DCOOP

Revista trimestral · nº87 · Verano 2020

Entrevista a Javier González de Lara
Presidente de la CEA

"Las cooperativas son el milagro económico andaluz"

Dcoop celebra su Asamblea General

Las muestras de solidaridad se multiplican durante la crisis del Covid-19

Mercaóleo y Pompeian se afianzan como grandes envasadores

HOJIBLANCA S.COOP.AND · CORDOLIVA · ACORSA · TIERRAS ALTAS · BACO · Agromálaga · Agrocórdoba · UMICOOP · Procasur · agrupa JAEN

Sumario

4 *Récord mensual de aceite envasado*

6-7 *Gestos de solidaridad durante la pandemia*

14-15 *Ley de la cadena alimentaria*

20-21 *El Cortijillo de Tiena*

Dcoop nº87 *Verano 2020*

Editado por:
Dcoop S. Coop. And.
Carretera de Córdoba s/n Apartado de Correos 300. E29200 Antequera (Málaga)
Tfno: 952 841 451/Telefax: 952 842 555. Correo electrónico: info@dcoop.es
Depósito legal: MA-270-2014

Editorial *Querer solucionar*

A la crisis de precios que veníamos arrastrando –agravada aún más en algunos sectores- se ha unido el impacto del coronavirus, que ha puesto en una situación muy difícil a otros sectores económicos.

Pero en la nueva normalidad, habrá que abordar todos los temas que hay pendientes en el mundo agrario, que se han venido acumulando hasta llegar a la situación actual. Y para ello es fundamental querer solucionarlo, tener voluntad dentro de unas propuestas realistas.

En Dcoop llevamos años trabajando por lo que depende de nosotros (aumento del consumo, concentración de la oferta, lucha por la calidad, asesoramiento a agricultores…), pero hay otras acciones que dependen de las Administraciones. Por ejemplo, si no se lucha por la retirada obligatoria de producto, algo que es factible pero que falta acabar de ultimar. O una modificación improvisada de ley de la cadena alimentaria, que no solo es inaplicable en la práctica, sino que ahoga más a los agricultores con más costes.

De nada sirve decir que el agroalimentario es un sector esencial, si se deja que muera lentamente; y con otra consecuencia, si no sigue vivo ¿cómo garantizarnos la soberanía alimentaria, que tan importante se ha mostrado en la última crisis?

Obituario

El pasado 9 de marzo falleció Manuel Caro Ruiz, vocal del Consejo Rector de Dcoop y presidente de la SCA La Purísima de Archidona. También el pasado 2 de julio fallecía Luciano Castaño, presidente de la cooperativa de Guarromán. Ambas personas destacaron siempre por su espíritu cooperativo y la defensa del olivar. Que en paz descansen.

Agenda

Publicaciones

"Cómo comemos. Claves para una alimentación equilibrada y sostenible" es una publicación que ensalza el tiempo en la cocina y el aceite de oliva virgen extra. La inglesa Bee Wilson, historiadora y crítica gastronómica de importantes periódicos es una gran defensora del aceite de oliva virgen extra y de la cultura gastronómica española, a la que considera como una de las mejores del mundo.

INFORMACIÓN SOBRE PROTECCIÓN DE DATOS

Responsable:

COOPERATIVA DE PRIMER GRADO

Encargado del tratamiento:

DCOOP S.C.A.
Ctra. De Córdoba, s/n, Apartado Correos 300, Antequera, Málaga, C.P. 29.200
Tlf. +34 952 84 14 51 / rgpd@dcoop.es

Finalidad:

Gestionar el envío de la revista Dcoop en nombre de las Cooperativas de Primer Grado, por parte de DCOOP S.C.A., en base al contrato de Encargado de Tratamiento.

Base jurídica:

Consentimiento del interesado a su cooperativa.
Interés Legítimo de su cooperativa.

Plazo de conservación:

Se conservarán durante el tiempo necesario para cumplir con la finalidad para la que se recabaron y para determinar las posibles responsabilidades que se pudieran derivar de dicha finalidad y del tratamiento de los datos.

Destinatarios:

No se realizaran transferencias internacionales de datos, ni se cederán datos a terceros, salvo para el cumplimiento de las obligaciones legales.

Derechos:

Dispone usted de los derechos recogidos en el art. 15 al 22 del Reglamento General de Protección de Datos, ante el responsable del tratamiento, la Cooperativa de Primer Grado.

Reclamación:

Puede presentar una reclamación dirigida a la AGPD, mediante la sede electrónica de la Autoridad (https://sedeagpd.gob.es/sede-electronica-web/) o por medios no electrónicos

Información adicional:

Más información adicional y detallada disponible ante el responsable del tratamiento, la Cooperativa de Primer Grado.

EL GRUPO PRESENTÓ LAS CUENTAS ANUALES, INFORME DE GESTIÓN Y ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

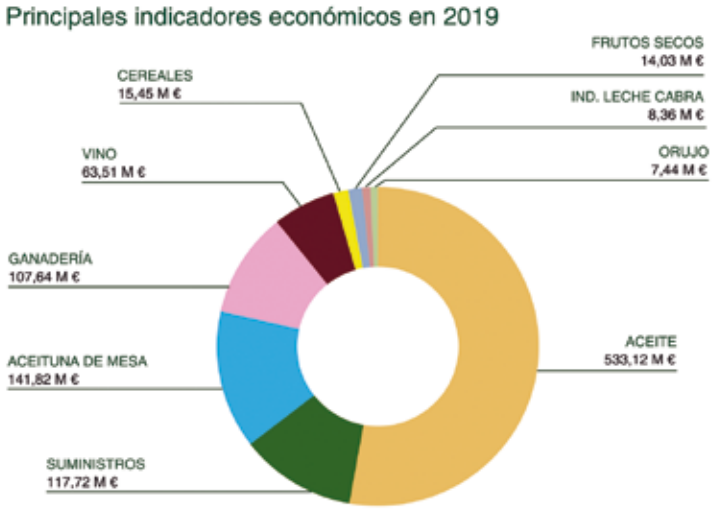
La Asamblea aprueba las cuentas de Dcoop y renueva su consejo

La cooperativa agroalimentaria Dcoop ha aprobado las Cuentas Anuales y el Informe de Gestión del grupo, así como el Estado de Información de No Financiera correspondientes al Ejercicio 2019 en su Asamblea General Ordinaria celebrada en el Auditorio Olea Mare, situado en la sede social del grupo en Antequera (Málaga).

Asimismo, se ha renovado el Consejo Rector de Dcoop, para lo cual solo se ha presentado una lista con representantes de los diferentes sectores y territorios, que se ha sometido a votación y ha obtenido un amplio respaldo.

El volumen de negocio de Dcoop en 2019 alcanzó los 1.009 millones de euros en un ejercicio en el que el sector agroalimentario ha sufrido más que nunca las consecuencias de decisiones geopolíticas por las que ha resultado damnificado, como la imposición de aranceles por parte de Estados Unidos a productos españoles tan emblemáticos como el aceite, el vino o la aceituna; la incertidumbre ante la revisión de la Política Agraria Común (PAC) para el próximo período, y las relaciones comerciales tras la salida del Reino Unido de la Unión Europea o el acuerdo con Mercosur.

Gracias a la alianza que hace años realizó el grupo con Pompeian en EEUU, la Sección de Aceite está mejor posicionada –de momento y a falta de ver cómo quedan los aranceles definitivamente- ya que puede seguir embotellando aceite español en las plantas de envasado de su socia estadounidense sin aranceles. Ayudar a las cooperativas y sus socios a reducir costes de producción, ampliar la bodega y trabajar para conseguir mercados que den salida cada vez a más producción, con el apoyo fundamental de la actividad de envasado, son las líneas de actuación de Dcoop.



Nuevo Consejo Rector

Presidente: Antonio Luque Luque (SCA Oleoalgaidas de Villanueva de Algaidas, Málaga, y SCA El Rocío de Dos Hermanas, Sevilla)
Vicepresidente I: Ángel Villafranca Lara (SAT Villalara de La Puebla de Almoradiel, Toledo)
Vicepresidente II: José Luis de Prado Ruiz-Santaella (De Prado Frutos Secos, Córdoba)
Vicepresidente III: Juan Manuel Blázquez Lora (SCA El Rocío de Dos Hermanas, Sevilla)
Vicepresidente IV: José Manuel Espejo Cárdenas (SCA Domingo Solís de Martos, Jaén)
Secretario: Joaquín Gómez Rodríguez (SCA Nuestra Señora de los Remedios, Antequera, Málaga)
Tesorero: Francisco Terán Blanco (SCA Agrícola Nuestra Madre del Sol de Adamuz, Córdoba)
Vocales:
- Miguel Luis Casero Izquierdo (SCCM San Lorenzo de Alameda de Cervera, Ciudad Real)
- Víctor Herrero Lara (SCA Olivarera La Purísima de Archidona, Málaga)
- Isidoro Serrano González (SCA Olivarera Virgen del Campo de Cañete de las Torres, Córdoba)
- Antonio Manuel Hita Hita (SCA Varaila de Domingo Pérez, Granada)
- Carmen María Bernal Espárraga (SCA Virgen de las Virtudes de Fuente de Piedra, Málaga)
- Cristóbal Francisco García López (SCA San Rogelio de Íllora, Granada)
- Antonio Aroca Pérez (SCA Olivarera San José de Llanos de Don Juan, Córdoba)
- Salvador Lovera Valls (SCA Nuestra Padre Jesús de La Rambla, Córdoba)
- Martín Bernardino Alés Reina (SCA Agrícola Roda de La Roda de Andalucía, Sevilla)
- Fernando Pliego Mercado (SCA Nuestra Señora del Collado, Santisteban del Puerto, Jaén)
- José Rodríguez Román (SCA Ntra. Sra. del Rosario de El Saucejo, Sevilla)
- Rafael Cristóbal García Calleja (SCA Ntra. Sra. del Rosario de Teba, Málaga)
- Rafael Martínez-Cañavate de Burgos (SCA Templeoliva de Ventas de Huelma, Granada)
- Fernando Sánchez Sánchez de la Fuente (SCA Campoagro de Ventorros de la Laguna, Granada)
-José María Muñoz González (SCA Oleoalgaidas de Villanueva de Algaidas, Málaga)

Dcoop bate su récord mensual de aceite de oliva envasado y afianza su liderazgo

Dcoop batió su récord mensual de aceite de oliva envasado durante el pasado mes de marzo, donde superó los 16,5 millones de litros, la mayor cuantía alcanzada hasta ahora. Esta situación se ha dado tanto en las plantas de envasado de Mercaóleo en España como Pompeian en Estados Unidos.

Esta cifra viene dada por el aumento del mercado nacional con un incremento de las compras de aceites de oliva, uno de los sectores cuya demanda ha crecido en la distribución organizada a raíz de la declaración del estado de alarma.

Durante el mes de junio Mercaóleo, sin Pompeian, volvió a batir su récord mensual de envasado con 10,5 millones de litros impulsado por las exportaciones, ya que las ventas nacionales se estabilizaron e incluso se ralentizaron. La incertidumbre está haciendo que las cotizaciones de aceite continúen bajas.

Planta de envasado de Mercaóleo y bodega de Dcoop en Antequera.

Con estos datos, el Grupo Dcoop se afianza como uno de los grandes envasadores de aceite a nivel mundial, con volúmenes que superan ya los cien millones de litros envasados anualmente, una cantidad que esta campaña supone más de la mitad de su producción de 160.000 toneladas.

Mujeres cooperativistas hacen un llamamiento al asociacionismo

Decenas de mujeres cooperativistas profesionales de la agricultura y la ganadería en Andalucía, entre ellas muchas socias de Dcoop, ponen cara a la campaña de AMCAE-Andalucía 'Soy de AMCAE, ¿y tú?', con la que se pretende, por un lado, valorizar su trabajo en el ámbito del cooperativismo agroalimentario y, por otro, realizar un llamamiento al asociacionismo, a fin de acelerar su inclusión en los órganos de decisión de las cooperativas.

Se estima que en Andalucía hay unas 80.000 socias de cooperativas agroalimentarias y, sin embargo, su imagen no es algo habitual ni en sus empresas ni para la sociedad. Mucho menos cuando se trata de mujeres agricultoras o ganaderas que forman parte de consejos rectores u otros órganos directivos.

En la actualidad, tan solo el 5% de los puestos en los consejos rectores los ocupan mujeres, frente al 30% que integran las empresas del IBEX.

Baco invita a visitar el Museo de Alcázar de San Juan

Dcoop Vinos-Baco, con la compra de un estuche de seis botellas Dominio de Baco, ha regalado una invitación doble para visitar el Museo Municipal que alberga los mosaicos romanos en los se ha inspirado la nueva etiqueta Dominio de Baco y a la Casa del hidalgo, casa de los nobles rurales de época que inspiraron a Miguel de Cervantes su personaje universal, el Quijote. La promoción, que acabó el 30 de mayo, invitó a visitar ambos espacios desde la reapertura de los museos hasta finales de 2020.

Las cajas de vino de la promoción pertenecen a la familia Dominio de Baco (airén, tempranillo o verdejo), vino que fue galardonado recientemente con la Medalla de Oro de los premios Calidad 2019 de la D.O. Mancha.

Pompeian consolida su liderazgo en EEUU

El aceite de oliva virgen extra Pompeian ha consolidado su liderazgo en el mercado estadounidense, alcanzando en el último mes el 20,4% de cuota de mercado, según datos de la consultora Nielsen a 18 de abril; esta cuota es superior a la suma de las dos siguientes marcas.

Este hecho supone un hito en el camino iniciado y desarrollado en los últimos años tras la alianza entre Pompeian y Dcoop para convertirse en un operador líder del mercado oleícola mundial. A través de este acuerdo, Dcoop ya envasa más de 100.000 toneladas anuales de aceite de sus asociados.

En los momentos de incertidumbre actual y dada la situación de grandes producciones de aceite de oliva, Dcoop va a seguir potenciando la comercialización de sus zumos de aceituna para darle salida a sus cosechas en todo el mundo. Estados Unidos es uno de los mercados prioritarios, porque tiene un gran potencial de crecimiento; si el consumo se doblara a medio plazo, conseguiría absorber 300.000 toneladas de aceite más al año. Y todo ello, pese a los aranceles impuestos al aceite de oliva español por el gobierno estadounidense, que Dcoop viene denunciando y reclamando que se eliminen.

La cuota de mercado de Pompeian supera la suma de las dos siguientes marcas.

Dcoop y las cooperativas se solidarizan con los afectados por la pandemia

Desde el inicio de la crisis del Covid19, el Grupo Dcoop viene colaborando con la aportación de numerosos alimentos y material higiénico-sanitario en aquellos territorios donde tiene implantación de centros de trabajo como los hospitales de Alcázar de San Juan, Cabra, Granada, Úbeda, Osuna o Antequera, a los que hay que sumar residencias de mayores y otros centros sociales; a ello hay que unir las aportaciones desinteresadas que están realizando sus cooperativas, así como los trabajos de sus agricultores asociados, como la desinfección de los pueblos con maquinaria agrícola.

El Grupo Dcoop ha donado batas, mascarillas, gafas protectoras, monitores de respiración y también centenares de litros de geles desinfectantes.

Como medida preventiva laboral, este material también se ha provisto a sus diferentes centros de trabajo, donde continúa su actividad presencial o de teletrabajo para cumplir su cometido como sector esencial para suministros de alimentos a la población.

Donación de Dcoop al Banco de Alimentos de Sevilla.

Donación de alimentos

En la segunda fase de respuesta y responsabilidad social, el Grupo Dcoop ha aumentado considerablemente la aportación de alimentos a diferentes comedores sociales y, sobre todo, a numerosos Bancos de Alimentos de las provincias donde opera, siguiendo su política de colaboraciones de cercanía; esto también se viene haciendo por muchas de sus cooperativas asociadas.

Estos alimentos son variados y se corresponden con productos que Dcoop comercializa como aceites de oliva, cárnicos, vínicos, lácteos o aceitunas.

La cuantía económica estimada de todas estas colaboraciones supera los 100.000€.

Una vez más se pone en valor el papel del sector agroalimentario no solo como proveedor de productos esenciales, sino también como un colectivo solidario dispuesto a colaborar.

Corsevilla dona más de 3.000 raciones de cordero

Más de tres mil raciones de cordero han llegado a cinco de las entidades colaboradoras que la Fundación Banco de Alimentos de Sevilla tiene en la provincia de Sevilla, gracias a la donación que los ganaderos de la Sierra Norte y algunos trabajadores de la cooperativa Corsevilla han hecho a esta fundación.

La iniciativa partió de un grupo de ganaderos que querían ayudar a las familias vulnerables que están atravesando momentos difíciles a causa de la situación actual. Por ello, se lo comunicaron a la cooperativa Corsevilla y a ASAJA Sevilla, que han sido los encargados de coordinar la recogida y el envío. En total se han donado 80 corderos que se han sacrificado en Mataderos del Sur. La carne de cordero está llegando a más de 1.200 personas del Comedor de San Vicente de Paul (Comedor del Pumarejo), Centro Miguel de Mañara, Centro Español de Solidaridad de Sevilla (RETO), Asociación la Casa de Todos y al Comedor de la Hermandad del Dulce Nombre de Bellavista.

Además, Corsevilla ha donado 220 kilos de queso fresco y 650 codillos de cordero asado a más de 230 familias de las Cáritas Parroquiales de la Sierra Norte y del comedor social San Juan de Acre de Sevilla.

Videoconferencia de Dcoop con el Rey e iniciativa de la Casa Real y Cruz Roja

El presidente de Dcoop trasmitió al Rey que desde sus inicios, los agricultores, ganaderos, cooperativas y empleados del Grupo han trabajado para cumplir con su responsabilidad social que es ofrecer los productos agroalimentarios ahora más que nunca. Antonio Luque expuso también al Rey que hay que solucionar el problema arancelario con Estados Unidos, potenciar el consumo y realizar una buena política de gestión del agua, que puede solventar problemas laborales, económicos y medioambientales a futuro. Por otro lado, Dcoop asistió a la reunión que mantuvo el Rey en el Real Alcázar de Sevilla el pasado 29 de junio con los representantes de 45 empresas andaluzas.

El presidente de Dcoop transmitió al Rey las inquietudes de las cooperativas.

Iniciativa de la Casa Real

Dcoop se sumó a la donación de alimentos impulsada por la Casa Real en colaboración con Cruz Roja Española. A través de esta iniciativa, se aportó a familias necesitadas de varias comunidades autónomas leche y aceite de oliva virgen extra Dcoop.

La partida destinada por Dcoop a este fin benéfico se suma a la colaboración de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva, que también aportó aceite altruistamente en esta acción solidaria.

Dcoop Vinos-Baco pone en marcha una campaña de ventas a favor de Cáritas Toledo

La Sección de Vinos de Dcoop-Baco, Cáritas Diocesana de Toledo y la Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Toledo han firmado un convenio de colaboración para paliar los efectos del Covid-19 en las familias más vulnerables de Toledo. El objetivo de esta campaña a favor de Cáritas Diocesana de Toledo es recaudar fondos a través de la venta de estuches del Vino Dominio de Baco, cuyo destino serán familias desfavorecidas de Toledo y provincia, cuya situación se ha visto agravada por el Covid-19.

Dominio de Baco donará la totalidad de lo recaudado en redes sociales a Cáritas Diocesana de Toledo de la venta de 200 estuches de vino y el 10% del valor de los siguientes estuches, que se vendan en el área de influencia de Cáritas Toledo hasta el 31 de diciembre de 2020, hasta un máximo de 1.200 estuches de tres botellas. Estos estuches serán comercializados en el espacio online solidario dominiodebaco.com creado para esta acción concreta, en establecimientos colaboradores de hostelería y centros de Cáritas.

De esta acción ya se hizo una experiencia piloto en la ciudad donde se encuentra ubicada la sede de la sección de vinos de la cooperativa, Alcázar de San Juan. Se pretende ahora desarrollar la acción solidaria de forma completa en Toledo como capital de Castilla-La Mancha con la colaboración solidaria de la Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Toledo.

Ovipor actualiza la venta directa en la web y cooperativas para acercarse al consumidor

Como consecuencia de la situación actual, marcada por una notable caída de la demanda del consumidor de productos de la dehesa que conlleva precios más asequibles, así como un profundo cambio de la demanda de los canales tradicionales, desde Ovipor se ha apostado por acercar más al consumidor final a las tiendas de las cooperativas para lograr que se aprecie el trabajo de la gente del campo y el cuidado que se pone en obtener productos de cercanía, naturales, seguros, de calidad y respetuosos con el medio ambiente. "Con ello ayudamos a mantener vivas cientos de miles de hectáreas de dehesa que, si no fuera por nuestros animales – cabras, ovejas, vacas y cerdos ibéricos –, quedarían abandonadas".

Bodegón de productos de Ovipor.

Desde Ovipor se considera "que el consumidor actual será cada día más emocional y exigente en sus compras de alimentos". "Tendremos que enseñarles a nuestros interlocutores en la sociedad europea (consumidor, distribución y administración) el esfuerzo que diariamente hacemos las mujeres y hombres del campo para que sepan apreciar nuestro trabajo, nuestras producciones y el efecto tan beneficioso que nuestra labor aporta para mantener los ecosistemas donde sustentamos la ganadería extensiva", explican en una nota.

Ovipor es una cooperativa onubense dedicada a la comercialización de las producciones de la ganadería extensiva. A su vez, Ovipor inició junto a otras cooperativas andaluzas procedentes de Procasur, la fundación de la división caprina de Dcoop para la comercialización de leche, hoy convertida en la mayor cooperativa de producción de leche de cabra de Europa.

Lucena Olivarera consolida su estrategia para pasarse a la energía verde con paneles solares

La Cooperativa Olivarera de Lucena ha dado un nuevo paso en la consolidación de su estrategia verde, para lo que ha colocado 265 paneles solares en la cubierta de sus instalaciones y ha puesto en marcha dos puntos de recarga de vehículo eléctrico.

La implantación de estos 265 paneles solares de 335 Wp, que ofrecen una potencia total de 88.775 Wp, evitará la emisión a la atmósfera de 22,96 toneladas de CO2 anuales, equivalente a plantar 46 árboles cada año. Hablamos de un centro que tiene un consumo de 1.664.778 kilovatios por hora al año y que, tras la instalación del campo de paneles solares, cubrirá con ellos el 7,15% de su consumo.

"La instalación no va a lograr la autosuficiencia, pero sí viene a paliar el alto coste de la energía, que es el segundo en importancia en el proceso de molturación de la aceituna tras el coste salarial. Aunque, lo verdaderamente importante, es que consolida la estrategia ecológica de la cooperativa", explica el gerente de la almazara, que añade que ya habían implementado otras medidas para disminuir la carga energética.

Entre ellas, la valorización del alperujo, a través de Oleícola El Tejar, y de los restos de la poda del olivar para generar electricidad a partir de ellos, al tiempo que la ceniza resultante de ese proceso vuelve al campo como complemento del abono; y destinar el hueso de la aceituna para producir agua caliente que también se usa en el proceso.

La Unión avanza en su plan de viabilidad tras salir del concurso de acreedores

En noviembre de 2016, La Unión de Úbeda, la segunda más grande de toda la provincia, toca fondo, liquida una campaña de más de 60 millones de kilos de aceituna entregada por casi 2.000 socios e inmediatamente después declara concurso voluntario de acreedores. Los informes de la administración concursal designada cuantifican la deuda en 47,3 millones de euros y las pérdidas, en 33,5 millones.

El equipo de trabajo designado para encontrar alguna salida que no fuera la liquidación la buscó con el empuje decisivo del Consejo Rector de entonces. No existen fórmulas milagrosas en los concursos, los acreedores pierden siempre, pero en este caso no lo pierden todo y además los dueños de la empresa se quedan. Resulta una segunda oportunidad para La Unión.

En abril de 2018, los titulares de más del 83% del crédito ordinario que debía la cooperativa aceptan un acuerdo y, en concreto, el 82% firman un papel por el que van a cobrar en 10 años, en el mejor de los casos un 70% y en el peor, un 27%. El compromiso es claro: recuperar el máximo dinero posible que en justicia corresponde a La Unión para cumplir el acuerdo.

El equipo asesor, compuesto por el letrado Rafael Ortiz Tafur y el economista Manuel J. Ruiz López, elabora un Plan de Viabilidad entorno a tres ejes de actuación: mantenimiento de la actividad, recuperación de saldos a favor de la cooperativa y tramitación de expediente de responsabilidad civil derivada de la declaración de concurso.

A día de hoy, aún lejos de conseguir las cifras pre-concursales, los socios ascienden a 1.500 y la aceituna a 30 millones de kilos.

Instalaciones de La Unión de Úbeda (Jaén).

Se están consiguiendo ventajas competitivas importantes para los socios fieles, optimizando los procesos de producción y gestión que abaraten los escandallos, maximicen los rendimientos y logren la mejor calidad posible en los aceites que den lugar a mayores precios de liquidación. Calidad y la excelencia, de ahí los premios y reconocimientos logrados y los que están por venir.

En las campañas 2017-2018 y 2019-2020 Unión de Úbeda ha conseguido el primer premio al mejor aceite ecológico de Dcoop y en el caso del de cosecha temprana, la cooperativa ha merecido el reconocimiento de Mejor Maestro de Almazara también de Dcoop en la presente campaña 2019-2020.

El segundo eje fundamental del plan de viabilidad es la recuperación de saldos deudores procedentes de anticipos entregados a socios antes del concurso, facturas pendientes de cobro de clientes, importes retirados de la sección de crédito antes de la declaración del concurso y sobreprecios recibidos por los socios. En esta tarea está totalmente volcado el equipo asesor jurídico y económico de la cooperativa y hasta el momento se ha logrado recuperar más de un tercio del total previsto.

Hay que destacar el importante consenso que se ha logrado en la aceptación de las reliquidaciones, en el que se incluye el grupo de mayor volumen de la cooperativa que, junto con otros cuatro socios que le siguen en importancia, han devuelto en los últimos meses más de 800.000 euros por sobreprecios.

El tercer y último eje incluido en el plan de viabilidad está relacionado con la Responsabilidad Civil emanada del procedimiento concursal. El pasado mes de junio se procedió al pago del montante del ejercicio 2020 comprometido en el convenio con los acreedores. Con este sumamos más de 5 millones de euros reintegrados. La Unión seguirá trabajando al máximo para sus socios y acreedores, ese es su compromiso, para cuya reconstrucción es fundamental poder contar con todos.

JAVIER GONZÁLEZ DE LARA
Presidente de la CEA y Vicepresidente de la CEOE

"Éxito es la palabra que define el cooperativismo alimentario"

Antes de nada, ¿cómo está siendo el impacto de la crisis del Covid19 en la economía española?
La grave crisis económica y social que se está fraguando en nuestro país no responde a un problema de la estructura del sistema productivo. Nuestra economía y nuestras empresas venían funcionando dentro de una normalidad y nuestro objetivo es regresar a esa normalidad, aquella que, por ejemplo, nos hacía crecer en Andalucía en un 2% anual antes de esta crisis sanitaria.

Por tanto, estamos entrando en una situación de crisis que afortunadamente no es estructural, ni del sistema productivo, sino principalmente sanitaria. Y creo que es importante resaltar esta idea, y que todos la tengamos claro, porque el origen de esta crisis es ajeno al mundo empresarial.

Al ser ajeno al mundo empresarial, su solución no requiere cambiar el modelo productivo. En todo caso, lo que necesitamos es hacer más productivo el modelo. Tener más capacidad para seguir haciendo empresa, con financiación suficiente, con un marco jurídico y administrativo adecuado.

"El desafío empresarial pasa por alcanzar las tres D: densidad, dimensión y diversificación"

¿Cómo calificaría el papel desarrollado por las empresas y trabajadores en general, y el sector agroalimentario en particular?
La respuesta del sector agroalimentario ha sido modélica y extraordinaria. Tenemos que agradecer públicamente el enorme esfuerzo de las empresas, empresarios y trabajadores de la distribución comercial y de toda la cadena de valor, que durante semanas y semanas se ha sacrificado de manera ejemplar y dándolo todo para garantizar el necesario abastecimiento y suministro de alimentos y productos de primera necesidad a todos los ciudadanos.

Esta experiencia única por la que ha pasado la actividad agroalimentaria evidencia que tenemos un sector de la distribución comercial y una cadena de valor de las más eficientes y competitivas de Europa.

¿Qué medidas propone para que se reactive la economía cuanto antes?
Me centraré en algunos aspectos que quiero destacar como, por ejemplo, el desarrollo de una po-

lítica laboral flexible, que facilite la adaptación de las empresas a las nuevas circunstancias económicas y sociales, así como promover la empleabilidad de las personas para que se adapten a las nuevas demandas del mercado.

Resulta también fundamental llevar a cabo una política fiscal que facilite la liquidez de las empresas y que sea consecuente con la situación actual. Lo que hemos denominado una fiscalidad más generosa con las empresas.

Todas estas medidas deben tener en su ejecución, como elemento central, la consideración de la empresa como factor estratégico para la reactivación, pues sólo desde la promoción empresarial es posible recuperar la actividad y el empleo que la pandemia ha puesto en serio peligro, y retomar por tanto los niveles de bienestar que Andalucía iba alcanzando antes de esta crisis.

¿Qué opina de las cooperativas agroalimentarias, virtudes y retos en el tejido productivo?

Las cooperativas agroalimentarias y las cooperativas en general son una fórmula más de ejercer la iniciativa privada desde la libertad de mercado para ofrecer servicios y productos y, como consecuencia, crear riqueza y bienestar social en un territorio. Una fórmula societaria que se ha desarrollado con éxito en la actividad agrícola, y cuyo éxito es un aval para que se siga practicando y desarrollándose en su avance.

En cuanto a las virtudes y retos del tejido productivo agroalimentario, desde de la visión de las cooperativas, sólo puedo pronunciar la palabra éxito. La agroindustria andaluza ha sido uno de los motores que sacó a Andalucía de la crisis económica y la que relanzó e impulsó nuestras exportaciones. Más que un caso de éxito, podríamos calificar al sector agroalimentario como "el milagro de la economía andaluza".

¿Son la dimensión y la internacionalización objetivos ineludibles?

Los retos de la dimensión y de la internacionalización son esenciales para el desarrollo futuro de las empresas andaluzas. Unos desafíos que, en la actual situación de crisis sobrevenida, tienen que abordarse ahora con mayor énfasis y esfuerzo. Con independencia de la crisis económica suscitada por el coronavirus, hay que tener en cuenta que Andalucía es la tercera economía regional de España, que ha estado liderando la exportación de manera continuada y que acoge aproximadamente a medio millón de empresas. Por tanto, considero que partimos estructuralmente de una buena base para crecer con éxito.

"La respuesta del sector agroalimentario durante la pandemia ha sido modélica y extraordinaria"

Sin embargo y a pesar de su destacado volumen de empresas, a nuestra región le queda aún recorrido para superar el desafío empresarial de lo que podríamos denominar las tres D: densidad, dimensión y diversificación. La densidad empresarial sigue siendo una de nuestras asignaturas pendientes y un objetivo prioritario para el desarrollo de Andalucía. Necesitamos más empresas para igualar la media nacional de densidad empresarial, y también tener empresas mejor dimensionadas, por cuanto nuestro tejido empresarial está bastante atomizado.

En cuanto al reto de la diversificación de la acción empresarial, ante un mundo globalizado y en constante cambio, la innovación y las nuevas tecnologías son elementos fundamentales para acelerar este proceso de la diversificación mediante la digitalización plena de la actividad empresarial.

A su juicio ¿qué desafíos tiene por delante el sector primario (agricultores y ganaderos) para adaptarse al futuro?

Cabe enumerar el cambio climático, la eficiencia energética y la gestión del agua, la innovación, la biotecnología, las exigencias de consumo y la seguridad alimentaria, así como la sanidad vegetal. Todos esos retos hay que convertirlos en oportunidades para no terminen siendo una amenaza.

Por otra parte, no se puede olvidar el profundo daño que se ha hecho, por ejemplo, a un sector de actividad, como la aceituna de mesa, que se ha visto penalizado en su capacidad de competir por cuestiones totalmente ajenas a su propia toma de decisiones. O los nuevos aranceles de la administración Trump que, aunque fundamentados en otros sectores de actividad, han afectado seriamente al agro andaluz.

En resumen, el sector primario andaluz podrá adaptarse al futuro afrontando y superando, no sin esfuerzos, retos como la digitalización, innovación, sostenibilidad, dimensión, relevo generacional, seguridad alimentaria y sanidad vegetal, entre otros.

Javier González de Lara y Sarria (Málaga, 1963) es licenciado en Derecho y máster en Mediación y Resolución Extrajudicial de Conflictos, abogado en ejercicio, empresario del sector turístico y cultural. Preside la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA). Es presidente de GARÁNTIA, vocal de la Fundación Santa María de la Victoria y vicepresidente del Consejo de la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) de la Zona Sur. Preside el consejo de administración de la empresa Málaga-Visión, S.L. y el despacho de abogados Iuris Cátedra. Además, cultiva su faceta artística de pintor marinista. Su obra forma parte de importantes colecciones públicas y privadas.

Informe de mercado

Aceite de oliva

Avanza la campaña y los precios no solo no se recuperan sino que se acercan a los niveles para activación del almacenamiento privado. A pesar de los buenos datos de salidas, al mercado le siguen pesando las existencias arrastradas del año anterior, con una gran disponibilidad para los compradores, lo que hacen que las operaciones se vayan realizando sin prisa.

A ello se une la excelente primavera que hemos tenido. Los olivos están preparados para una buena cosecha, aunque todavía está por ver si será mayor, igual o menor a la de la campaña 2018/19, algo que tampoco ayuda a recuperar los precios, con un enlace estimado superior a 500.000 toneladas.

La única medida a corto plazo que podría hacer reaccionar el mercado, es la imposición de la retirada obligatoria. Todo lo que sean acciones difusas (potenciar ecológico, nuevo etiquetado, el virgen extra en vidrio, adelantar recogida) y voluntarias, es difícil que sirvan para algo.

Mes de mayo de 2020. Aceite de oliva

Campaña 2019/20		Millones Kg
Existencias iniciales		754,9
Producción		1.119,9
Importaciones		176,5
Consumo interior	-358,8	
Exportación	-701,2	
Total salidas		-1.060,0
Existencias finales		**991,3**

Fuente: AICA

Vino

Después del parón que ha supuesto el confinamiento tanto en España como en el resto del mundo y a falta de datos exactos del conjunto del sector, analizando desde nuestra posición, podemos decir que los contratos de vino granel cuyo destino es la alimentación mantienen sus retiradas casi con normalidad. Por el contrario los contratos de vino cuyo destino final es el canal HORECA, prácticamente están parados desde el mes de marzo. Una vez planteado este escenario, también hay que reconocer, que ningún contrato al día de hoy se ha planteado su cancelación o anulación. A pesar que la caída de consumo del vino en este año, cuando tengamos los datos definitivos, será superior al 20%.

Nuestro Ministerio a través de un real decreto ha actuado con agilidad y al final de junio se han podido presentar solicitudes, por importe de 90 millones de euros. Esperamos que la cosecha adelantada en este momento en unos 10 días, sea una vendimia media alta.

Aceituna de mesa

El confinamiento y el cierre de las fronteras han conllevado la práctica paralización de todo lo referente a HORECA a nivel mundial, siendo ese segmento uno muy importante en lo que a la venta de la aceituna se refiere. La potenciación inicial de las ventas a los supermercados y a la industria que los suministra tanto a nivel nacional como internacional, apenas ha llegado a compensar parte de lo que el segmento HORECA consume habitualmente.
Por otro lado, se ha vuelto a reabrir la posibilidad de modificación al alza por parte de la administración americana de los aranceles para la aceituna española con la consiguiente incertidumbre que esto genera.

Ganadería

Vacuno de carne

Periodo marcado por la crisis del Covid que ha provocado bajadas en todas las producciones. Los pasteros cayeron bruscamente descendiendo 0,38 €/kg los machos y 0,32 las hembras para estabilizarse a mediados de Abril. En los cebados, aunque continuó la exportación y pese al incremento del consumo en los hogares, el cierre de la hostelería provocó un descenso acusado de sus cotizaciones. Conclusión, mucha incertidumbre y miedo a que la situación empeore.

Caprino de leche

El mercado de la leche de cabra mantiene una calma tensa. Los precios se han recuperado un poco, la salida de leche hacia mercados exteriores junto con la bajada de la producción debido al cambio de estación está ayudando. La evolución de los precios en los próximos meses se verá afectada por la gravedad de la crisis económica, consecuencia de la crisis sanitaria y por la evolución de la salida hacia mercados exteriores. Es fundamental que las explotaciones de nuestros ganaderos socios cumplan con todas las reglamentaciones sanitarias para poder acceder a los mercados exteriores.

Frutos Secos

El día 7/7/2020 el ministerio (NASS) facilitó los datos de la estimación objetiva de cosecha para esta próxima campaña de Almendra en California, la estimación ha sido de 3 Billones de libras, un 18% más de producción si comparamos con las cifras del año pasado. A este dato, habría que sumarle la previsión de stock que vamos a disponer de almendra de campaña pasada que se prevé que será un 30% más con respecto al año anterior.

Los precios si lo comparamos con el año pasado han caído un 35%, situación que no es de extrañar porque por un lado se ha presentado una cosecha en California para este próximo año récord histórica, y por otro lado no podemos olvidar la repercusión que está teniendo en la demanda el Covid 19 a nivel mundial, afectando a países principales consumidores de almendra como son el caso de India, España o China.

Habrá que esperar cómo evoluciona el mercado una vez comenzada la campaña, donde el Covid tendrá un papel muy importante en la manera en como pueda evolucionar el precio ya que los compradores necesitan recuperar la confianza perdida.

Continuan las negociaciones de la PAC

Continúan las negociaciones sobre el futuro período de la Política Agraria Común (PAC). Al margen de un menor presupuesto –donde ya no estará la aportación del Reino Unido que era un contribuyente neto y hay que considerar las visiones restrictivas de muchos países y la situación de crisis económica por el Covid19- la Comisión Europea ha planteado su estrategia futura denominada "Del campo a la mesa".

Esta orientación política para los próximos años incluye un calendario de acciones, algunas de las cuales chocan las necesidades actuales, provocando la reacción de los diferentes operadores. Justificándolas en un sistema alimentario justo, saludable y respetuoso medioambientalmente, las ideas más destacadas pasan por revisar el bienestar animal, fomentar la agricultura ecológica hasta alcanzar el 25% de la superficie y reducir la aplicación de productos fitosanitarios en un 50%, antibióticos en un porcentaje similar y fertilizantes en un 20%. Otras acciones versan sobre la reducción del desperdicio alimenticio, la promoción de productos sostenibles, la modificación de etiquetados, contaminación de espacios, la lucha contra el fraude, envases o la indicación de propiedades nutritivas.

La consecuencia de la implementación de algunas de estas políticas puede ser una menor productividad y también una menor rentabilidad para los agricultores y ganaderos, al verse restringidas muchas de las aplicaciones y mermarse las cosechas; también habrá que ver si los consumidores están dispuestos a pagar más dinero por unos productos más caros de producir. Cabe preguntarse si la Unión Europea nuevamente está renunciando a la soberanía alimentaria, autoimponiéndose exigencias que luego otros territorios no van a cumplir. Y curiosamente propone estas cuestiones en un momento donde se ha visto que el sector primario es fundamental para abastecer de alimentos a la población en momentos de crisis, no teniendo que depender de terceros como ha ocurrido con el material sanitario.

La sostenibilidad no solo tiene un enfoque ambiental, sino también ha de ser económicamente viable, porque lo que hacen falta medidas que ayuden a que el campo siga vivo.

Atentos a los nuevos acuerdos comerciales internacionales que se están negociando

Cuando aún continúa sin resolverse la injusta discriminación que sufre España respecto a otros países comunitarios en los aranceles impuestos por Estados Unidos (EEUU) en sectores como aceituna de mesa o aceite de oliva, se están produciendo otros movimientos relativos a acuerdos comerciales a los que habrá que estar atentos. Precisamente EEUU está revisando de nuevo los aranceles impuestos a esos dos productos, que pueden reducirse, suprimirse o aumentar, porque sigue sin resolverse la guerra comercial aeronáutica de las ayudas Airbus-Boeing. En este campo también habrá que considerar la reacción de la Administración estadounidense ante el anuncio del impuesto a las grandes corporaciones tecnológicas, que afectará a Google, Facebook o Amazon.

Por otro lado, siguen las negociaciones comerciales del Brexit, que en teoría deben aplicarse a 1 de enero de 2021. El Reino Unido es uno de los principales destinos de exportaciones agroalimentarias españolas; y en algunos borradores se habla de que impondrá aranceles a la entrada de productos, como el aceite de oliva, que pasaría a pagar una tasa superior a 1€/litro.

Patio de las instalaciones de aceituna de mesa de Monturque.

Por último está la negociación con Mercosur (Brasil, Paraguay, Uruguay y Argentina, este último país, productor vinícola y oleícola) donde hay filtración de borradores que apuntan a libre entrada a la UE de aceite de Mercosur y aranceles a la inversa. Por otro lado, Túnez está pidiendo aumentar su contingente de exportación aceitera al mercado comunitario.

Habrá exigir y estar atentos, sobre todo a las gestiones gubernamentales, que hasta ahora no han dado ningún resultado.

CRISIS DE PRECIOS EN LAS MATERIAS PRIMAS

Reflexiones sobre la ley de la cadena alimentaria

Nadie duda y siempre vamos a defender que los agricultores y ganaderos recibamos unos precios dignos y justos que le permitan sobrevivir, y de que este problema ha de abordarse con buena voluntad. Esa fue una de las grandes reivindicaciones de las numerosas movilizaciones que tuvieron lugar en los primeros meses del año, el Gobierno se vio obligado a responder con el decreto-ley de la cadena agroalimentaria, que a la hora de ejecutarlo muestra improvisación y a efectos prácticos es inaplicable. Y lo que es peor, empeora la situación de aquellos a quienes pretendía defender. He aquí algunas reflexiones al respecto.

Quizá muchos esperaban que la Administración fijara un precio mínimo de venta -por ejemplo, entre 2,40 y 2,70€/kg de aceite, según algunos estudios- pero no es así, puesto que esa concreción la deja en mano de los productores. Entonces ¿cuál es el precio mínimo si: existe gran variabilidad en las explotaciones (montaña, secano, regadío, explotaciones más o menos productivas, mayor o menor mecanización) y en las propias industrias transformadoras primarias? ¿tendrán que elegir los agricultores y ganaderos aquella cooperativa que sea más eficiente o más competitiva para sus gastos? Un mismo productor no tiene una explotación homogénea

Si ya hubiéramos fijado costes mínimos –por ejemplo, por acuerdo de asamblea general a 0,25€/litro de vino- estaríamos marcando un tope por debajo del cual no se puede vender para no incumplir la ley. Esto significa que le estamos dando a los demás la ventaja de ofrecer por debajo, porque podrían establecerlo por debajo (0,23€/litro), lo cual podría abrir una competición de precios a la baja. Además, el comprador lo tendría muy fácil, puesto que solo tiene que saber los costes de producción de cada cual y siempre irse a los más baratos, lógicamente. Y se abre la derivada del problema estructural del sector, que es la concentración de la oferta: es imposible que haya precios homogéneos si existe una gran cantidad de vendedores, como ocurre ahora con la falta de unión.

Pero es que este escenario trae consecuencias más graves aún:

-Si fijamos un coste de producción y el mercado se sitúa por debajo, como ocurre ahora en el aceite, ¿significa que no podemos vender hasta que llegue a nuestro precio? Es decir, aquellas explotaciones menos competitivas o con costes más altos se pueden pasar años sin ingresos; eso está ocurriendo ya con algunas almazaras que decidieron no vender por debajo de un precio mínimo y llevan varias cosechas atrasadas. Si el precio mínimo fuera 2,50€ ¿cuántos meses pueden pasar sin percibir ingresos hasta que se alcance nuevamente ese precio en una situación como la actual?

-Mientras existan producciones más competitivas que las nuestras, no podremos comercializar las nuestras, algo que ya ocurre en la práctica, pero que ahora está impuesto por una ley. Y si siguen legales y vigentes –que seguirán, aunque estamos indudablemente en contra- las importaciones de productos, será imposible competir con otros países con costes muchos más bajos.

Se insiste en que agricultores y ganaderos cubran costes, pero no parece que esta ley ayude

-¿Qué hacer con los productos perecederos, como la leche de cabra si no se cubren los costes de producción?

También está el fuerte poder de la distribución, que en algunos casos llega hasta supervisar los costes de sus proveedores, con lo cual la presión a la baja va a continuar. Además, si los vendedores fijan y llegan a conocerse sus precios mínimos, obviamente comenzarán comprando por los más baratos, perdiéndose la relación habitual de mercado. Yo, comprador, no tengo que hacer nada, porque me sé los precios a los que tiene que vender cada uno. Y para más colmo el comprador –al saber ese precio- va a presionar a la baja en momentos altos para llegar a ese precio, argumentando que a ese precio se cubren costes.

Hay quien afirma que la responsabilidad de cubrir los costes de producción recae siempre en el comprador, a quien se sancionaría. Pero no solo no está claro que sea así, sino que la situación ha empeorado desde el momento en que, esos compradores están exigiendo ya que en los contratos figure expresamente que se cubren los costes de producción, para salvarse las espaldas. En una situación crítica y excedentaria muchos lo reflejarán por necesidad de tener ingresos, aunque no sea cierto.

Se insiste en que hay que trabajar por que todos los agricultores y ganaderos cubran costes, pero no parece que esta ley así ayude, más bien puede traer consecuencias peores. Eso sí, vamos a estar entretenidos con ella en los próximos tiempos, mientras otras medidas y soluciones no acaban de llegar. Que cada uno saque sus conclusiones.

Para que funcione la ley de la cadena alimentaria, tiene que haber tres condicionantes:

-mecanismo de retirada obligatoria de producto para todo el sector

-el Ministerio ha de fijar el precio de coste

-prohibición de importaciones o preferencia de productos comunitarios.

…y lo que tenemos que hacer

Dcoop viene informando de las numerosas actuaciones que habría que desarrollar para intentar revertir la situación del sector oleícola, algo que también traslada a través de Cooperativas Agroalimentarias. También en el Ministerio ha propuesto las suyas a primeros de junio, muchas de ellas ya presupuestas. A saber ambas:

-Autorregulación. Lo ideal sería el mecanismo de retirada obligatoria de aceite –como ocurre con el vino y que es factible en el mercado comunitario- en situaciones críticas como la actual, que implicaría a todos el sector. De no poder ser, la autorización para la retirada voluntaria, que ya comienza con los problemas de aplicación al ser opcional.

-Almacenamiento privado. La licitación vigente no ha permitido recuperar los precios y estamos cerca de los precios fijados para su activación. Debe prepararse un mecanismo mucho más ágil, cuantioso en volumen y dotado de recursos. El Ministerio lo ha pedido a la Unión Europea, pero no hay últimas noticias.

Dcoop viene informando de sus propuestas para tratar de revertir la crisis de precios

-Consumo. Hay que aumentar la demanda del producto en todo el mundo para darle salida al incremento de producciones. Para ello son necesarias estructuras dimensionadas capaces de hacer ese trabajo.

-Concentración de la oferta. Seguir trabajando en la unión para tener mejores oportunidades en el mercado. Desde las Administraciones nunca se han desarrollado medidas atractivas para fomentar esto, solo buenas palabras.

-Fomento de la calidad y lucha contra el fraude. El Ministerio propone como soluciones adelantar la cosecha, marcas para el olivar tradicional y fomentar el olivar ecológico -¿estará dispuesto el consumidor a pagar más por ello?- algo relacionado con las nuevas políticas agrarias comunitarias.

-Ayudas. El Ministerio propone ayudas específicas para el olivar menos competitivo y para la reestructuración, pero sin concretar nada hasta la nueva Política Agraria Común (PAC).

-Comercio internacional. No hay nada nuevo sobre la situación de los aranceles con Estados Unidos o las negociaciones de acuerdos comerciales con Mercosur y tras el Brexit.

-Plantaciones e importaciones. Para que tengan efecto, hay que prohibirlas para todo el mundo.

Dcoop participa en la implementación del piloto del método Sensolive_Oil

El Grupo Operativo Sensolive_Oil nació para dar paso a la transferencia de la innovación al sector del proyecto que hace siete años pusieron en marcha la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español, el Gobierno de España y la Junta de Andalucía, para buscar nuevas tecnologías complementarias el panel test a la hora de clasificar comercialmente los aceites de oliva vírgenes. Un método instrumental sólido y fácilmente estandarizable para que cualquier empresa tenga acceso a su implantación.

Todos estos años de trabajo han servido para que el campus de excelencia internacional agroalimentario ceiA3, grupos de investigación de la Universidad de Córdoba y de la Universidad de Granada identificaran tecnologías muy prometedoras y desarrollaran modelos que, partiendo de las señales instrumentales, ayuden a la clasificación de los aceites de oliva vírgenes: la cromatografía de gases acoplada a espectrometría de masas y la cromatografía de gases acoplada a espectrometría de movilidad iónica.

Gracias al proyecto innovador de grupos operativos Sensolive_Oil, empresas del sector tienen la oportunidad de testar la eficacia de los modelos desarrollados para verificar las distintas categorías de aceites de oliva vírgenes en condiciones de trabajo a tiempo real.

Un proyecto de innovación de grupos operativos supra-autonómicos, de la Asociación Europea para la Innovación (AEI-Agri), que se enmarca dentro del Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2020 y financiado con fondos FEADER (Europa invierte en las zonas rurales).

En concreto, el Grupo Operativo Sensolive_Oil, cuenta con una cofinanciación de la Unión Europea del 80% de una inversión total de 518.127,06 euros. En él se integran, como miembros de la agrupación solicitante de las ayudas, la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español, el campus de excelencia internacional agroalimentario ceiA3, la Universidad de Granada, y tres empresas del sector que participarán en la implementación de los pilotos (Dcoop, Sovena y Deoleo) para la validación como método de autocontrol. Esas empresas facilitarán muestras que pasarán por su panel de cata como paso previo a ser sometidas a la determinación instrumental y posterior clasificación.

Las muestras cuya clasificación por los modelos de un resultado discordante con el panel interno, pasarán a ser estudiadas por los laboratorios oficiales, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía que serán miembros colaboradores del Grupo Operativo.En el proyecto se contará con el apoyo científico de la Universidad de Córdoba como miembro subcontratado para dar asistencia técnica a los miembros participantes.

Con los resultados de la primera fase de los proyectos piloto, por una parte, se dispondrá de información para afinar los procedimientos, así como las herramientas de normalización de señales y los modelos matemáticos aplicados a cada una de las tecnologías, y por otra, servirá para validar la idoneidad de dichos modelos.

El Grupo Operativo se volcará, asimismo, en la divulgación de estos avances, para que las empresas puedan seguir el avance de los pilotos y de esta forma prepararse para adoptar unas tecnologías y metodologías en las que el sector tiene puesta su esperanza.

Cata de aceite del panel de Dcoop.

Unión Europea
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural
Gobierno de España
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
PNDR
Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2020

Dcoop presta apoyo en la confección del REAFA

En el mes de julio, Dcoop celebrará junto a sus cooperativas asociadas, una jornada formativa sobre el Registro de Explotaciones Agrarias y Forestales de Andalucia (REAFA). Dicha jornada técnica se realizará por videoconferencia, con los medios telemáticos de los que disponemos en el grupo y que permiten que dicha jornada sea provechosa para los asistentes.

Recordemos que el REAFA, junto con el Documento de Acompañamiento al Transporte (DAT), se reguló mediante Decreto en octubre de 2018. En octubre de 2019 se publicó la Orden que regulaba los procedimientos de inscripción. El Registro, al igual que la PAC, combina información geográfica y alfanumérica. Es un instrumento de carácter obligatorio y estará compuesto por casi 300.000 explotaciones de la región, que se inscribirán de oficio por la administración (Solicitantes de la PAC, efectivos productivos declarados por las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas, OPFH, Registros de Agricultura Ecológica, Registros de Explotaciones Ganaderas, de Producción Integrada, etc.) o a instancia de los titulares (estimamos que será necesario la inscripción de unas 45.000 explotaciones que no entraran de oficio). De aquí parte la celebración de la jornada en esta fecha. Las cooperativas han acabado de tramitar la PAC2020 de sus socios a finales de junio y pueden prestar su apoyo a aquellos socios que no tramitan la PAC y que necesitan inscribir su explotación lo antes posible, al objeto de poder entregar sus producciones la próxima campaña de aceituna.

La herramienta informática de elaboración del REAFA, presenta numerosas similitudes con el programa de gestión de la PAC, por lo que la jornada ha sido dirigida por el personal encargado, dentro de la Sección de Suministros y Servicios del Grupo, de apoyar a las cooperativas y agricultores y ganaderos en dicha gestión. Como ocurre con la PAC, como paso previo a la presentación de los formularios de inscripción en REAFA o de la declaración anual gráfica de producciones agrícola, es necesario delimitar gráficamente la explotación o los cultivos, a través de las herramientas de la Junta.

La Consejería de Agricultura ha habilitado un modelo de autorización que concede el agricultor a los técnicos de su cooperativa, una habilitación múltiple, que permitía gestionar, inicialmente, hasta 50 titulares. DCOOP solicitó a la administración autonómica, a través de Cooperativas Agroalimentarias de Andalucia, que se permitieran habilitaciones masivas de un número superior al indicado, al objeto de que las cooperativas puedan gestionar todos los expedientes de sus asociados. Además de esa habilitación, se solicita que las cooperativas puedan realizar antes de cada campaña de recepción, descargas masivas del parcelario de los socios que hayan autorizado, recibiendo además en cada entrega, el origen parcelario de la mercancía de sus agricultores, concordante con esta información, a través del futuro envío del DAT telemático.

Si toda esta información se coordina y sincroniza de manera adecuada, podemos estar ante una mejora importante de la trazabilidad de todas las producciones, objetivo fundamental de estos registros, aumentando la Seguridad Alimentaria.

Dealmaltea estudia el uso alimentario de la capota de almendra

El auge del sector de la almendra, la contribución de la economía circular al desarrollo sostenible y la calidad nutricional de este fruto seco ha llevado a Dcoop y a su socia De Prado a desarrollar un proyecto de investigación basado en la valoración de la capota de almendra para alimentación animal que ya cuenta con el respaldo del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) y ha comenzado a dar sus primeros pasos.

El proyecto Dealmaltea, como se denomina, tiene como objetivo principal la valorización de la capota de almendra a través de su inclusión en la alimentación de pequeños rumiantes (caprino y ovino). Durante el transcurso del proyecto se determinarán las propiedades nutricionales de la capota de distintas variedades de almendra, se definirá el momento óptimo de obtención del subproducto en consonancia con la calidad óptima de la almendra, se evaluará la forma de aplicación de la capota de almendra en la alimentación animal (triturada, en harina, pelletizada, etc.) y el porcentaje de inclusión dentro de la formulación de los piensos. Por último, se analizarán los efectos de los piensos sobre los animales y sobre sus productos: efecto sobre la leche en cabras y sobre la carne en corderos.

España se encuentra entre los líderes mundiales en producción de almendra, con Andalucía como segunda región productora y en auge. Teniendo en cuenta la importancia del cultivo de almendra en nuestro país, así como de los ganados caprino y ovino, este proyecto supondrá una clara innovación en el uso de la capota de almendra, que tendrá un impacto económico positivo para la producción de este fruto seco al valorizar su subproducto y al generar una economía circular.

Alternativa ecológica al olivar tradicional

La evolución del mercado del aceite de oliva de los últimos años ha provocado cambios repentinos en el cultivo del olivar, generalmente hacia producciones más intensivas y mecanizadas, tratando de maximizar la producción y recurriendo a cosechas tempranas para obtener aceites de mayor calidad. Pero no todas las circunstancias permiten la transformación del olivar tradicional a este moderno olivar superintensivo, por lo que la producción ecológica puede ser una buena alternativa para diferenciar el aceite producido en el olivar tradicional y hacerlo más competitivo.

Es obvio que la situación actual del mercado del aceite de oliva, con producciones cada vez mayores, una gran atomización de la oferta y una demanda bastante concentrada está provocando una gran incertidumbre a los olivareros, preocupados por la viabilidad de sus explotaciones. Por tanto, es necesario saber diferenciar el producto para obtener un mejor precio de liquidación.

Un valor añadido que se le puede aportar al aceite de oliva es el de ofrecer un producto 100% seguro y respetuoso con el medio ambiente y eso se consigue a través de la certificación de la producción ecológica. Las grandes cadenas de distribución son cada vez, más exigentes con la no presencia de residuos de productos fitosanitarios entre los productos que comercializan y para ello invierten importantes sumas en realizar análisis para detectar posibles positivos. Sus exigencias de calidad, les lleva a solo aceptar productos con residuo cero.

Este problema tan importante queda solventado cuando se recurre a la producción ecológica para la que está prohibida la utilización de productos químicos de síntesis, proporcionando una garantía y una seguridad al consumidor. Obtener un producto de calidad, seguro y respetuoso con el medioambiente son las características fundamentales ofrecidas con la producción ecológica y reconocidas por el consumidor, el cual está dispuesto a pagar un mayor precio por el producto.

¿Qué tiene que hacer un agricultor para convertirse en ecológico?

1. Contratación de certificadora e inscripción en el registro de producciones ecológicas. Lo primero es contratar los servicios de una empresa certificadora. La manera de demostrar que se ha producido conforme a la normativa ecológica es a través de la certificación. Tras una auditoría inicial, la misma empresa certificadora nos inscribirá en el registro de explotaciones ecológicas. Esta empresa nos auditará una vez al año para certificar que producimos bajo norma y por tanto que nuestra producción es ecológica.

2. No tener producciones paralelas. El agricultor que pase su explotación a ecológico debe pasarla completamente a Ecológico. Compromiso de conversión totalmente a ecológico en 5 años. Debe presentar un plan de reconversión que debe autorizar la Junta de Andalucía para poner toda su explotación en Ecológico en como máximo 5 años.

3. Cumplir el periodo de conversión. Un olivar no pasa a ser ecológico de un día para otro de forma automática. Desde la inscripción de una explotación en agricultura ecológica, hasta el momento en el que se puede comercializar el producto obtenido como ecológico, está establecido que hay que pasar por el periodo de conversión. La duración de ese periodo en el caso del olivar es de 3 años. Durante estos tres años de conversión, se debe producir bajo el reglamento de Producción Ecológica, pero la cosecha obtenida no se pueda comercializar como ecológica. Por ejemplo, un agricultor que en octubre de 2020 se inscriba en producción ecológica, tienen que producir bajo la norma de Producción ecológica desde ese momento y la aceituna que coseche en 2023 será la primera que podrá comercializar como ecológica.

4. Llevar la explotación según los reglamentos Europeos de Producción Ecológica (Reglamentos CE: 834/2007 y 889/2008). ¿Qué dicen estos reglamentos? Pues a grandes rasgos, dicen que:

• No utilizar productos de síntesis química. Existen abonos, insecticidas y fungicidas de origen orgánico o mineral, que se pueden emplear, pero NO existen herbicidas. Obtener alimentos con todas sus propiedades naturales, produciendo a partir de sustancias naturales.

+ Fungicidas autorizados. Casi todos los productos cúpricos, pero no las mezclas de cobre con otros fungicidas como mancozeb o folpet.

+ Insecticidas autorizados. Bacillus contra Prays y Spinosad contra mosca.

+ Fertilizantes autorizados. Todos de origen orgánico pero existen fertilizantes con todos los elementos que necesita el olivo (N, P, K, S, Fe, Mg, B, Zn…).

+ Herbicidas autorizados. Ninguno.

• Preservar la fertilidad del suelo, abonando con fertilizantes de origen orgánico al menos 1 vez cada 3 años.

• Fomentar la biodiversidad y preservar los recursos naturales. Respeto a la fauna auxiliar, a la vegetación en los linderos y no sobre explotar los recursos naturales (como por ejemplo las aguas subterráneas….).

• Tener registro documentado

Olivar tradicional en Cambil, Jaén. Imagen: Francisco Ortega Galán.

de todas las acciones realizadas sobre el cultivo.

5. Registros de todas las labores realizadas sobre el cultivo. La certificadora nos auditará anualmente y es necesario en dicha auditoría enseñarles todos los registros de actuaciones realizadas sobre el cultivo.

- Cuaderno de campo. Con los tratamientos fitosanitarios, fertilizantes y las labores realizadas.

- Cuaderno de contabilidad. Donde se reflejen todas las compras de insumos y ventas de cosechas realizadas en el año.

- Facturas o albaranes de todas las compras y ventas reflejadas en el Cuaderno de contabilidad.

- Fichas técnicas o etiquetas de todos los fertilizantes o fitosanitarios utilizados.

- DAT. Documentos de acompañamiento en la entrega de aceitunas con las casillas destinadas a producción ecológica rellenas.

- En caso de haber plantado nuevos olivos. Facturas o certificado del vivero que la planta no procede de OGM (organismos mejorados genéticamente). Esta nueva plantación tendrá que cumplir el periodo de conversión de 3 años.

Ventajas e inconvenientes de la Producción Ecológica

Producir según la Norma de Producción Ecológica, como todo en la vida tiene sus pros y sus contras, el agricultor y solo él, debe valorar si las ventajas de este tipo de producción compensan los inconvenientes que suponen producir de esta manera.

En el apartado de ventajas tenemos que destacar varias:

+ En primer lugar, la diferenciación de precios en la liquidación final del producto. Utilizando como fuente, el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. El precio medio en las liquidaciones de los últimos 8 años, del aceite virgen extra ecológico frente al virgen extra convencional es de 0.90 €/ Kg.

+ Otra ventaja debe venir en la nueva PAC 2020 – 2027. Aunque no se conoce todavía de qué manera y en qué cuantía. Existe el convencimiento generalizado de que en el próximo marco de ayudas PAC que se apruebe en la Unión Europea, buena parte de estas irán dirigidas a la protección del medio ambiente y dentro de este apartado, debe estar en mayúsculas la agricultura Ecológica.

+ Otra ventaja, puede ser un producto con cada vez más demanda en un mundo, el del aceite, donde las producciones son cada vez mayores, esto puede hacer que sobre aceite en los próximos años y no todo el mundo pueda vender su aceite.

+ Incluso otra ventaja puede ser la imagen del agricultor. La agricultura ecológica hace que el consumidor no considere al agricultor como un mero obtentor de productos. Hay que poner en valor que, los agricultores, con su actividad, mantienen vivo el medio rural, su cultura y sus tradiciones y protegen la naturaleza.

Por otro lado, en el apartado de inconvenientes tenemos que destacar algunos:

+ Toda la explotación en 5 años debe estar sujeta a las normas de Producción Ecológica, por lo que no se permiten las producciones paralelas. La explotación o es ecológica o es convencional.

+ No se pueden usar herbicidas. Ya hemos visto que los fertilizantes, en los fungicidas, incluso en las 2 plagas más importantes del olivo, estamos cubiertos. Sin embargo, en el tema herbicidas, el agricultor debe aprender a manejar su explotación sin usar herbicidas. Labores de arado y sobre todo desbroce deben incluirse en las labores a realizar. Por suerte los equipos de desbroce disponibles en el mercado son cada vez más eficaces y económicos. Además, se ha demostrado que disponer de una cubierta vegetal tiene muchas ventajas, frente a los suelos desnudos que presentan muchas plantaciones manejadas con herbicidas.

+ Las unidades fertilizantes de nitrógeno y de fósforo son más caras. Los fertilizantes solo pueden ser origen natural, eso implica que las unidades fertilizantes nitrogenadas y de fósforo sean bajas, por lo que, los primeros años, es necesario aportar mayor cantidad de estos fertilizantes para restituir las extracciones de las cosechas, a cambio, se aporta materia orgánica que con el tiempo mejorará el suelo de manera importante y hará que aplicando menos unidades fertilizantes, éstas se aprovechen mejor, por eso decimos que hay que aportar más cantidad de fertilizante los primeros años.

Para más información, contacte con el técnico de Dcoop en su cooperativa.

Tiena, el olivar que mira al futuro sin olvidar la tradición

Aceites El Cortijillo, de Tiena, es una cooperativa olivarera del Grupo Dcoop que presta servicio en el término municipal conocido como Pueblos de Moclín, situado al noroeste de la provincia de Granada y enclavado entre el Poniente Granadino y los Montes Orientales que separan el río Velillos. Con poco más de mil habitantes, Tiena vive prácticamente en exclusiva del cultivo del olivar tradicional y el dinamismo comercial que generan las familias que residen en el pueblo, como tantos otros municipios de Andalucía oriental.

Amplios marcos, varios pies, secano y en pendiente. Así es el olivar, en un 90% picual, al que atiende la cooperativa desde 2002. Y desde mucho antes, ya que El Cortijillo es heredera de El Charcón, una explotación comunitaria nacida en 1987. Lo primero que se hizo tras constituirse fue instalar un peso en unos terrenos ubicados en la loma y empezar a comercializar la producción de manera conjunta. Por entonces, apenas llegaban a 110 socios. No sería hasta el verano de 2005 cuando contaran con su propia fábrica para molturar aceituna. El primer año recepcionaron 908.000 kilos de aceituna de los que extrajeron 231.000 kg de aceite. Afortunadamente, tanto la producción como el número de socios y socias, que hoy suman 315 cooperativistas, fueron creciendo hasta alcanzar el récord de cosecha en la campaña 2018/2019, cuando Aceites El Cortijillo molturó 7.600 toneladas de aceituna. En todo este tiempo, la cooperativa no ha parado de invertir para incrementar su capacidad de producir más y mejores aceites (un 75% de la producción de El Cortijillo es de categoría virgen extra). Aquella fábrica que en su día parecía ser demasiado grande para las necesidades de los socios presentes, pronto se quedó pequeña para atender las demandas de agricultores de la zona.

Tras la inversión inicial, se han llevado a cabo hasta tres ampliaciones con una inversión total de 800.000 euros, destinadas a las siguientes actuaciones: se ampliaron los depósitos de la bodega de 18 a 25 y de un solo molino de trituración de aceituna a dos. En el patio se ha duplicado la capacidad de recepción y limpieza de aceituna con la ampliación de una tercera línea de 90.000 kilos hora de capacidad, se han ampliado de 4 a 6

FICHA DE LA COOPERATIVA

José Molina Atienza
Presidente

SCA Aceites El Cortijillo
Ctra. Puerto Lope km 2
18248 TIENA (Granada)
Email:
aceitescortijillo@hotmail.com
Tel: 958958074
Fax: 958958075

Año de fundación: 2002
Producción media: 4.580.028 kilos
Actividades: Gasóleo A y B, venta de abonos y fitosanitarios, gestoría, PAC y asesoramiento técnico de campo

Consejo Rector:
Presidente: José Molina Atienza
Vicepresidente: Enrique Pérez Sierra
Secretario: José Prieto Ruiz
Vocales: Francisco José Camarero Sánchez, Antonio José Cárdenas Santos, Antonio Gámez Barrera, Antonio Martín Lahaba, Miguel Sanchez Molina, Juan Bautista Ureña García, José Prieto Aviles, Antonio López Moreno

las tolvas de espera molino todas ellas de acero inoxidable y se han sustituido todas las bandas de las cintas transportadoras por bandas alimentarias homologadas.

En el interior de la fábrica se ha instalado una línea más de extracción de aceite, pasando de dos líneas de 90.000 kilos/día, a tres, esta última de 150.00 kilos/día. Se ha instalado además otra centrífuga vertical nueva para el lavado y limpieza del aceite. Y sobre todo se han hecho mejoras importantes en el control y automatización del funcionamiento de todos los sistemas de producción de la fábrica, resultando una fábrica moderna y muy funcional. Por último, se ha mejorado el patio de almacenamiento del hueso.

El futuro

Pero el olivo de secano es muy vecero y las campañas buenas y malas se van alternando haciendo que la producción fluctúe como el filo de una sierra, así que la última ha venido escasa. Ante este panorama, el presidente de la cooperativa, José Molina Atienza 'Tati', trata de explicar que hay que buscar soluciones a todos los niveles para hacer viable el olivar tradicional preponderante en la zona, cuya supervivencia se ve seriamente amenazada por el bajo nivel de precios a los que cotiza el aceite de oliva. "En las circunstancias actuales el olivar tradicional es insostenible. Al margen de las necesarias medidas externas que mejoren el nivel de precios actual, internamente, el futuro pasa por modernizar las explotaciones para reducir costes y mejorar la producción, reconducir nuestro olivar hacia sistemas más intensivos, ampliación de regadíos para lo que estamos preparando una solicitud de concesión de agua y la producción en ecológico, que también podría ser otra vía que estamos contemplando, pero los cambios en este sector son muy lentos, difíciles y costosos".

Dcoop 2.0.-

Los productos de Dcoop

Monodosis de aove y vinagre

En las circunstancias actuales en las que se ha restringido el uso de aceiteras y recipientes de uso compartido, las monodosis individuales surgen como la opción más práctica, económica y segura para los establecimientos de hostelería. Por ello Dcoop acaba de lanzar una nueva gama de aceite de oliva virgen extra y vinagre de vino con marca Dcoop en tarrinas de 10 ml y en botella exclusiva de 20 ml. De esta forma se pone a disposición de la hostelería local, a través de nuestras cooperativas, unos formatos adaptados a las restricciones actuales. Las tarrinas de aceite de 10ml se presentan en un expositor de 130 unidades y las botellas de aceite de 20 ml en cajas de 300 unidades. Por su parte, las tarrinas de vinagre de 10ml se presentan en cajas de 500 unidades y las botellas de vinagre de 20 ml en cajas de 300 uds.

Concurso fotográfico de Dcoop

1.

2.

3.

Si deseas participar en la siguiente edición envía tus fotos (mínimo un mega) antes del 15 de septiembre indicando tu nombre completo y el de tu cooperativa, y una descripción de las mismas con localización geográfica, a esther.ontiveros@dcoop.es. Los autores de las 3 mejores fotos serán premiados con productos Dcoop (las fotos se podrán destinar a uso interno).

1. Campo de amapolas en Alcázar de San Juan (Toledo), 2 de mayo, primer día de desconfinamiento. **Juan Luis Mena Octavio**. SCCM San Lorenzo, de Alameda de Cervera. **2.** La flor del olivo a punto de florecer en El Duende. **Francisco Ortega Galán**. SCA San Marcos, Mancha Real (Jaén). **3.** 'A vista de pájaro'. Paraje de Los toscares, en La Rambla. **Nuria Elcinto Velasco**. SCA Olivarera y Cerealista Nuestro Padre Jesús de La Rambla (Córdoba).

¡Nuevo canal de comunicación!

Si quieres recibir noticias y contenidos de interés de nuestra cooperativa, ahora puedes hacerlo a través de Whatsapp.

¡Así de fácil!

1

Guarda
nuestro número
616 830 855

2

Envianos un
WhatsApp con
la palabra **ALTA***

3

Recibirás al instante un
mensaje de bienvenida
al grupo de
WhatsApp Dcoop**

4

Te enviaremos
noticias y
contenidos
de interés

*Servicio gratuito
*Puedes consultar las condiciones legales en www.dcoop.es/whatsapp

DCOOP
Tierras con Alma

Síguenos:

www.dcoop.es

Nuevas monodosis de Dcoop

Especial Hostelería

MONODOSIS ESPECIAL HOSTELERÍA

Dcoop lanza una nueva gama de monodosis de aceite de oliva virgen extra y vinagre para Hostelería. La opción más práctica, económica e higiénica para tu establecimiento.

Disponibles a través de las cooperativas de Dcoop.

FORMATOS: TARRINA 10ml y BOTELLA 20ml

DCOOP
Tierras con Alma

Síguenos:

www.dcoop.es