



Asociación Nacional de Economistas y Contadores
de Cuba
XIV ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ECONOMISTAS
SOBRE GLOBALIZACIÓN Y PROBLEMAS DEL DESARROLLO



**COOPERATIVISMO EN TIEMPO DE CRISIS ECONÓMICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA
COOPERATIVA PASCUAL**

Participantes:

Miguel Angel Espinosa Medina, estudiante de Licenciatura en Administración de la Universidad de Guanajuato, Campus Celaya Salvatierra. Correo electrónico: ma.espinosamedina@ugto.mx

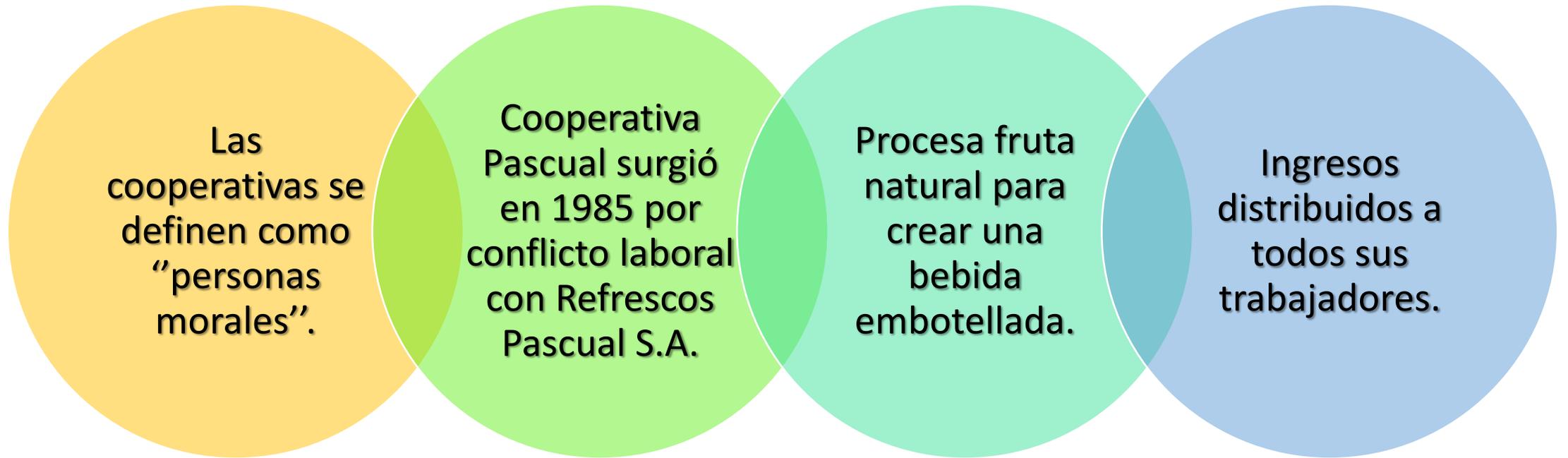
Dr. Rafael Espinosa Mosqueda. Profesor investigador de la Universidad de Guanajuato, Campus Celaya Salvatierra. Correo electrónico: r.espinosa@ugto.mx

Dr. Roberto Godínez López. Profesor investigador de la Universidad de Guanajuato, Campus Celaya Salvatierra. Correo electrónico: godinez.r@ugto.mx

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

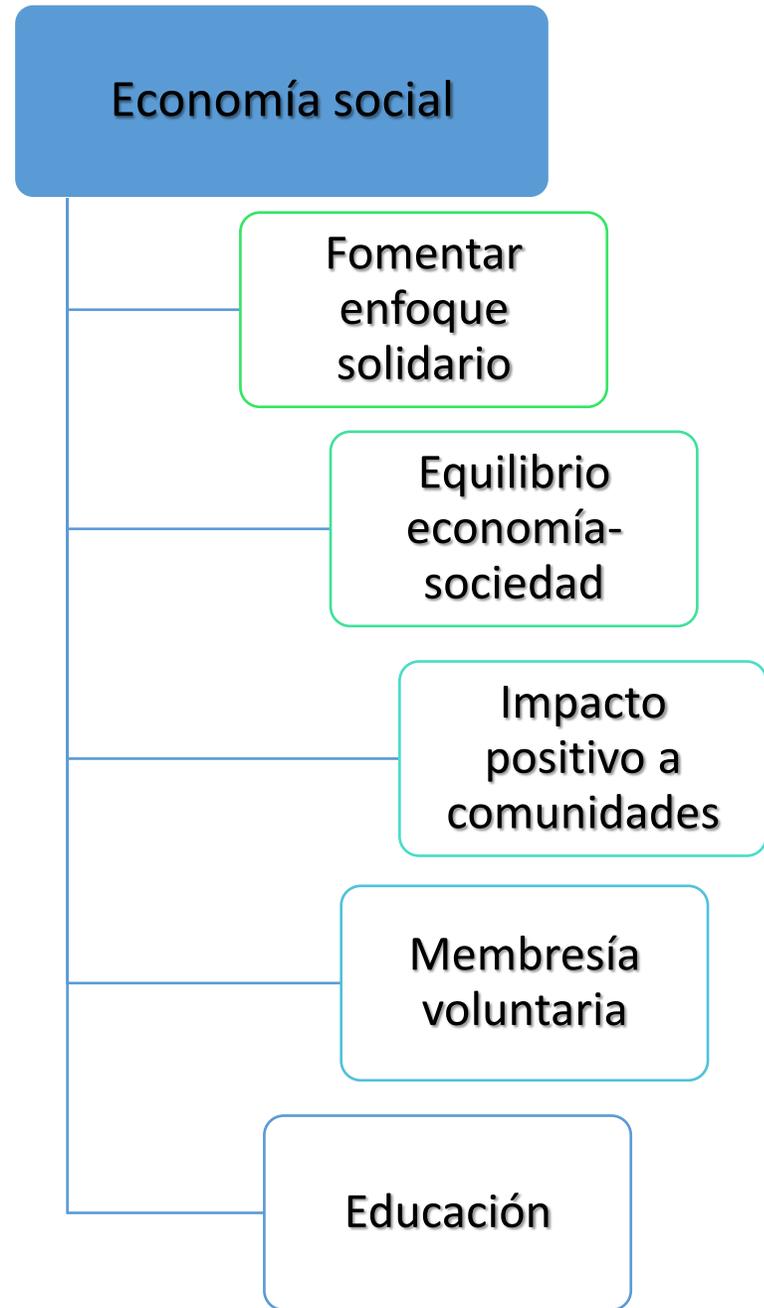
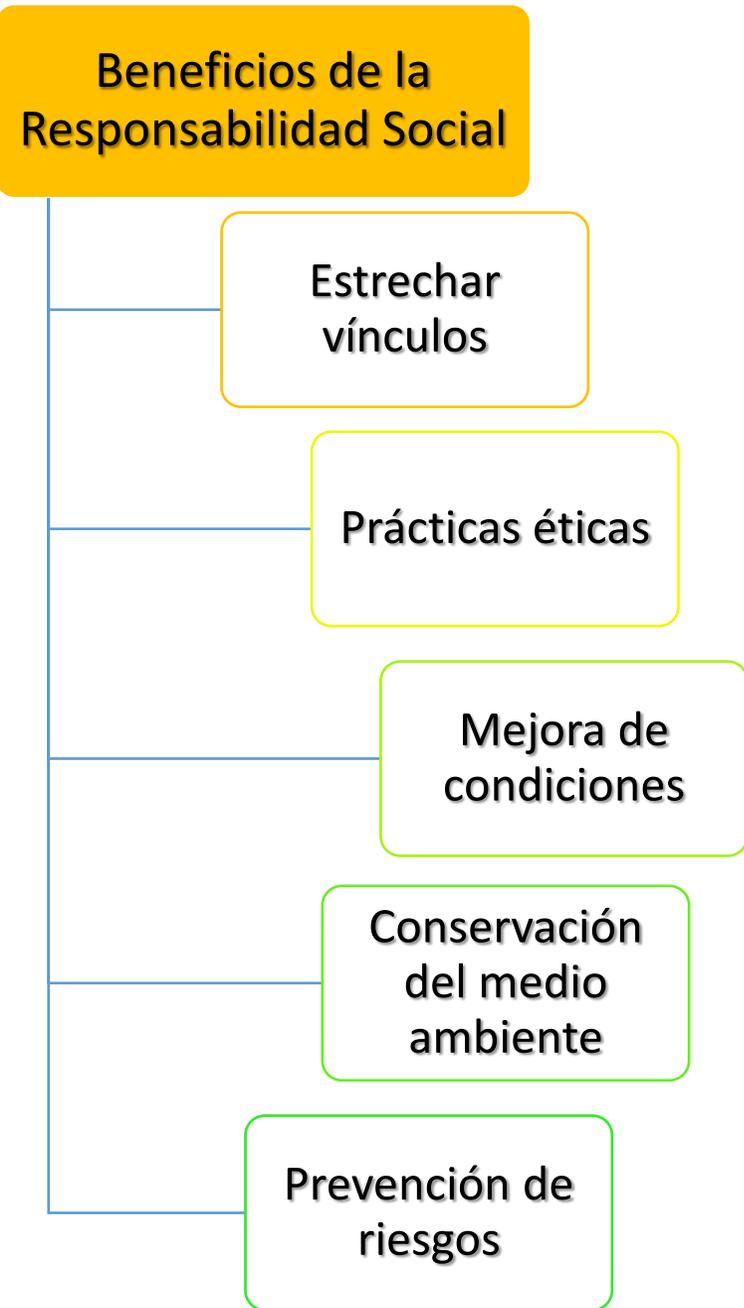
La Cooperativa Pascual, enfrenta dificultades económicas debido a la pandemia de COVID-19, causante del cierre de negocios intermediarios, la transición a entornos virtuales y la dramática caída en ventas de la empresa. Su enfrentamiento en el mercado contra Coca-Cola FEMSA, se manifiesta como una serie de dificultades para mantener un desempeño sobresaliente en el mercado y contribuir con actividades de responsabilidad social para causar un impacto positivo en la sostenibilidad y el éxito empresarial.

ANTECEDENTES









La pandemia en México cerró 1 millón de negocios.



Caída en ventas al 35%.



Cooperativa Pascual vs Coca-Cola FEMSA.



OBJETIVO

Identificar los factores que permiten a Cooperativa Pascual enfrentar dificultades económicas que afectan la producción y comercialización de productos. Destacar prácticas de responsabilidad social, estrategias y acciones que la cooperativa adapta e innova para mantener desempeño sobresaliente en el mercado, en un enfoque cooperativo.

DESARROLLO

Innovación en modelo de ventas

Modelos de venta

“Estudio Alimentos y Bebidas 2022”

Cambios de hábitos

Solución SAP
Commerce Cloud
(Cooperativa
Pascual)

Solución KPIs
financieros (Coca-
Cola FEMSA)

47% de mexicanos
compran bebidas
por internet

38% compran
bebidas no
alcohólicas en
e-commerce

Llegar a nuevos
consumidores

Inversiones por expandir la cooperativa y marca en la República Mexicana



Ubicación de la nueva planta de producción:
Paseo Central 36, San Cayetano 3ra Secc, 76803 San Juan del Río, Qro.



Fuente: Datos del mapa 2023 Google, INEGI. Disponible en:
www.pascual.com.mx/sucursales/

DESARROLLO



CONCLUSIONES

La Cooperativa Pascual parece estar encaminada hacia un futuro donde consolide aún más su posición en la economía mexicana y la esfera de productos de consumo. Sus esfuerzos en sostenibilidad, como iniciativas ambientales y expansiones estratégicas, sugieren un enfoque continuo en el desarrollo económico y social del país.

Además, la incursión en el comercio electrónico con soluciones tecnológicas innovadoras indica un posible mayor crecimiento y adaptación a las tendencias de consumo, particularmente en ventas en línea. Esto podría significar una ampliación en la accesibilidad de sus productos y un alcance expandido hacia nuevas audiencias.

Las alianzas estratégicas con empresas como Tetra Pak refuerzan la idea de que la Cooperativa Pascual busca una posición más sólida en el mercado, aprovechando colaboraciones para expandir su influencia y competir con actores de renombre en la industria de bebidas y productos relacionados.

Muchas gracias

- Tengan todos, un excelente día.