



José Luis Rojas Sánchez

Dtor. Gte. de Unión Coop. Agrarias de Castilla-La Mancha

Ayudas del Fondo Social Europeo ¡para todos!

La Consejería de Economía y Hacienda ha elaborado los Programas Operativos que deberán orientar la intervención de los Fondos Estructurales en Castilla-La Mancha y, después del análisis del Consejo de Gobierno de Castilla-La Mancha, fueron presentados al Ministerio de Economía, que los ha transmitido a la Comisión Europea para su negociación dentro del Marco Comunitario de Apoyo 2000-2006 de España.

Los Programas operativos tienen su origen en el Plan de Desarrollo Regional (PDR), que pretende ser un instrumento para definir estrategias de actuación encaminadas a luchar contra las situaciones de desequilibrio y fomentar la cohesión económica y social.

Además del programa Feder 2000-2006, que supondrá la ejecución de 472.000 millones de pesetas de inversiones en infraestructuras, incentivos a las Pymes y nuevas tecnologías y del Programa Operativo Feoga-Orientación que, con un importe de 162.000 millones de pesetas, recoge medidas para el desarrollo rural, la comercialización agraria y medidas medioambientales, en Castilla-La Mancha cabe resaltar el Programa Operativo de las acciones del Fondo Social Europeo (FSE) que, con un mayor incremento respecto al período anterior, tiene una dotación de 60.000 millones de pesetas para los próximos siete años.

La formación y profesionalidad de los socios, técnicos, gerentes y rectores de nuestras cooperativas es el mejor instrumento para el desarrollo social y empresarial de estas entidades en la región. Conscientes de ello, Ucaman viene desarrollan-

do desde hace varios años una intensa actividad formativa a través de cursos, jornadas, viajes, etc., que, hasta este año y en cantidad notoriamente insuficiente, no había podido lograr, sin embargo, el apoyo financiero del programa operativo de las acciones FSE de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, que



Estos Fondos han dejado fuera, de forma inexplicable, al cooperativismo agrario

gestiona la Consejería de Industria y Trabajo.

Estos fondos, que se reparten actualmente entre CC.OO, UGT, Cecam, las Cámaras de Comercio y algunas asociaciones empresariales de carácter sectorial, ha dejado fuera, inexplicable y sistemáticamente hasta el momento, al cooperativismo agrario, situación que no se produce en ninguna otra Autonomía de España.

La problemática deriva



Ucaman realizará 200 cursos en el año 2000 y formará a más de 13.000 viticultores

da de la necesidad de obtención de un carnet de manipulador de productos fitosanitarios, a través de un curso de formación que capacita a los viticultores al

tratamiento de sus cepas con arsenito sódico, ha puesto de manifiesto de una forma clara la necesidad de financiación de la formación en el ámbito agrario.

Esta actuación concreta, que va a suponer que Ucaman realice, aproximadamente 200 cursos en el año 2000 y contribuya a la formación de más de 13.000 viticultores, ha estado plagada de multitud de problemas y dificultades para su realización.

La adecuación de nuestros viticultores, pendientes de llevar a cabo un plan de reestructuración de 100.000 has. de viñedo hacia variedades de las que desconocen sus características y posibilidades, a las nuevas técnicas de producción, hace necesario de nuevo el acceso de la entidad representativa del mundo cooperativo a dichos fondos.

La actualización en las técnicas de elaboración, crianza, embotellado, comercialización, marketing, etc., y la introducción de las nuevas tecnologías en el sector agroalimentario, son también razones de peso como para evitar la discriminación del ámbito agrario y cooperativo en este terreno.

La Consejería de Industria y Trabajo debe ser sensible a esta demanda y facilitar la participación de las cooperativas en el reparto de los fondos, controlando, eso sí, su utilización de forma rigurosa y eficiente, como sucede en el caso del resto de agentes sociales que se benefician de ellos.

De no ser así, creemos que la Administración regional reincidirá en perpetuar una situación injusta y discriminatoria, que no aceptamos y no aceptaríamos tampoco.

NUEVA ECONOMIA

Jesús Fernández Chillarón
Web Masters IDT

Estrategias generales de marketing en Internet II

Decíamos en la pasada entrega que por increíble que parezca, hay muchas webs que no facilitan el proceso de compra, y confunden al visitante. No usan técnicas comunes en ventas como ofertas especiales, o dos por uno. Cuando entras en una tienda de ordenadores físicamente, hay vendedores y carteles que te anuncian qué productos están en oferta o cuál es la recomendación del vendedor, qué precios han sido rebajados etc. Pero en Internet, la mayoría de webs lo único que ofrecen es un motor de búsqueda para consultar y un carrito de compra.

Si anunciamos una venta, debe estar conectada con un link a los detalles, a cómo ese producto satisface las necesidades del cliente.

Una vez un cliente decide comprar, ya puede tener lugar la venta de hecho. Este es un punto crítico en el proceso de ventas donde todo tu trabajo puede haberse malgastado si no tenemos un eficiente modo de tomar los pedidos y medios para el reparto del producto.

Esto nos lleva de nuevo al desarrollo de la web y su integración con tecnología de "carritos de compra", proceso de tarjetas en tiempo real. O bien, al menos un formulario de pedido y un autotransponder (respuesta automática) para confirmar el pedido al cliente.

Los contenidos que debe ofrecer una web comercial son los siguientes:

1. Crear una imagen de empresa global.

2. Puesto que Internet es un escaparate al mundo y es difícil aclararse a través del teléfono, el correo y con la legislación en todos y cada uno de



Muchas webs no facilitan el proceso del compra, al contrario, confunden al visitante

de forma que se ahorren costes en marketing.

4. Ofrecer información actualizada que ayude a realizar operaciones. Si reconoce el valor de esta información y de este servicio a su red de ventas, puede aprovechar su web para estar siempre en contacto con ella y suministrarle toda la información que necesita. De una manera privada, por supuesto; sólo para ellos. No importa dónde se encuentren, ni a qué hora consulten, la información estará siempre a su disposición y permanentemente actualizada.

Muchos sitios web son simples cartas comerciales y nada más. Los mejores sitios web ofrecen material valioso y asistencia de calidad. En la Red, quienes comparten información valiosa con sus visitantes tienen mayores probabilidades de mantener a los visitantes en sus páginas y generar visitantes constantes. Si se vende algo en línea, lo anterior le dará a sus visitantes y posibles clientes la confianza y credibilidad que buscan.

5. Disponer de un sistema de compra on line en un servidor seguro donde podamos recibir pedidos y cobrarlos mediante tarjeta de crédito.

3. Disponer de un catálogo online para que sus clientes lo consulten

INNOVACIONES Y DESARROLLOS TECNOLOGICOS SOC.COOP.
CALIFICADA POR LA J.J.C.C. COMO CENTRO ESPECIAL DE EMPLEO Nº REGISTRO: CLM 16004
CENTRO DE EMPRESAS, 10-12. CRA. TERMINILLO KM 2 16003 CUENCA
TF. 969240611. FAX 969233858 E-MAIL: IDTCUEN@idtlines.es

ASISTENCIA TECNICA  **COBERTURA REGIONAL**

PROVEEDORES INTEGRALES DE INFORMÁTICA, OFIMÁTICA E INTERNET
VENTA DE EQUIPOS, IMPRESORAS, SCANNERS, REGISTRADORAS, DISQUETES, CD'S, TINTA IMPRESORA (NUEVA O REICLADA)... TAMBIÉN USADOS, PORTÁTILES
DISEÑO PAGINAS WEB, CORREO Y COMERCIO ELECTRONICO...