

Data: 30-09-2008 Hora: 17:00	CASOS PRÁCTICOS DE DESINTERMEDIACIÓN NA DISTRIBUCIÓN
---------------------------------	---

Organización da Xornada			
	Tema	Responsable	Tempo
1	<i>Exposición dos obxectivos da xornada de traballo</i>	Álvaro Gómez	5 minutos
2	<i>Casos prácticos de desintermediación na distribución</i>	Carlos Otero	2 h 15 minutos
3	<i>Exposición de dúbidas e debate de ideas e proposicións</i>	Asistentes	60 minutos

<p>Observacións:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversas cooperativas non puideron asistir, pero amosan o seu interese en seguir participando neste grupo de traballo nun futuro. 2. Carlos Otero expón a súa presentación sobre casos prácticos de desintermediación: <ol style="list-style-type: none"> a. Exposición de exemplos de empresas que no seu día foron pequenas, e que grazas á innovación en procesos, produto e modelo de negocio, chegaron a ser grandes b. Exposición de diferentes modelos de desintermediación, con exemplos de empresas pequenas. 3. Durante a exposición realízanse preguntas o poñente e débátese algunhas das ideas, aportando experiencias particulares e discutindo diversos temas de innovación. Entre estes temas iniciados polos asistentes, destacan os seguintes temas: <ol style="list-style-type: none"> a. A idea sobre crear unha imaxe de marca, cando en moitos produtos de hoxe en día as marcas brancas son unha gran competencia b. A "situación" de partida "negativa" sobre a innovación en Galicia, ¿é un tema cultural ou un tema económico? <ol style="list-style-type: none"> i. Tras una breve discusión, a opinión maioritaria e que é unha mistura de diversos factores, que non teñen que ver tanto coa comunidade na que radicamos. 4. Na rolda de preguntas e debate saen os seguintes temas: <ol style="list-style-type: none"> a. Ábrese un debate acerca da dificultades e oportunidades para aplicar procesos de desintermediación en Galicia <ol style="list-style-type: none"> i. Por un lado, un problema importante a resolver e que se aprecia é a atomización do nº de cooperativas en Galicia, o que tamén dificulta unha falta de acordos para levar a cabo iniciativas en común. Apórtanse as experiencias de Navarra, onde tivo lugar un gran pacto no cooperativismo para levar a cabo un fronte común, e tamén o caso de Australia onde o goberno incitou a unión das diversas empresas vitivinícolas para comercializar no exterior como única marca. <ol style="list-style-type: none"> 1. Debido a esta situación, coméntase que se desperdician moitos recursos financeiros en levar a cabo proxectos en I+D+I que dificilmente conseguirán resultados ii. Coméntase que dende a Administración, as axudas de I+D+I están moi centradas en temas produtivos, pero non se axuda na cuestión crucial que sería a comercialización deses resultados. <ol style="list-style-type: none"> 1. Considérase que sería moi importante subvencionar iniciativas de innovación na saída a mercado, deseño innovador, packaging innovador, estudo de mercados, etc. É dicir, explotar a parte innovadora da venda e da publicidade. iii. Outros elementos, ademais da ubicación, que inflúen no desenvolvemento dos sectores. Segundo algúns asistentes, as AAPP quizais non acertaron na "venta" das posibilidades de desenvolvemento de diversos sectores e actividades de Galicia. b. Outras preguntas realizadas por partes dos asistentes son as seguintes:

- i. Unha das estratexias de desintermediación é apostar polas delicatessen. A pregunta é: sofren menos as crises?
 1. A resposta é que sófrena nunha menor medida
 2. Noutros países emprégase o concepto de "compra intelixente", investindo en determinados produtos de marca branca, pero non delicatessen.
- ii. Apórtase a idea de que outra posibilidade é dotar aos produtos ou servizos un "consumo consciente", dotando a compra duns valores sociais, políticos ou ecolóxicos.
 1. Esta idea é de gran interese, xa que segundo os asistentes hai potencial nas cooperativas para afrontalo.
 2. Poderíase combinar o beneficio económico co beneficio social, cun maior fomento do cooperativismo, facendo políticas que combinen ambos criterios
 3. Podería haber un segmento tan importante de "clientes conscientes" como o segmento de clientes que compran delicatessen. A palabra consciente quizá sexa intercambiable por "responsable" ou "socialmente responsable".
- c. Por outra banda, apórtanse suxestións á Xunta de Galicia e á organización das xornadas:
 - i. Demándase que as Administracións Públicas (Xunta de Galicia) estean presentes nestas mesas, para coñecer o problema de como afrontar o valor dos produtos galegos no exterior, para que se incida máis en potenciar a "marca galega", creando por exemplo, centros de comercio galegos noutras comunidades ou países
 - ii. En xeral, a valoración da xornada (extraídos das enquisas cubertas e comentarios persoais) é positivo, aínda que é mellorable nos seguintes aspectos:
 1. a temática suscita interese, e quizais hai que fomentar máis reunións de traballo entre sectores que poida apostar por unha desintermediación conxunta
 2. realizar unha maior aproximación aos asistentes e as cooperativas, implicándose na xeración dun grupo para a innovación entre aos asistentes, dotando de menos carga didáctica a xornada e moito máis participativa, aportando exemplos que existen na actualidade máis próximos aos asistentes.

Conclusións:

- Incidir na creación de grupos de traballo de innovación con intereses máis comúns e que poidan levar a cabos procesos de desintermediación conxunta, apostando por ideas que se poidan levar a cabo en común e buscar ligazóns entre os asistentes
- Fomentar e axudar, por parte da AAPP na comercialización e chegada ao cliente final cos produtos ou servizos innovadores