Acenorca apuesta por el comercio electrónico para acceder a un nuevo perfil de cliente

Alimarket Alimentación

La sociedad cooperativa de segundo grado Acenorca (Aceitunera del Norte de Cáceres) ha decidido modificar su estrategia comercial, hasta ahora centrada únicamente en la venta de grandes volúmenes. Con tal fin, la entidad ha diseñado un plan estratégico a desarrollar durante los cuatro próximos años y que contempla, entre otras medidas, el desarrollo del comercio electrónico con el objetivo de acceder a un perfil de cliente la que hasta ahora no había podido llegar.

En concreto, Acenorca prevé incrmeentar un 150% sus ventas directas al pequeño cliente en un plazo máximo de dos años, según las estimaciones recogidas en el informe del mencionado plan estratégico.

No obstante, el objetivo último de la cooperativa es conseguir un mayor conocimiento de sus productos y contribuir a su promoción, antes que lograr un volumen importante de ventas, ya que seguirá centrando sus esfuerzos en la exportación a gran escala, en mercados tanto consolidados como emergentes. De hecho, el nuevo sistema de venta online puesto en marcha por Acenorca permitirá elevar sus ventas totales en torno al 2%.

Acenorca cuenta con una planta para el procesado de aceituna en Montehermoso, con capacidad para 25.000 t/año, y con almazara en Valverde del Fresno. Agrupa 25 cooperativas base (6 de ellas están integradas en Acorex) y procesa anualmente cerca de 15.000 t de aceituna, de las que destina el 80% a aceituna de mesa (en su mayoría cacereña negra, un tercio comercializada con marca propia y el resto con MDD) y el 20% restante a aceite (500.000 kg). Exporta principalmente a EE.UU, Rusia y otros países de la Unión Europea, como Francia, Italia y Alemania. Asimismo, Acenorca es propietaria de la Cooperativa Vino Sierra de Gata, de Villasbuenas de Gata (Cáceres).

Titulares Última Edición Impresa | Últimas noticias del sector

Copyright Publicaciones Alimarket. Todos los derechos reservados.