

Blog

Más de 100 organizaciones rurales de cinco países de Latinoamérica apuestan por la transformación digital

Organizaciones de productores y cajas rurales de Bolivia, Guatemala, Haití, Honduras y Perú están implementando acciones orientadas al comercio electrónico y soluciones digitales, para superar los impactos de la Covid-19, en el marco del proyecto AGRI digitalización.



Wilson Sancaba, presidente de la cooperativa Allima Cacao.

13.01.2022

Después de escuchar una charla sobre comercio electrónico y marketing digital, Casey del Castillo, un joven peruano de 22 años de edad que trabaja como responsable de Redes en la cooperativa La Prosperidad de Chirinos, salió al área, donde se almacenaban los granos de café que esperan para ser procesados y pensó en la importancia de la digitalización para las familias productoras, las organizaciones, comunidades rurales, y por qué no, para el Perú. “La digitalización es importante porque el que no cambia, muere. Tenemos que adaptarnos a la modernidad”, dijo con firmeza.

Mientras tanto, Sigilfredo Nolasco, presidente de la cooperativa de Chirinos, con toda una vida de experiencia, rememoró en la parcela de café, la historia de la organización y se detuvo a analizar las consecuencias de la pandemia de la COVID-19. “Estos dos años han sido difíciles. Los productores hemos sido muy afectados por la pandemia. A pesar de eso, hemos hecho lo más posible para (apoyar) la comercialización, para que nuestras familias puedan subsistir”, relata mirando fijamente a las plantaciones.

TRANSFORMACIÓN

En ese contexto, el proyecto “Comercio electrónico y soluciones digitales para superar el incremento de obstáculos de acceso al mercado y financiamiento relacionados a la pandemia de la Covid-19 en LAC entre poblaciones pobres rurales”, denominado también “AGRI digitalización”, busca aprovechar las herramientas, experiencia, conocimiento y modelos de servicios financieros, comercio electrónico y tecnología existentes para las poblaciones rurales en situación de pobreza, generando inclusión social, financiera y técnica y permitiendo que enfrenten y se recuperen de la emergencia ocasionada por la Covid-19.

El proyecto se lleva a cabo en Bolivia, Guatemala, Haití, Honduras y Perú y es implementado por Agriterra, en alianza con Agros, Funder e IICA, financiado por FIDA con fondos del Mecanismo de Estímulo para la Población Rural Pobre.

CAPACITACIONES PARA AVANZAR

En esa misma línea, en Bolivia, Eduardo Wills, gerente general de la Federación Departamental de Productores de Leche (Fedeple), agrega que la pandemia ha dibujado un panorama nebuloso, en especial, para las poblaciones rurales que son vulnerables a la pobreza y que son amenazadas por factores como el cambio climático. En ese contexto, Eduardo asiente con tranquilidad al afirmar que la digitalización es una alternativa necesaria, para sobreponerse a la crisis. “Hay que dar los pasos uno a uno. Hay que avanzar. (Debe ser) un avance ligado con capacitación”, concluye.



Casey del Castillo, responsable de Redes en la cooperativa La Prosperidad de Chirinos.

MÁS E-COMMERCE, MÁS VENTAS

En el país de la eterna primavera, Guatemala, Jaime López Vásquez, gerente general de Lácteos Xelac R.L., es un líder natural que impulsa a todo su equipo de trabajo a subirse al comercio electrónico, a través de la formación continua. “La relevancia de capacitar al personal está en que ellos nos van ayudar a producir nuevas ideas y recursos tecnológicos para llegar a los clientes reales y potenciales”, sostiene.

Gracias al proyecto de AGRIdigitalización, Xelac se ha beneficiado de programas de educación orientados al comercio electrónico y soluciones digitales. Sobre este hecho, Jaime asegura que “el diplomado nos ha dejado mucho conocimiento y elementos (prácticos) que van a ser bastante útiles para el desarrollo de la cooperativa. Creo que tiene un impacto muy fuerte el trabajo que se ha estado desarrollando”.

Además, Jaime López explica que el e-commerce (comercio electrónico, en español) “es de vital importancia en el momento en que estamos ahora. Es el medio, a través del cual se puede llegar mucho más fácil a los consumidores porque puede ayudar definitivamente a expandir la cobertura y niveles de venta”.

¿QUÉ ES E-COMMERCE?

El e-commerce o comercio electrónico es el intercambio de bienes y/o servicios, a través de Internet. Las organizaciones de productores y cajas rurales de Latinoamérica están utilizando cada vez más este tipo de comercio para distribuir, vender y comprar productos y servicios.

TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO:

B2C (Business-to-Consumer): Empresas que venden al público en general

B2B (Business-to-Business): Empresas haciendo negocios entre ellas

B2G (Business-to-Government): Empresas que venden a instituciones de gobierno

C2C (Consumer-to-Consumer): Plataforma a partir de la cual los consumidores compran y venden entre ellos.

VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA LAS EMPRESAS:

- Expandir la base de clientes al entrar a un mercado más amplio.
- Crear una ventaja competitiva.
- Reducir costos.
- Mejorar la comunicación con los clientes y efectividad de campañas publicitarias, entre otros.

MARKETING DIGITAL SIN DESMAYAR

En Tarapoto, Perú, la Cooperativa Agraria Monte Azul es liderada por jóvenes comprometidos con su labor para contribuir a mejorar las condiciones de vida de sus socios, promoviendo el cooperativismo y las buenas prácticas agrícolas. Fidel Fernández, encargado del área Administrativa, destaca que el marketing digital es la mejor forma para promocionar sus productos, a través de internet. Asimismo, indica que estas estrategias permiten analizar los resultados en tiempo real. Todo esto para la cooperativa es un camino que esperan los lleve a crecer y desarrollarse más como organización.

“Hemos pasado momentos difíciles y seguramente podremos salir de eso. Todos somos cooperativas agrarias y nos debemos a las familias. Allí está el verdadero sentido, de que nos animemos al comercio y marketing electrónico sin desmayar”, dice final en respuesta a la pregunta sobre qué le recomienda a otras cooperativas que están impulsando la transformación digital.

DEL PAPEL A LOS DISPOSITIVOS MÓVILES

Las cajas y bancos rurales también son parte de AGRIdigitalización. En Honduras, Sindy Rápalo, ha sido una socia de Caja Rural Cacauterique, que decidió superar sus limitaciones y aceptar un puesto como tesorera, con la gran responsabilidad de guiar el proceso de digitalización de procesos, a través del uso de nuevas tecnologías de información y comunicación. “Yo nunca he estado en un puesto de estos, pero lo voy a agarrar porque es una experiencia para mí y son conocimientos que yo voy a adquirir. Si uno se pone a planificar su tiempo, todo es posible. Solo hay que aceptar esos retos, como personas y como caja”, subraya.

Para Sindy esta experiencia es muy significativa, pues su caja está pasando de trabajar con hoja y papel a realizar labores financieras y de administración a través de programas como Excel. Ella invita a otros jóvenes, especialmente mujeres, a asumir retos que benefician a sus hijos, comunidades y cajas rurales por un mejor futuro con más oportunidades para todos.



Beneficiarias del proyecto AGRIdigitalización de cajas rurales en Honduras.

ESPERANZA EN LA COMERCIALIZACIÓN

La juventud de Casey del Castillo, quien estudió Computación e informática, pero, actualmente, se contribuye al marketing digital de La Prosperidad de Chirinos, se combina con el conocimiento de Sigilfredo Nolasco, presidente de la cooperativa. Este último afirma que están felices de aceptar los cambios tecnológicos y esforzarse por adaptarse a la nueva realidad digital. “No le tenemos miedo al marketing, sabemos que es una inversión, pero después de un tiempo, llega la ganancia”, expresa con convicción. Tanto Casey como Sigilfredo concuerdan en que les gustaría llegar a nuevos mercados no solo en Lima, sino también en otros países.

Así como Chirinos, las más de 100 organizaciones rurales de cinco países de Latinoamérica, que participan en el proyecto AGRIdigitalización, apuestan por la transformación digital.

Un ejemplo de ello es Haití. Un país que a lo largo del último año tuvo que enfrentar diversos problemas económicos, naturales, sociales y de salubridad. Por ello, para las organizaciones de este país, ser parte del proyecto tiene un gran valor. De acuerdo a Alain Ismael, responsable del proyecto en Haití, “los productores están esperando más que nunca que el proyecto las ayude a salir adelante, a través del mejoramiento de su comercialización”.

AGRIDIGITALIZACIÓN

El proyecto alcanza a más de 10 820, de los cuales 40% serán mujeres y 30% jóvenes. Los principales beneficios para las organizaciones de productores y cajas rurales son: Inserción en el mercado financiero y comercial; solución a problemas de asistencia técnica ocasionados por la pandemia; facilitación de la comunicación interna entre las organizaciones y sus miembros, disminución de costos y; administración más eficiente.

Más información en: www.agriterra.org/AGRIdigitalizacion/

