricultor a adaptarse mejor a esa variabilidad, ahora con precios muy bajos en casi todos los productos alimentarios.
 - Diversificar producciones, con capacidad para ser proveedores de materias primas a nuevos mercados, como los energéticos.
 - Acometer nuevas inversiones.
 - Acceder a mercados diferentes: varias cosechas anuales.
 - Contar con nuevas tecnologías que no podría disponer ni amortizar en solitario.

Herramientas empresariales

La cooperativa tiene que utilizar todas las herramientas empresariales para dar seguridad comercial a sus socios y adelantarse a la demanda de los mercados, de los clientes.

Empresas Cereales

1,2 millones Tm.

- Agroebro Cereales, S.L.
- Intermalta, S.A.
- Cerespaña, S.Coop.
- Arrocería Navarro Aragonesa.

- ✓ Cerrar ciclos
- ✓ Seguridad alimentaria.
- ✓ Trazabilidad.
- ✓ Calidad.
- ✓ Diferenciación
- ✓ Competitividad

**SEGURIDAD
COMERCIAL**

Garantía de cobro

Empresas Hortofrutícolas

150.000 Tm.

- Conservas Dantza, S.A.
Fábricas Andosilla y Castejón.
- Centros Hortofrutícolas
Tudela, Caparros, Fustiñana
- Vegetales Línea Verde Navarra S.A.

Con el líder de Italia V.L.V.

- Centex, s.coop.
- Malkaitz, s.coop.
- Hacienda Uvanis, S.A.
- Almazara del Ebro.
- Indulleida

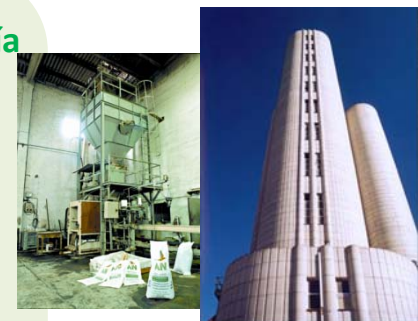


Empresas Cárnicas:

150.000 pollos diarios. 800 cerdos/día

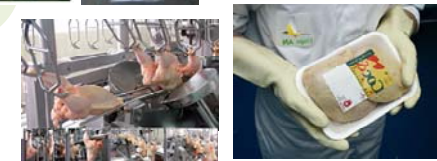
- AN Avícola Mérida, S.A
- Copaga Cantabria, S.A.
- Granja Sanig, S.A.
- Incubadoras Costa, S.L.
- Granja Belabarce, S.A.
- Piensos Caceco

Socios líder europeo LDC Fr.



Servicios

- AN Energéticos S.L. 130.000 litros,
105 instalaciones, 53 centralizadas en red
- Correduría de Seguros.
- Planta biogás HTN
- Tiendas repuestos.
- Mezcladoras abono, secaderos...



Mercados. Ley Integración Cooperativa

Oferta alimentaria muy atomizada frente a una demanda muy concentrada.

Valentía del Ministerio de Agricultura para sacar adelante, por consenso, **Ley Integración Cooperativa**.

- Referente europeo, somos todavía muy pequeños.
- Busca concentración oferta para equilibrar la negociación con la demanda.
- Establece la figura de la Cooperativa Prioritaria, un modelo económico sólido:
 - Superar el marco autonómico. Mercados globales, empresas adecuadas.
 - Tener una facturación mayor. Ninguna la alcanza. Camino por recorrer.
 - 750 millones cooperativas multisectoriales.
 - Buscar integraciones.
- Canalizará todas las ayudas –inversiones, seguros... - hacia las cooperativas prioritarias:
 - Cooperativas pertenecientes a ellas.
 - Agricultores socios de esas cooperativas.
- PDR nacional con pequeña cantidad para fomentar esa integración, fusión...
- PDR regionales para complementar ayudas.

Antes de que la Ley aprobada por las Cortes Generales se aplique nos encontramos con la Comunidad Autónoma de Castilla y León, que establecen su propia L.I.C. :

- Cooperativa Prioritaria regional, autonómica, no estatal.
- Fija en 1.000 agricultores y 100 millones de euros las condiciones para lograrlo.
- De facto fija 4 cooperativas que, sin tener que dar ningún paso, ya son Prioritarias.
- Dice que canalizará todas las ayudas de su PDR a esas cooperativas y sus agricultores socios.
- Anuncian que no tendrán ayudas los agricultores de Cooperativas Prioritarias Estatales, las que la Ley aprobada por el Congreso y Senado propugna para que los agricultores productores tengan realmente una herramienta empresarial capaz de actuar en los mercados en términos de igualdad.

Donde se busca empresa se vuelve a la política, en un entorno global se retrocede al localismo que siempre ha llevado al fracaso.

Mercados. Ley Cadena Alimentaria

Alimentación se utiliza como gancho de las tiendas.

Precios bajos.

Muchas veces por debajo de costes.

Tribunal de la Competencia especialmente sensible a la Alimentación.

Segunda Ley Valiente que tuvo que vencer primero los celos internos del Gobierno, Ley de la Cadena Alimentaria.

Busca el equilibrio de la cadena alimentaria, que no se fije el precio desde arriba y lo que quede, si es que queda algo, sea lo que cobra el último del eslabón, el productor.

Fija el sistema de pagos:

30 días para los productos perecederos.

60 días para los no perecederos.

Apoyo total a la Ley, que desde algún estamento se intenta también cambiar.

Mercados. Principio de Reciprocidad

Bruselas establece normativas estrictas a sus productores y empresas. Apoyo.

Madrid, Pamplona... legislan sobre la normativa

Restringir más.

Perder competitividad sus administrados.

Agilidad administrativa.

Principio Reciprocidad:

- Fitosanitarios.
- Material genético.
- Seguridad social, laboral, protección trabajadores.
- Medio Ambiente...

Competir en términos de igualdad. No puede ser que aquí se prohíban hasta 70 fitosanitarios que se utilizan en el norte de África para producir tomates que inundan los lineales. Espárragos chinos y peruanos –qué salarios tienen los trabajadores, protección... Si hay crisis alimentaria, por una carne asiática o suramericana, no arruina a todos

Sector primario como moneda de cambio.

Acuerdos con terceros países...

Mercados. Futuro optimista

Reivindicar la figura del agricultor.

- Profesional cualificado muy preparado, dimensionado.
- Inversor para contar con las tecnologías de vanguardia: maquinaria, granjas...
- Capacidad de adaptación permanente. Ver paisaje rural.
- Logra subsistir, desde la eficiencia y reducción de costes, en décadas de atonía precios.

Importancia de las cooperativas locales:

- Servicios cercanos, almacenes, atención permanente...

Lograr cooperativas prioritarias que miren, se ocupen y preocupen por mercados para defender mejor los productos de sus socios.

- Agrupar la oferta frente a una demanda muy unida.
- Mucho camino por recorrer, muchos obstáculos que salvar no económicos.

Proporcionar alimentos sanos, seguros, cercanos, de máxima calidad (huella de carbono).

- Reto de alimentara a la población mundial. **FAO 60-70% más alimentos para 2050.**
- Cuidado del medio ambiente: agricultura consumidora de CO2.
- Asentamiento de la población rural. Cooperativa local la única empresa. Empresas de cooperativas de segundo grado pegadas a la producción. Inversión y Empleo en crisis.
- Apoyo financiero.

Competencia leal, sin trabas... El sector dispone de profesionales muy cualificados, herramientas empresariales y comerciales adecuadas en sus cooperativas y empresas... pero necesita trabajar con las mismas reglas que sus competidores, negociar en términos de equidad, fijar los precios “reales” no desde el final de la cadena porque unos céntimos le llevan a la rentabilidad o ruina.

Más de 100 años de

Alimentación Natural



Grupo AN

DESDE 1910

Frutas y verduras	4ª y 5ª gama	Vino	Suministros ganaderos	Porcino	Aves
					

Muchas gracias por su atención. Quedo a su entera disposición