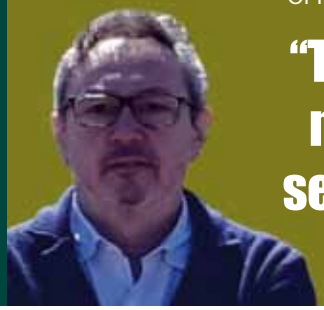
DCOOP

Revista trimestral · nº90 · Primavera 2021



Entrevista a Francisco de Santiago
OPFH de Frutos Secos Dcoop

"Tenemos los medios para ser líderes en almendra"

Esperanza para la vida en los pueblos

Almendros en flor. María Elena Valverde de la SCA Olijavena de Loja (Granada)

Dcoop presenta el nuevo Plan de Igualdad 2021-24

Nuevos éxitos en los premios de la DO La Mancha

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

Sumario

3 Plan de Igualdad de Dcoop 2021-24

5 Dcoop abre tienda en Amazon

10-11 Entrevista a Francisco de Santiago

20-21 Reportaje a Brazatortas

Dcoop nº90 Primavera 2021

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 *Tregua definitiva*

Aunque no por deseado, ha causado una agradable sorpresa la suspensión temporal de los aranceles de entre la Unión Europea y Estados Unidos. El hecho de que Europa hubiera respondido hace poco con la misma moneda y el nuevo talante con la presidencia estadounidense de Biden parecen haber ayudado.

En lo que nos toca es una buena noticia para nuestras exportaciones de aceite, vino y aceituna de mesa, que han sufrido un impacto tremendo con ese pago adicional de un 25% que ha dejado a los productos españoles fuera de mercado: España ha pasado de ser el primer exportador aceitero a EEEUU al tercer lugar.

Esperemos que esta tregua sea definitiva y que mejoren las relaciones entre ambos mercados por el bien de todos.

Agenda

Publicaciones

Despoblamiento y desarrollo rural. Propuestas de la Economía Social es un libro promovido por el Instituto Universitario de Investigación en Economía Social, Cooperativismo y Emprendimiento y editado por Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa con el patrocinio de la Generalitat Valenciana. En él se recopila el trabajo de 28 autores que reflexionan en torno a estas realidades y su problemática, aportan propuestas y comparten experiencias de desarrollo rural promovidas por entidades de la economía social.

En primer lugar se contextualiza el medio rural en España a partir de datos estadísticos y cartográficos; se destacan los factores que inciden en su despoblamiento; se analizan algunas de las problemáticas que experimenta la población que vive en el medio rural, y se plantean propuestas para revertir los procesos de despoblación y despoblamiento. Y en segundo lugar se recogen diversas experiencias de éxito que ponen de manifiesto el potencial de la economía social para poner freno al despoblamiento e impulsar el desarrollo en el medio rural, potenciando los recursos del entorno, el papel de las mujeres, la educación en la escuela rural o la formación.

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.

EN UN TALLER DE CATA ON LINE CELEBRADO EL DÍA DE LA MUJER

Dcoop presenta su nuevo Plan de Igualdad de Oportunidades

Dcoop se ha sumado a los actos de celebración del 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, con un taller especialmente dirigido a las cooperativistas del campo, productoras de aceite, aceituna de mesa y vino que comercializa en el que ha dado a conocer su nuevo Plan de Igualdad 2021-24.

Personas expertas de Dcoop – Santiago García, del Departamento de Calidad de Aceituna de Mesa, Cristina González, del Departamento Técnico de la Sección de Vinos, y Mª Del Mar Díaz, del Laboratorio de Aceite - dirigieron una introducción a la cata de estos productos a través de Zoom que se retrasmitió en abierto y en directo por el canal de Youtube. En el taller participaron más de un centenar de mujeres que con su inscripción recibieron días antes en sus domicilios un lote de los productos que iban a catar: aceite Único Hojiblanco, aceitunas aloreñas y vino blanco Dominio de Baco Airén.

El taller, organizado por Dcoop con la ayuda de COAMUR, Coordinadora de Andaluza de Organizaciones de Mujeres Rurales, contó con la presencia del presidente del grupo, Antonio Luque, así como de José Antonio García Serrano, Coordinador de Programas del Instituto Andaluz de la Mujer.

Participantes en el taller de cata celebrado on line el 8 de marzo, Día de la Mujer.

Asimismo, al comienzo del taller, la delegada de la Comisión de Igualdad, Esther Ontiveros, esbozó algunos de los aspectos más relevantes del nuevo Plan de Igualdad que el Grupo acaba de depositar en el Ministerio de Trabajo, con una vigencia de cuatro años.

Esta iniciativa ha servido a Dcoop para dar cumplimiento a uno de los objetivos principales de su nuevo plan, visibilizar la aportación de la mujer socia y trabajadora como referentes tanto para el grupo como fuera de él, además de asegurarse de que se conoce la existencia de este plan y cómo acceder a su contenido.

Asociaciones de mujeres participaron desde sus instalaciones.

Plan de Igualdad 2021-24

La aplicación de políticas de igualdad en Dcoop remontan sus orígenes al plan existente hace más de una década en la planta de aceituna en Dos Hermanas (Sevilla) el cual se ha ido actualizando en diferentes ocasiones hasta llegar a esta última versión para adaptarse a la normativa.

Garantizar e integrar la igualdad real y efectiva de trato y oportunidades en la plantilla es el objetivo principal de este Plan con el que el grupo pretende que la igualdad de oportunidades forme parte de la cultura empresarial y por tanto de la estructura y gestión organizativa, para lo cual se marca como objetivos generales, entre otros: promover procesos de selección y promoción en igualdad para aminorar la brecha de género existente en algunas categorías, especialmente las directivas; formar y sensibilizar en igualdad, equilibrar la corresponsabilidad y mejorar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de hombres y mujeres en la empresa; garantizar la transparencia retributiva; y prevenir y actuar rente al acoso por razones de sexo.

Dcoop entre las trescientas mayores cooperativas del mundo

La nueva clasificación de las mayores cooperativas del planeta que anualmente realiza el World Cooperativa Monitor, y que en esta ocasión se centra en la respuesta de las cooperativas a la crisis de la Covid-19 y la contribución al ODS nº13 (Acción por el Clima), sitúa un año más a Dcoop entre las agroalimentarias más grandes de España, junto a Grupo AN.

Entre las cooperativas españolas, destacan en el Top 300 Corporación Mondragón, Mutua Madrileña, Cofares, Consum, Fundación Espriu y Cajamar. Este informe anual –el noveno ya–, aborda el impacto económico y social de las mayores cooperativas y mutuales de todo el mundo y establece una clasificación de las empresas que ocupan el Top 300, clasificaciones por sectores y analiza las respuestas que se están dando a los retos mundiales actuales: la Covid-19 y el cambio climático.

Los resultados de este año reflejan un buen funcionamiento de las principales empresas cooperativas y únicamente presentan ligeras variaciones en las primeras posiciones en los distintos sectores respecto a la edición precedente. El primer lugar del Top 300, según el volumen de facturación, lo ocupa el grupo francés Crédit Agricole, que se mantiene en la misma posición que el año pasado. Groupe BPCE ha sido remplazado por el alemán REWE Group en la segunda posición.

La mayoría de empresas del Top 300 son organizaciones de países industrializados como los EE.UU. (74 empresas), Francia (44 empresas), Alemania (30 empresas) o Japón (24 empresas).

En cuanto a los sectores más representados, el sector de la agricultura y la industria alimentaria está liderado por la japonesa Zen-Noh; la Corporación Mondragón ocupa el primer lugar en el sector de la industria y los servicios públicos; y el sector del comercio mayorista y minorista está encabezado por REWE Group.

Concretamente, 106 cooperativas del sector de la agricultura y la industria alimentaria están incluidas en el Top 300 general y 98 en el Top 300 según facturación sobre el PIB nacional. El primer lugar lo ocupa la japonesa Zen-Noh, seguida de la coreana Nonghyup (NACF), la norteamericana CHS y la alemana BayWa.

Cooperativas españolas

Por países, la primera cooperativa española que nos encontramos en el Top 300 está en el puesto 33, Corporación Mondragón, le sigue en el puesto 85, Mutua Madrileña, del sector de los Seguros; en el pueso 117, Cofares, del sector de la distribución farmacéutica, y en el 140 Consum, del sector de la distribución alimentaria. Hacia el final de la tabla del Top 300, encontramos la primera cooperativa agroalimentaria española. Concretamente, el puesto 279 lo ocupa Grupo AN y a continuación, en el 292 está Dcoop.

Covid 19

El informe deja claro que muchas de las cooperativas se han movilizado para ayudar a sus empleados, a sus miembros y a sus comunidades a superar las repercusiones sanitarias y económicas que ha supuesto la crisis de la Covid-19. En 2020 se ha mostrado que el modelo cooperativo es ahora más pertinente que nunca y que no tiene por qué tener ningún sentimiento de inferioridad ya que dispone de organizaciones de gran tamaño capaces de activar importantes recursos para hacer frente a grandes retos.

Ránking 2018	Ránking 2017	Organización	País	Tipo	Volumen de Negocio 2018 (millardos de €)	Nº de empleados
1	1	Zen-Noh	Japón	Productor	56,15	7.960
2	2	Nonghyup (NACF)	República de Corea	Productor	41,41	100.594
3	3	CHS Inc.	EEUU	Productor	32,68	10.495
4	4	Bay Wa	Alemania	No cooperativo	19,64	17.864
5	6	Land O'Lakes	EEUU	Productor	14,94	10.000
6	8	Fonterra Cooperative Group	Nueva Zelanda	Productor	14,15	22.358
7	9	Hokuren	Japón	Productor	13,86	1.950
8	7	FrieslandCampina	Holanda	Productor	13,65	23.769
9	5	Dairy Farmers of America	EEUU	Productor	13,63	8.000+
10	10	Arla Foods	Dinamarca	Productor	12,32	19.190
33	37	Corporación Mondragón	España	Trabajo	14,43	81.837
85	85	Mutua Madrileña	España	Mutual	5,79	14.285
117		Cofares S.C. Farmacéutica Española	España	Productor	3,94	2.702
140		Consum	España	Distribuidor	3,01	15.866
203	192	Fundación Espriu	España	Trabajo	1,92	6.182
279		Grupo AN	España	Productor	1,27	1.052
282	282	Cajamar	España	Servicios	1,26	6.256
292		Dcoop	España	Productor	1,19	600

Fuente: World Cooperativa Monitor. Elaboración propia.

La Green League en la que participó Dcoop dona 1.320 kilos al Banco de Alimentos

La Green League 20, iniciativa promovida por la Fundación Ecolec en la que este año han participado 9 centros de Dcoop para el fomento del correcto reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) ha recogido en su tercera edición un total de 1.320 kilos de residuos. Durante esta edición, Ecolec ha informado a más de 5.000 trabajadores en Andalucía y Cataluña, entre ellos el personal de Dcoop, superando los 10.000 desde su inicio, y ha instalado 34 puntos de recogidas de aparatos eléctricos o electrónicos en desuso, 9 de ellos en centros de trabajo de Dcoop. Una de las principales novedades de esta edición ha sido el compromiso de Ecolec a aportar el mismo peso de alimentos a Bancos de Alimentos que el peso de RAEE recogido durante la iniciativa.

Rafael Serrano de Fundación Ecolec entrega el cheque simbólico a Julián Ávalos, del Banco de Alimentos.

Además de Dcoop, la #GreenLeague20 ha contado con la participación de 15 empresas e instituciones entre las que se encuentran el Instituto de Biomedicina de Sevilla (IBIS); el Ayuntamiento de Huelva a través de Aguas de Huelva, la Fundación Real Betis Balompié, SADECO, DCOOP y las empresas de servicios municipales del Ayuntamiento de Sevilla Emasesa, Lipasam y Tussam, entre otras.

Dcoop abre tienda propia en Amazon

La venta directa a través de Amazon permite llegar a un perfil de consumidor que, por los nuevos hábitos de consumo potenciados en los últimos meses dentro del contexto de la pandemia, prefiere llenar la cesta de la compra a través de internet. Además, a partir de ahora los productos de Dcoop podrán llegar a cualquier hogar con la garantía y rapidez que ofrece una plataforma como Amazon.

De momento se puede adquirir aceite de oliva virgen extra, aceitunas ecológicas y vino, aunque la idea es ir incrementando la oferta de manera progresiva. El grupo pone a disposición de los usuarios y usuarias de su tienda en Amazon una pequeña gama para ir poco a poco ampliando la oferta a más productos.

Nueva división de subproductos de olivar

Dcoop ha creado una división de subproductos de olivar, diferente e independiente de la sección orujera actual, la procedente de la fusión con la Orujera Interprovincial de Fuente de Piedra. Se trata de atender las necesidades para procesar los subproductos de varias almazaras que no formaban parte de ninguna cooperativa orujera. A partir de esta campaña ya está operativo un centro industrial en Martos y se construirá otro en Osuna. Se han inscrito una decena de almazaras cooperativas del grupo más Oleoenergía del Sur SL, empresa con experiencia en el procesamiento industrial de orujo. Con esto Dcoop atiende la economía circular de sus socios. La sección de orujo de oliva es un área de actividad muy importante para cerrar el ciclo productivo del olivo.

Nuevos éxitos de los vinos de Dcoop en los Premios de la DO La Mancha

Los vinos premiados junto a los trofeos de las categorías en las que han resultado premiados.

Los vinos del grupo Dcoop siguen cosechando éxitos en importantes certámenes del sector, demostrando una vez más su calidad y el gran trabajo que su elaboración lleva detrás. En esta ocasión cuatro han sido los vinos reconocidos los Premios a la Calidad de los vinos embotellados, organizados por la Denominación de Origen La Mancha, en una edición cuya ceremonia de entrega tuvo que realizarse de manera telemática por las redes sociales.

En esta edición, los premios han recaído en las cooperativas del Grupo Galán de Membrilla, de Membrilla; Bodegas Símbolo de Campo de Criptana y Cooperativa San Lorenzo de Alameda de Cervera, todas ellas de Ciudad Real.

Los vinos galardonados, respectivamente, han sido Rezuelo Moscatel 2020; Símbolo Airén 2020 y dos reconocimientos para San Lorenzo con su Gran Prior Alameda Airén 2020 y Gran Prior Alameda Tinto Tempranillo 2020.

La gala virtual fue conducida por el reconocido periodista de RTVE, Pedro Carreño en un acto ágil con palabras de intervención del propio Presidente de la Interprofesión junto a la alcaldesa de Alcázar de San Juan, Rosa Melchor. La también Presidenta de Acevin felicitó a las bodegas galardonadas por sus vinos "cuya calidad ya está al nivel, por supuesto, de otros lugares del mundo".

Un esfuerzo por la calidad, que a juicio del presidente de Vinos Dcoop, Ángel Villafranca, tiene la mejor recompensa en la decisión final del consumidor al optar por un vino u otro.

Estos premios se suman a otros, de carácter nacional e internacional de Dcoop Vinos Baco, como los conocidos 'Airén por el Mundo' Premios Manojo, Gran Selección, Concurso Regional de Vinos Tierra del Quijote "1.000 no se equivocan" de Alcázar de San Juan, en los Premios Bacchus, en el concurso internacional CWSA BEST VALUE celebrado en China, los galardones de España Selección en FENAVIN o en la International Wine Challenge.

Autorizada la retirada de aceite cuando existan desequilibrios graves entre la oferta y la demanda

El día 26 de febrero se publicó en el Boletín Oficial del Estado un Real decreto mediante el cual se podrá activar, con carácter obligatorio, una retirada temporal de producto en aquellas situaciones de mercado en las que se corra el riesgo de producirse graves desequilibrios entre oferta y demanda.

Cooperativas Agro-alimentarias de España aplaude la sensibilidad mostrada por la Comisión Europea al incluir, antes de la entrada en vigor de la nueva PAC, esta posibilidad en el Reglamento de la Organización Común de los Mercados, a través de su artículo 167 bis, y valora igualmente el trabajo desarrollado por el Ministerio de Agricultura, clave para que este hecho haya sido una realidad. Este mecanismo no será necesario activar durante la actual campaña, a tenor de la situación por la que atraviesa el mercado y teniendo en cuenta la reducción en las estimaciones de producción de aceite de oliva comunicadas oficialmente por nuestras administraciones a Bruselas, que las sitúan en el entorno de 1.450.000 toneladas tras las correcciones de los aforos oficiales de nuestra principal región productora, Andalucía.

Está ahora en manos del Ministerio de Agricultura la aplicación de esta norma cuando ocurran momentos críticos en el mercado, para lo cual se tendrán que determinar los datos que la impulsen. Éstos no deben ser dificultosos para aplicar una norma que permitirá la retirada de aceites de menor calidad.

Olivarera del Guadiato culmina la fusión de la cooperativa de Belmez

Olivarera del Guadiato ha culminado el proceso de fusión que iniciara el pasado año con la Cooperativa San Isidro Labrador de Belmez tras la ratificación del proyecto de fusión por parte de las asambleas de ambas cooperativas el pasado mes de noviembre. La cooperativa refuerza de esta forma su presencia en la zona donde ya había previsto la instalación de un patio de recepción de aceituna en el polígono industrial San Antonio (PINSA) de la localidad, cuyas obras arrancarán en breve para prestar servicio la próxima campaña 2021/2022.

Señalización del futuro patio de recepción de aceituna en el polígono industrial San Antonio (PINSA).

La cooperativa de Belmez, que cuenta con otro inmueble integrado en el núcleo urbano de la localidad, se encontraba inactiva por lo que ha sido necesario renovar sus órganos sociales para poner en marcha la fusión. De momento, son 47 las personas y empresas que se han integrado como nuevos socios si bien se espera incorporar nuevos socios la próxima campaña. Durante la pasada campaña Belmez aportó unos 260.000 kilos de aceituna.

Olivarera del Guadiato SCA trabaja desde hace años en la concentración la producción oleícola de la comarca, así como en el desarrollo de actividades de servicio al agricultor socio en varios centros, ubicados en otras localidades. Esta cooperativa cuenta con centros de trabajo en Espiel y Villaharta, además de en Villaviciosa, ya que esta es la cuarta fusión que se ha llevado a cabo tras la integración de las cooperativas olivareras de Espiel (2004) y Villaharta (2011), así como de la antigua Cooperativa Agrícola Exportadora de Vinos de Villaviciosa (donde se está desarrollando un interesante proyecto de elaboración de vinos de la tierra con Indicación Geográfica Protegida). Tras esta integración, Olivarera del Guadiato alcanza ya casi los 2.000 socios entre ordinarios y colaboradores de toda esta zona de la Sierra de Córdoba y del Valle del Guadiato. A partir de la constitución de la sección de frutos secos en Dcoop, esta cooperativa se ha constituido como entidad agregadora de productores de almendra y recientemente también de pistacho de toda esta zona, adecuando las instalaciones de Villaharta como centro de recepción.

Además se han mantenido y se mantienen y la cooperativa está abierta a estrechar colaboración con cualquier cooperativa cercana, pues está convencida de que es el camino para ser más sostenibles, siempre en beneficio de los socios y el territorio.

Cuevas del Campo estrena instalaciones para seguir mejorando la calidad de sus aceites

La cooperativa Esperanza del Campo de Cuevas del Campo (Granada) ha finalizado una inversión cercana al millón de euros en la remodelación del patio y modernización y ampliación de la maquinaria de almazara. En el patio se han cambiado dos líneas enteras con la intención de agilizar y aumentar la recepción de aceituna y posibilitar la entrada de ecológico. En almazara, se ha instalado un nuevo decánter, una centrífuga y cinco aclaradores nuevos.

Las ventas de Ovipor resisten al cierre de la hostelería durante la pandemia

Explotación de cerdo ibérico de Ovipor.

La cooperativa ganadera de Huelva, Ovipor ha conseguido mantener su nivel de facturación por encima de los 20 millones de euros. En concreto, cierra el ejercicio con 21,4 millones, 300.000 euros por debajo de la cifra alcanzada en 2019. Se trata de un buen dato en un año en el que Ovipor barajaba pérdidas importantes como consecuencia del cierre del canal Horeca a causa del impacto de la Covid.

La rentabilidad de los socios ganaderos de Ovipor también se ha visto afectada por el incremento del precio de los inputs -pese a haberse registrado una cosecha récord de cereales en España-, por la especulación que se ha producido a nivel mundial con las materias primas, lo que ha llevado a Ovipor a perder un 7,8% de facturación en su sección de piensos.

Pese a ello, han crecido en socios, unidades comercializadas y también en facturación en algunas áreas de negocio. En este sentido, es de resaltar el crecimiento de un 38% en comercialización de leche de cabra, un 35% en bovino, un 15% en ibérico y un 30% en productos terminados a clientes finales gracias a la venta online ovipor.es.

Estos resultados han sido posibles gracias a la solidez que confiere a la cooperativa estar integrada en grupos de segundo grado para la comercialización de sus distintas especies. Su pertenencia a Covap, para la comercialización de cerdos ibéricos y consumo de piensos; a EA group, para la de corderos, cabritos y lana; a Dcoop, en leche de cabra; y a Bovies, en el negocio de terneros y vacas, permite a Ovipor tener mayor presencia y eficiencia en los mercados, así como aportar mayor valor añadido a sus producciones y, por tanto, a sus socios.

De cara a este 2021, en el que la cooperativa celebra el 40 aniversario de su constitución, se espera que la situación mundial se normalice y que Ovipor pueda seguir creciendo, de la mano de sus 810 socios activos y de la confianza de sus clientes. "Igualmente, queremos seguir poniendo de relieve la importancia de la actividad ganadera, de la que somos unos verdaderos apasionados, y que es la que permite mantener vivos nuestros pueblos, conservar nuestros envidiables ecosistemas, prevenir incendios y seguir proporcionando alimentos naturales y de calidad a la sociedad", concluye el presidente, Agustín González.

Sierra de Yeguas recibe el reconocimiento del Ayuntamiento con motivo del Día de Andalucía

La cooperativa Sierra Láctea ha sido una de las dos entidades que el Ayuntamiento de Sierra de Yeguas ha reconocido este año con motivo del Día de Andalucía. El Consistorio serrano ha celebrado el 28 de febrero con el habitual acto de homenaje a personas, empresas y entidades locales que, en esta ocasión, tuvo lugar en el salón de plenos municipal y recayó además de en la cooperativa, en la Agrupación de Protección Civil. En el caso de la SCA Sierra Láctea, integrada en el grupo Dcoop, se ha querido destacar su trayectoria en

la defensa de la ganadería caprina en Sierra de Yeguas. El máximo responsable de la cooperativa, Juan Miguel Sánchez, fue el encargado de recoger el reconocimiento de manos del primer edil serrano.

CorSevilla instala en su quesería placas solares para reducir 50t de CO_2 al año

CorSevilla ha dado un paso más en su compromiso por la sostenibilidad y la conservación del medio ambiente con la instalación de una planta de generación de energía solar fotovoltaica para autoconsumo en su quesería de El Pedroso.

De este modo, se ha aprovechado la cubierta de la fábrica para colocar 256 m² de módulos solares fotovoltaicos que permitirán a CorSevilla generar 60.006 kWh/año de energía verde para su autoconsumo a partir de la radiación solar, y contribuir de esta forma a evitar el calentamiento global del planeta. En total se ha estimado una reducción al año de 50 toneladas de emisiones de CO_2 y 177 kg. de emisiones de gases de efecto invernadero. Además de la conservación del medio ambiente, la instalación permitirá que en un futuro CorSevilla consiga erradicar los problemas que provocan en la fábrica los cortes de electricidad que se producen en la zona y que obstaculiza la producción en algunas ocasiones.

Panel fotovoltaico en la cubierta de El Pedroso.

Esta es solo una de las iniciativas que CorSevilla ha puesto en marcha dentro de los objetivos medioambientales que se plantea cada año y que están certificados por la norma ISO 14001 desde 2015.

FRANCISCO DE SANTIAGO
OPFH de Frutos Secos Dcoop

"En la almendra se augura un futuro de consumo interesante"

Acérquenos al sector de frutos secos: producción mundial, qué frutos se producen más, consumo… tendencias

De las 4,5 millones de toneladas de frutos secos que en total se producen en el mundo, existen cinco frutos secos que acaparan la mayoría de la producción. El primero en el ranking es la almendra con 1/3 de la producción mundial, en crecimiento en los últimos 5 años, y cerca de 1,4 millones de toneladas en la actualidad. En segundo lugar está la producción de nueces que acapara el 20% del total y con similares crecimientos interanuales a la almendra. A continuación y con porcentajes superiores al 10% se encuentran anacardos, avellanas y pistachos, también con menor grado de tendencias crecientes de producción y vecerías anuales más acusadas.

Centrándose en la almendra, datos del mundo y el papel de España.

Tanto en EEUU como en España, los datos de la pasada campaña recolección han sido record. EEUU produce históricamente cerca del 80%, mientras España, segundo productor, aporta tan sólo el 5% del total mundial. Por el lado del consumo, sin embargo, existe una gran diversificación por países consumidores: Norteamérica, Países UE, India, China, Países Árabes, en fin, una distribución que abarca a todo el mundo y que está presente en el consumo de todas las culturas.

España ha jugado un papel nada desdeñable en este mercado. Históricamente ha sido un gran consumidor, pero sobre todo, el mayor importador, transformador y exportador de almendra fuera de EEUU.

Está habiendo una explosión de plantaciones ¿a qué cree que se debe?

A nivel general e internacional, el aumento de plantaciones de los últimos años ha venido provocado por el aumento de las necesidades de oferta de almendra para cubrir las demandas de consumo. Hay que señalar que los stocks de enlace entre campaña son siempre de carácter técnico y que los consumos han venido siendo ajustados por el precio.

En el caso de España, se suman además otros dos factores específicos. Por un lado, la demanda del sector industrial, deficitario y netamente importador. Y en segundo lugar, el desarrollo de nuevas variedades de floración tardía y autopolinizantes con riego, que han permitido la puesta en explotación de agrícola con rendimientos similares a las plantaciones de California.

¿Cree que el consumo continuará aumentando?

En los frutos secos en general, y la almendra en particular, están coincidiendo una serie de factores que auguran un futuro de consumo interesante.

En primer lugar, hablamos de "productos salud", acordes con el futuro de una alimentación más saludable que demandan los mercados y el consumidor.

En segundo lugar, y concretamente la almendra, es un producto que forma parte del consumo habitual y la gastronomía de todas las culturas del mundo. Lo cual facilita la entrada y aumento para nuevos consumidores.

"Emplear las mejores técnicas de cultivo en el almendro es el principal reto ahora"

El consumo per capita, se encuentra en valores muy bajos en todos los países. Oscilando de los 1,5 kg de almendra/año de Holanda y países mediterráneos, a menos 0,05 kg. de países asiáticos. Esto implicaría que cuando tengamos aumentos de oferta por mayores producciones, estos consumos podrán subir al poder ser atendidos.

Por último, otro factor muy reseñable, es la organización de este mercado. La existencia de una asociación, Almond Board, a modo interprofesional, con grandes dotaciones presupuestarias y que ha demostrado ser altamente eficiente en marketing, apertura y planificación de nuevos mercados.

España importa más de lo que produce ¿qué cree que ocurrirá a futuros? ¿Hay potencial exportador también?

Nosotros tenemos que jugar un papel transcendental en los habitos consumos de almendra de origen mediterráneo en los mercados tradicionales de España. Además, estamos trabajando en homologar nuestra almendra en los mercados asiáticos, donde hoy es una gran desconocida.

¿Cómo se puede generar valor añadido: qué valor tiene avanzar en la cadena a través de la industrialización?

Avanzar en la cadena de industrialización de la almendra tiene dos sentidos. Uno, desde el punto de vista de la posible generación de más valor del producto vía importe de venta a clientes finales. Y por otro lado, más importante si cabe, es el valor estratégico que implica poder acceder a todos los mercados y demanda potencial, de forma que seamos nosotros quienes podamos colocar nuestro producto en primer lugar y elegir nuestros mercados objetivo.

¿Qué consejo le daría a quiénes están empezando con estos cultivos o se lo están pensando? Los precios pueden variar y se necesitan unos mínimos de producción y mecanización.

En nuestras zonas productivas estamos acercándonos prácticamente al monocultivo del olivar. Tener alternativas agrícolas rentables no sólo es bueno, es absolutamente necesario para nuestra viabilidad como agricultores.

El cultivo del almendro es más técnico que el del olivar. Pero también lo era éste, hace 20 años, respecto a otros y en España nos hemos convertido en lideres agrícolas en olivar. Técnicamente tenemos medios y profesionales agrícolas capaces de conseguir ser eficiente y líderes en cultivo de almendro.

¿Cuáles son los retos del sector en los próximos años?

En mi opinión, desde el lado Agrícola, tendremos conseguir la implantación generalizada de las mejores técnicas de cultivo del almendro, como logramos en el olivar. Expandir ese conocimiento al conjunto de los agricultores y convertir al cultivo del almendro en una alternativa a la agricultura del sur de la península ibérica. Esto nos permitirá tener volúmenes suficientes de productos final, para ganar la dimensión necesaria para acceder al mercado internacional. Con esta base, podremos encarar el segundo gran reto: el comercial. Es de vital importancia tipificar la almendra mediterránea en el contexto nacional e internacional. Tiene que dejar de ser comuna, para tener nombre propio. Esto, unido esa disponibilidad de volúmenes adecuados de nuestro producto, nos permitirá atacar el conjunto de todos los mercados, a los que hoy no tiene acceso la almendra española.

Ahora Dcoop se ha iniciado la comercialización de pistachos ¿cómo ve el futuro de esta sección?

Es importante tener cuantas más alternativas de cultivo mejor para nuestros agricultores, y para ello, buscar una salida organizada a sus producciones.

Francisco de Santiago Ordóñez, actual director general del grupo agroalimentario De Prado, es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, máster en logística integral. Ha trabajado como director de operaciones de varias empresas oleícolas y en la actualidad colabora con la Sección de Frutos Secos de Dcoop.

Informe de mercado

Aceite de oliva

Continúa avanzando la campaña de recolección, y aunque en muchos sitios ya se ha terminado, aún quedan lugares con las almazaras abiertas, algo en lo que han influido los días de lluvia.

Se constata que la campaña va a ser menor de la inicialmente esperada, algo que también se ha visto afectado por unos rendimientos menores generalizados. Por otro lado, ya se está pensando en la próxima cosecha, para lo cual los datos pluviométricos han de mejorar de manera importante porque llevamos muchos días de agua, pero con pocos litros.

Sí está claro que el enlace de final de campaña será menor, algo en lo que esperemos que ayude la suspensión de los aranceles estadounidenses, para exportar más directamente y para recuperar muchos clientes extranjeros que huyeron del sobrecoste del 25% del aceite español.

Mes de febrero de 2021. Aceite de oliva

Campaña 2020/21		Millones Kg
Existencias iniciales		491,2
Producción		1.331,1
Importaciones		87,4
Consumo interior	-268,8	
Exportación	-448,0	
Total salidas		-716,8
Existencias finales		**1.192,9**

Fuente: AICA.

Vino

Este año 2021 se ha iniciado con pocos cambios en el aspecto comercial del vino con respecto al final del 2020. Por otra parte, no puede ser de otra forma, el canal Horeca continúa cerrado o casi cerrado, no solo en España sino en todo el mundo. Si bien parece que hay mercados que empiezan a moverse como Japón, China y casi todo el sudeste Asiático, la realidad es que el gran mercado europeo, primer consumidor mundial, está bajo mínimos.

Por nuestra parte, en Dcoop mantenemos nuestros clientes de todos los años y nuestro ritmo de embotellado. Como el resto del sector, hemos tenido que ajustar precios pero no hemos bajado nuestro ritmo de salidas de vino tanto en granel como en embotellado. Confiamos que para final de campaña nuestras existencias estén equilibradas.

Aceituna de mesa

Una vez conocidos los datos finales de la campaña de recolección de las distintas variedades, se observa que la producción total nacional se ha situado en las 542.000 toneladas, lo que supone una cifra muy superior a la del año anterior (455.000 toneladas).

Del mismo modo la aceituna total disponible tras la cosecha se incrementa ligeramente con respecto al año anterior, debido al menor enlace de campaña existente y al nuevo aumento, ligero, de las importaciones realizadas. Se puede hablar por tanto de unas disponibilidades de aceituna para este ejercicio 2020 de unos 880 millones de kilogramos a fecha 31 de enero de 2020.

El bajo enlace de campaña existente junto con la incertidumbre en la cosecha, ha provocado el aumento de los precios de las distintas variedades en campo con respecto a los del año anterior.

Ganadería

Vacuno de carne

Los pasteros debido a su escasez en estas fechas suben poco a poco, pero se espera descensos en cuanto la oferta aumente, debido a la tensa situación de los cebados. Estos también amparados por la baja oferta, se encuentran estables. Pero la falta de consumo nacional, y los problemas que está teniendo la exportación con el Puerto de Cartagena cerrado por el momento, no presagia nada positivo para cuando la oferta sea mayor.

Caprino de leche

Durante el primer trimestre de 2021 se ha producido una caída en la producción de leche con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

El incremento de los costos de producción especialmente (materias primas para producción de piensos). Se prevé para este periodo estabilidad en los precios de la leche.

Es vital que nuestros ganaderos socios cumplan con todas las reglamentaciones sanitarias para poder acceder todos los mercados tanto internos como externos.

Porcino

Menor oferta de cerdos en Europa, recuperación de la demanda para exportar y mejor expectativas de consumo interior. La oferta de cerdos retrasados en Alemania ha sido absorbida con lo que la presión de oferta centro europea desaparece. 200.000 cerdas menos en centro Europa van a generar noticias alcistas en las próximas semanas.

Materias primas

Mercado en general instalado en la inactividad, las fábricas de pienso y las harineras manifiestan su rechazo a nuevas ofertas ante el pretexto de encontrarse bien cubiertas hasta nueva campaña. Por productos, el trigo duro la mayor parte de las semoleras locales se mantienen ausentes y de cara a la exportación los intereses son nulos (aunque con un ojo puesto en los países del Magreb). Respecto a los trigos blandos, más de lo mismo, el vendedor mantienen esperanza por los precios de reposición y éstas se desvanecen ante la escasa operativa de los compradores. Los forrajeros continúan llegando a Andalucía desde Castilla León donde su excelente campaña permite a los agricultores descontar precio.

Frutos Secos

Almendra

La previsión de la situación del mercado es que tenga pocas variaciones en los próximos meses antes de comenzar la próxima campaña y todo apunta a que continuaremos con unos niveles de precios bajos, debido a un sobrante de esta campaña que se espera alto, una previsión de cosecha para próxima campaña con buenas expectativas y una demanda poco activa principalmente en el corto plazo. Será importante seguir de cerca la floración de la almendra en California.

El vino, la bebida que menos creció en 2020 en alimentación

Las compras de vino en el canal de alimentación aumentaron un 25% durante los 11 primeros meses de 2020, hasta situarse en los 383,4 Ml y en los 1.075 M€, con un precio medio que se mantuvo estable (de 2,81 a 2,80 €/litro), según los datos del panel de alimentación publicados a comienzos de año por el Ministerio de Agricultura (MAPA) y analizados por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv). El confinamiento como consecuencia del estado de alarma decretado en España por la pandemia de coronavirus contribuyó en gran medida a registrar este gran crecimiento en el canal de alimentación, si bien éste no pudo compensar la fuerte pérdida en horeca y a través de otros medios, como las actividades enoturísticas. Así, el consumo global de vino en España registró un fuerte descenso hasta los 9,2 M hl en el interanual a noviembre de 2020 (en 2019 la cifra llegaba a superar los 11 M hl), según datos de INFOVI publicados por la OIVE.

A pesar de todas estas buenas cifras obtenidas por el sector del vino, se trató de la bebida que menos creció si lo comparamos con cervezas (incluyendo sin alcohol), que lo hicieron un 29% en volumen (985,4 Ml) y un 34,7% en valor (1.355,6 M€), a un precio medio un 4,3% superior; de las bebidas espirituosas, que experimentaron un +37%, aproximadamente (37 Ml y los 397,3 M€); y la sidra, que fue la que mejor comportamiento presentó, con un aumento del 44,2% en litros (14,4 M) y el 57% en facturación (39,6 M), con un precio casi un 9% más elevado.

Volviendo al canal de alimentación, mientras 2020 empezaba con caídas de las compras de vino, con la llegada de la pandemia, y ya en abril y mayo, se registraron incrementos del 61,2% y del 46,4%, respectivamente, seguido de crecimientos en junio, julio (en torno al 30%) y agosto (cerca del 15%) y, de nuevo, un repunte en otoño a causa de las nuevas restricciones.

Se estanca el cultivo del olivar en España , que solo crece un 0,64%

El aumento de la nueva superficie olivarera ha aumentado en tan sólo un 0,64% respecto a 2019, alcanzando las 2.751.255 hectáreas, frente a las 2.733.620 has que había en el año anterior. Así lo refleja la Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivo (Esyrce 2020) del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

De la superficie total en España, el olivar de aceituna con destino almazara es el que más ocupa, con 2.553.921 has, de las que 1.781.760 has son de secano mientras que las áreas de regadío muestran una trayectoria creciente, sobre todo en Andalucía; el olivar de aceituna de doble aptitud a nivel nacional(tanto para aceituna de mesa como para almazara) alcanza las 119.685 has (74.454 has en secano y 45.231 has en regadío); mientras que el olivar de aceituna de mesa ocupa 77.650 has, de las que 42.812 son en secano y 34.837 has en regadío.

Por comunidades autónomas, Andalucía es la que más terreno destina al cultivo de olivar, con un total de 1.662.801 has, de las que 1.020.066 has son en secano y 642.727 de regadío. Por destino de la aceituna, el olivar de aceituna con destino almazara ocupa 1.494.313 has en la región andaluza, el de doble aptitud alcanza las 112.663 has y el de aceituna de mesa asciende a 55.824 has.

Por su parte, en Castilla-La Mancha, el olivar ocupa 443.702 has, y Extremadura cuenta con una superficie de 287.754 has de olivar.

Sólo un 1,25% del consumo mundial de grasas es oliva

Un trabajo de investigación de fin de programa del Máster en Olivar y Aceite de Oliva de la Universidad de Jaén (UJA) detalla que el consumo mundial per cápita de aceites y grasas asciende a 35 kg/año. De ellos, algo más de 7 kg están destinados a industria no alimentaria, mientras que a consumo alimentario corresponden en torno a 28 kg, de los que 17 se consumen en el hogar y 11 en la industria de transformación alimentaria.

Este trabajo, realizado por Juan Manuel Cañadas Sánchez, analiza la cadena de valor internacional de elaboración de aceites y grasas y señala que en el planeta se consumen un total de 248 millones de toneladas de aceites y grasas tanto vegetales como animales.

En dicho cómputo, el aceite mayoritario es el de palma (29%), seguido del de soja (22%) y el de colza (11%), mientras que los sebos y las grasas animales alcanzan ya las 22.000 toneladas (17%). Por su parte, el aceite de oliva supone el 1,25% y el aceite de orujo de oliva se situaría en el 0,03%.

La Mancha tiene el 81% de superficie de pistacho

Castilla-La Mancha representa ya el 81% de la superficie cultivada de pistacho en toda España, situándose como líder en continuo crecimiento de un cultivo rentable y cada vez con mayor aceptación por parte de los agricultores. Es la región que concentra la mayor superficie de cultivo con caso 38.000 hectáreas, de las 46.000 hectáreas nacionales, destacan las provincias de Ciudad Real y Toledo, con cerca de 12.300 y 10.700 hectáreas.

INFORME ALIMARKET SOBRE LOS DESAFÍOS DEL SECTOR

El cooperativismo debe pisar el acelerador

El sector cooperativo agroalimentario español ha incrementado sus ingresos en torno a un 45% en la última década y supera los 32.000 M€, según los datos que arroja el último informe de la revista Alimarket. El cooperativismo ha avanzado en la retención del valor añadido e internacionalización, al tiempo que aumentaba el tamaño medio de las entidades debido también a los movimientos de integración. Acelerar este proceso se percibe, según la revista especializada, como una necesidad para seguir dando pasos en la cadena de valor y ganar competitividad. De momento, las entidades lácteas destacan por su nivel de industrialización e inversión y los dos primeros grupos cooperativos multisectoriales, AN y Dcoop, sumaron un negocio de 2.493 M€ en 2020.

El cooperativismo es una parte fundamental de la actividad agroalimentaria española y representa en torno al 30% de la facturación del conjunto de las industrias de alimentación y bebidas. Entre 2006 y 2018, los ingresos de las cooperativas han aumentado un 46% y su facturación media lo ha hecho más de un 50%. Ahora, el sector se enfrenta a tres retos que pasan por una mayor vertebración, integración y colaboración entre las cooperativas.

En primer lugar, una óptima remuneración para el socio (agricultor o ganadero) y captación de más valor en la cadena alimentaria, necesarios para acometer la inversión, la industrialización, etcétera. Además, el sector está inmerso, como el conjunto de la industria alimentaria, en un proceso de adaptación a las nuevas demandas -productos y formatos, sostenibilidad ambiental y envases, producción ecológica, bienestar animal...- y aspira a una mayor internacionalización, esencial para absorber la producción excedentaria de aceite de oliva, vino y aceituna de mesa.

Además, debe mitigar los efectos de la pandemia del Covid, que ha provocado el incremento de los costes de producción y ha afectado especialmente a actividades como el vino, el cerdo ibérico y el vacuno, por los cierres del canal horeca.

Igualmente, debe adaptarse al Brexit y a cambios normativos como la Ley de la Cadena Alimentaria y el Nutri-score, sistema de etiquetado especialmente contestado desde los sectores de aceite de oliva y productos de cerdo ibérico. De momento, supone un alivio la suspensión para cuatro meses de los aranceles de EEUU, impuestos en

octubre de 2019 al aceite de oliva, la aceituna de mesa, el vino y el queso, los tres primeros productos, relevantes dentro del cooperativismo.

Según los datos de la organización Copa-Cogeca de los que se hace eco Alimarket, España es el segundo país de la Unión Europea con mayor número de entidades cooperativas, tras Italia, con 3.669 entidades asociativas agroalimentarias en 2018. Esta estructura registró unos ingresos totales de 32.988 M€ (29.365 M sin incluir filiales), que equivalieron al 63% del valor de la producción final agraria.

Movimientos de integración

Pero la facturación del cooperativismo agroalimentario español queda aún lejos de los ingresos que este tipo de entidades registraron en países como Francia y Alemania por más que en España se hayan dado pasos en materia de inversión, industrialización y retención del valor añadido como ejemplifican las grandes entidades lácteas (CLAS, Covap, etc.) y los mayores grupos cooperativos AN, Dcoop, Guissona, Coren, Anecoop. El informe de Alimarket reconoce que estas entidades se han reforzado como generadoras de valor añadido para el eslabón primario y para el sector de alimentación y han contribuido a la fijación de la población y al aumento de la renta agrícola y ganadera. Ahora, se conciben como actores fundamentales para asumir los retos europeos de la sostenibilidad, la digitalización, la trazabilidad y la producción ecológica.

Ahora, el sector aspira a una mayor integración y cooperación, para seguir avanzando en la cadena de valor, reunir mayores volúmenes, reducir costes, aprovechar sinergias, lograr más rentabilidad y eficiencia, reforzar su posición en los mercados –frente a la concentración de la distribución alimentaria y de los fabricantes de insumos- y mejorar la competitividad.

A día de hoy, hay reconocidas doce cooperativas como Entidades Asociativas Prioritarias, entre ellas Dcoop, Coop AN, Coop EA Group, Covap, Ibercom y Oviaragón. Para reforzarlas, se comprometió el pago de 131,78 M€ para 173 proyectos entre 2016 y 2020.

En la última década, el número de cooperativas se ha reducido en España un 8%, pero el 80% de las entidades facturan aún menos de 10 M€, según los datos de Cooperativas Agroalimentarias de España. Se ha logrado ya un importante grado de concentración en la cúspide del sector cooperativista y hoy el 20% de las entidades reúnen el 80% de la facturación y el 42% de las sociedades de primer grado participan en cooperativas de segundo grado, que aglutinan el 22% del negocio cooperativo.

Sobre las negociaciones que se avanzaron en 2020 para crear una comercializadora de base cooperativa de aceite de oliva a granel, Alimarket explica que el proyecto no llegó a materializarse por el desmarque de Jaencoop e Interóleo.

El sector cooperativo agroalimentario español tiene el gran reto de la concentración de la oferta por delante para tener mejores oportunidades a futuros, una camino iniciado hace mucho tiempo por Dcoop.

Principales grupos cooperativos y S.A.T. agroalimentarios españolas por ingresos (M€) (-)

	Entidad	Localidad (domicilio social)	2017/2018	2018/2019	2019/2020	Puntuación
1	Grupo AN	Aranguren (NA)	1.157,00	1.353,00 (1)	1.457,00 (1)	Hortofrutícola, avícola, porcino, cereales, piensos y suministros
2	Grupo Dcoop	Antequera (MA)	1.076,45	1.114,36	1.035,58 (2)	Aceite de oliva, aceituna de mesa, vinos, orujo de oliva, frutos secos, industrialización de leche, etc.
3	Coop. Guissona (Grupo)	Guissona (L)	1.035,00 (3)	1.089,00 (3)	-	Producción ganadera, de huevos y piensos, industria cárnica y de otros productos y venta minorista
4	Cooperativas Orensanas (Coren)	Ourense	790,7	800,00 (*)	-	Piensos, avícola, huevos, cárnicos, vacuno y platos preparados ambient
5	Grupo S.A.T. Central Lechera Asturiana (CLAS)	Oviedo (AS)	794,52	779,44 (4)	-	Productos lácteos
6	Coop. Anecoop	Valencia	702,5	713,00 (5)	770,6	Hortofrutícola y vinos
7	Cooperativa Ganadera del Valle de los Pedroches (Covap) (Grupo)	Pozoblanco (CO)	552,01	619,94 (6)	-	Lácteos, elaborados de cerdo ibérico, vacuno, cordero y alimentación animal
8	Coop. Unica Group	Almería	282,19	347,99	500	Hortofrutícola
9	Coop. Kaiku/Parlat	Urnieta (GUI)	306,92 (7)	292,66 (7)	-	Productos lácteos
10	Coop. Jaencoop	Villanueva del Arzobispo (J)	104	250	205	Aceite de oliva

Fuente: Alimarket Gran Consumo.

(-) Excluídas las cooperativas que se dedican solo a productos agrícolas (cereales, oleaginosas, azúcar, etc.), piensos o ganadería. Recogidas solo las S.A.T. de amplía base de miembros (no de propiedad familiar).

(*) Estimación.

(1) Incluyendo partidas sin consolidar. La facturación consolidada fue de 1.064,14 M€ en 2017/2018 y 1.255,14 M en 2018/2019. De la facturación del ejercicio 2018/2019, un importe de 614,41 M correspondió a Coop AN y 201,02 M a AN Avícola Mélida, S.L., filial al 65%. Su producción hortofrutícola la canaliza Unica Fresh, S.L., participada por Coop. AN y Coop. Unica Group.

(2) Facturación consolidada con Mercaóleo, S.L. La facturación individual de Coop. Dcoop fue de 1.009,10 M€ en 2019 y 907,52 M en 2020. Además, Coop. Dcoop suscribe el 50% de la estadounidense Pompeian Group, que facturó 500 M$ en 2020.

(3) Ingresos de Corporación Alimentaria Guissona, S.A. (Bonàrea Corporación), sin incluir la facturación por la venta de productos de otros fabricantes en sus tiendas. En total, esta mercantil ingresó 1.815,74 en 2018 y 1.919 M en 2019. COOP. Agropecuaria de Guissona facturó 273,22 M€ en 2018 y 283,65 M en 2019.

(4) Facturación consolidada con Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa Food), Central Lechera Asturiana Gestion, S.R.L., Sociedad Asturiana de Servicios Agropecuarios, S.L. y Asesoramiento Agrario Asturiano, S.L. La primera ingresó 724,07 M en 2018 y 720 M en 2019.

(5) La facturación consolidada fue de 906 M€ ese ejercicio.

(6) Ingresos consolidados con Lactia Agroalimentaria, S.L., Lletera Industral Lactia, S.L., Lactiber León, S.L., etc. De la facturación de 2019, un importe de 357,63 M correspondió a los lácteos, 154,62 M a la alimentación animal y 103,69 M a la sección cárnica. La coperativa (Covap) facturó 465,34 M€ en 2018 y 476 M en 2019.

(7) Datos consolidados de Iparlat, S.A. (participada al 40% por Coop. Kaiku) con Lactiber León, S.L., etc. La individual Iparlat ingresó 261,65 M€ en 2018 y 256,76 M en 2019. Además, Coop. Kaiku suscribe el 45% de Llet Nostra Alimentaria, S.L, y el 10,79% de Kaiku Corporación Alimentaria, S.L.

Se inicia la campaña de la PAC 2021 y los debates sobre la reforma 2023-2027

Calle de cubierta vegetal en una plantación de olivar.

El pasado 10 de febrero se celebró por videoconferencia la habitual reunión de coordinación de los trabajos de gestión de la PAC, con la participación de los responsables del grupo y todas las cooperativas que prestan dicho servicio a sus agricultores y ganaderos. Se volvió a poner de manifiesto la importancia de dicho servicio en las cooperativas, que fideliza enormemente a sus socios, al contar con técnicos formados en la materia que velan porque los socios puedan percibir este complemento importante de su renta, mas aún en periodos de transición como en el que nos encontramos. Con el horizonte de la aplicación de la nueva reforma en 2023, como elemento base de la jornada, se comentó la *estrategia de la Granja a la Mesa* de la Comisión, con objetivos de reducción en un 50% del uso de fitosanitarios, reducción de las pérdidas de nutrientes al menos en un 50% y del uso de fertilizantes en al menos un 20% para 2030 e impulso de los cultivos ecológicos en la UE, para que el 25 % de todas las tierras agrícolas se dediquen a ese tipo de producción.

El papel de los Ecoesquemas en la nueva Reforma y su enfoque colectivo

En la citada reunión, se puso de manifiesto la importancia de los Ecoesquemas dentro de la estrategia general del primer pilar. Se fomentarán las prácticas sostenibles de las explotaciones al menos con el 20% de las Ayudas Directas para estas actuaciones. Cobra especial importancia el enfoque colectivo del cumplimiento de estos compromisos, que generaran de esta forma un mayor impacto ambiental, una mejor relación coste-beneficio, un mejor seguimiento, asesoramiento y soporte técnico, etc. Juega por tanto un papel relevante la participación de las cooperativas en estos Ecoesquemas, para asegurar estos objetivos. El Ministerio ha propuesto el siguiente listado provisional:

1. Mejora de la sostenibilidad de los pastos, aumento de la capacidad de sumidero de carbono y prevención de incendios mediante el impulso del pastoreo extensivo.
2. Manejo apropiado de los pastos: siega de prados y márgenes sin segar.
3. Prácticas para la mejora del carbono orgánico, la calidad y la fertilidad del suelo en tierra arable: fomento de la rotación de cultivos con especies mejorantes.
4. Agricultura de precisión. Plan de Gestión de Nutrientes.
5. Prácticas alternativas a la quema al aire libre de restos de cosecha y poda.
6. Agricultura de precisión. Fomento de la aplicación de planes individuales de uso sostenible de productos fitosanitarios.
7. Prácticas para la mejora de la conservación del suelo mediante cubiertas vegetales vivas en cultivos leñosos.
8. Prácticas para prevenir la erosión del suelo y mejorar su contenido en carbono y materia

orgánica: agricultura de conservación-siembre directa.

9. Prácticas para la mejora de la biodiversidad.

Es importante destacar que en la mayoría de los Ecoesquemas que afectan a nuestros cultivos, se cita el Cuaderno de Campo electrónico como elemento de control, por lo que tiene especial importancia el trabajo de integración que se está realizando en el grupo, desde la emisión telemática de la orden de tratamiento por parte del técnico de campo hacia el agricultor, hasta el cierre definitivo del cuaderno de campo, al final de las campañas de tratamiento. Por otro lado, muchas de las medidas que se indican en este primer borrador, enlazan con algunas actuaciones medioambientales de Desarrollo Rural del anterior periodo, por lo que tanto los técnicos que tramitan la PAC en las cooperativas, como los técnicos de campo, tienen amplían experiencia en su aplicación.

Convergencia de los derechos

Otra de las novedades de la PAC 2021 es que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha decidido aplicar en 2021 y 2022 dos nuevos tramos de aproximación hacia el valor del derecho medio de cada una de las regiones definidas en 2015, con efectos dispares en función del valor del derecho de cada agricultor. En la reunión de coordinación se comentan los datos recibidos de los beneficiarios para estos años y distintos escenarios de convergencia que se podrían aplicar en el futuro.

Valores medios regionales de los derechos de pago básico. Fuente: MAPA.

Desde la Sección de Servicios y Suministros de Dcoop, se seguirá apoyando a las cooperativas y agricultores en la tramitación de estas y otras ayudas (jóvenes agricultores, inversiones en explotaciones, etc.), aún mas en momentos en los que se aplica una reforma de los sistemas de tramitación, tiempos en los que surgen nuevas medidas, variables y procedimientos. Contando con la experiencia técnica de los componentes del departamento y de los técnicos de las cooperativas, se evita la pérdida de fondos esenciales para nuestros agricultores y ganaderos.

Resultados y conclusiones en las Jornadas de Calidad del Aceite de Oliva

Dcoop continúa con la realización de sus Jornadas de Calidad 2020-21 para la Obtención de AOVE con la máxima calidad y garantía de origen, trazabilidad y residuos 0. El pasado día 12 de marzo presentó los resultados y primeras conclusiones de la campaña tras la puesta en marcha del proyecto de calidad y el plan de trabajo en las cooperativas, que resumió el director general del grupo, Rafael Sánchez de Puerta.

La directora de calidad corporativa de Dcoop, Victoria Olmedo, expuso por su parte los objetivos de calidad y medio ambiente propuestos para 2021. Por su parte, el responsable de Calidad en almazaras de Dcoop, Antonio Terán Pérez, desgranó la importancia de la aplicación del Decálogo de Buenas Prácticas de Elaboración para obtener aceite de oliva virgen extra de máxima calidad y resultado en cata mayor de 7 así como los resultados que han obtenido las cooperativas que han implantado estas mejoras. Y como bloque importante de las jornadas, se profundizó sobre el proyecto iniciado para estudiar y mejorar el pago a los agricultores por calidad de la aceituna, informando sobre los ensayos realizados con el analizador NIR -desarrollado por la empresa FOSS de la mano del especialista técnico Antonio Roldán- y el equipo de toma muestras para obtener resultados de grasa, GSS, humedad, acidez y por otro lado, índice de madurez, esteres y sanidad para su separación por calidad en la recepción. Se finalizó presentando los resultados obtenidos a lo largo de la campaña 2020/2021 contando con la participación de representantes de algunas cooperativas socias.

Avances en el Grupo Operativo Salud Olivar

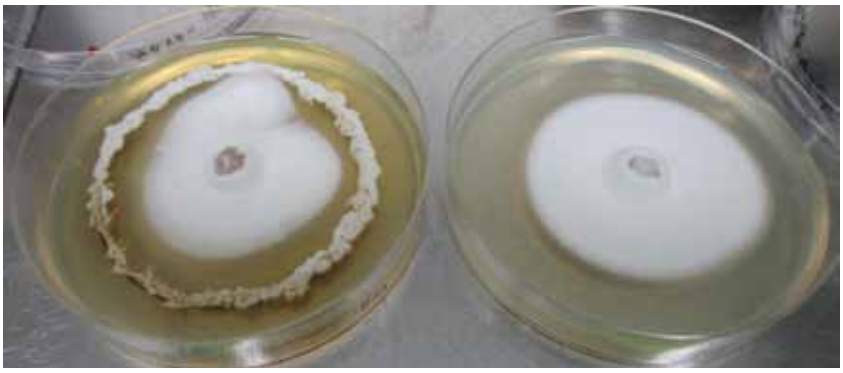
Ciertas enfermedades que afectan al olivar, como la Verticilosis u otras emergentes como la causada por *Xylella fastidiosa*, se caracterizan por su virulencia y causan gran preocupación entre los agricultores. Estas enfermedades suponen un problema que el sector olivarero debe afrontar cuanto antes para evitar importantes pérdidas económicas.

El Grupo Operativo Salud Olivar está abordando esta problemática desde tres vertientes distintas: la prevención, la detección temprana y el tratamiento de árboles ya infectados.

Los avances en el ámbito de la prevención han estado relacionados con el diagnóstico inicial de los campos de Dcoop afectados por Verticilosis y el aislamiento de cepas específicas. Para ello, se realizó una identificación previa de las fincas afectadas, así como de aquellas zonas a utilizar como control o sin incidencia de Verticilosis. Tras la selección de las fincas a muestrear, AINIA diseñó un protocolo específico para la recogida de muestras por parte de Dcoop, que permitiese una recolección representativa de las áreas seleccionadas para proceder a su estudio mediante análisis microbiológicos y metagenómicos, con el fin de caracterizar la distribución de las especies fúngicas presentes en los suelos afectados y sanos.

Atendiendo a las estrategias de prevención y aumento de la productividad, se ha avanzado en el diseño de un producto bioestimulante basado en microorganismos, así como en un producto a base de extractos vegetales para incrementar el crecimiento de los olivos y reducir el estrés de agentes externos.

Para el desarrollo de bioestimulante basado en microorganismos, se realizó un *screening* para identificar cepas de origen natural y comercial que presentasen diversas actividades relacionadas con su potencial bioestimulante (capacidad de sintetizar fitohormonas, solubilizar elementos como el fósforo o el hierro, habilidad para fijar nitrógeno ambiental, etc.), así como un efecto de biocontrol sobre cepas de *Verticillium dahliae* (capacidad in vitro para inhibir el crecimiento de cepas defoliantes de V. dahliae – Imagen).



A la izquierda, resultado de la exposición del caldo de cultivo de un aislado inhibiendo el crecimiento de Verticillium dahliae. A la derecha, control positivo del crecimiento habitual de V. dahliae.

En este sentido, DOMCA ha evaluado tanto in vitro como in planta la actividad bioestimulante y antifúngica de diversas cepas del género Bacillus y de extractos de origen vegetal. En base a los resultados obtenidos se han seleccionado aquellos principios activos con mayor potencial para ser integrados en formulaciones para su validación en campos con alta incidencia de Verticilosis.

Respecto al desarrollo de soluciones enfocadas al tratamiento de *Xylella fastidiosa*, los objetivos planteados en el proyecto recogen, por un lado, la obtención de una endolisina recombinante a partir de la secuencia obtenida del genoma de virus bacteriófagos, y por otro, el desarrollo de productos basados en extractos vegetales.

Los bacteriófagos son virus que afectan de forma específica a una especie bacteriana. Existen descritos bacteriófagos que afectan a *Xylella fastidiosa* y que disponen de proteínas, denominadas endolisinas, que permiten romper la membrana del patógeno y eliminarlo. En el marco del proyecto, se está desarrollando un sistema que permita producir únicamente la endolisina de interés, así como combinaciones para facilitar su acción frente a la bacteria. En los próximos meses se realizará la producción a escala de laboratorio para poder evaluar su actividad *in vitro* y confirmar la viabilidad del tratamiento.

En la segunda estrategia, se ha iniciado la evaluación *in vitro* de un producto basado en compuestos de extractos vegetales frente a *X. fastidiosa*. Para ello, se han ensayado diferentes concentraciones de este producto frente a cultivos puros del patógeno.

En los próximos meses, está prevista la evaluación en campo (fincas de Dcoop) de los productos desarrollados frente a *Verticillium dahliae,* así como continuar con la evaluación *in vitro* de las estrategias definidas frente a *Xylella fastidiosa*, con el objetivo de validar su efectividad antes de continuar con ensayos a mayor escala.

La creación y funcionamiento del Grupo Operativo Salud Olivar está cofinanciado en un 80% por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) de la Unión Europea y en un 20% por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en el marco del Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2020, suponiendo una inversión total de 384.830,96 €.

Unión Europea
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural
Europa invierte en las zonas rurales

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

PNDR
Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2020

Dcoop avanza la implementación del método analítico del Grupo Operativo Sensolive_Oil

El Grupo Operativo Sensolive_Oil se encuentra en su segundo y último período de ejecución del proyecto innovador, que inició en 2019, sobre análisis instrumental complemento al panel test. Dcoop participa en el proyecto como uno de los pilotos de la metodología desarrollada por Sensolive_Oil. Concretamente, Dcoop está trabajando con un equipo analítico de cromatografía de gases acoplada a espectrometría de masas capaz de aplicar el método analítico de Sensolive_Oil. Gracias al trabajo y esfuerzo dedicado en el proyecto, Dcoop está analizando, una serie de muestras de referencia que han sido catadas por laboratorio oficiales siguiendo los controles establecidos oficialmente, así como aceites producidos de los socios de Dcoop con el objetivo de validar el método bajo condiciones reales.

Dcoop, durante el segundo periodo del proyecto, ha seguido avanzado en la implementación práctica de la tecnología piloto de Sensolive_Oil para su validación como método de autocontrol. Adicionalmente, gracias a la amplia gama de aceites que producen sus socios, Dcoop está logrando testar el equipo y el método con una gran variedad de aceites vírgenes con diferentes características que está enriqueciendo considerablemente al piloto. Por otra parte, las tecnologías de Sensolive_Oil se han desplegado en laboratorios oficiales para avanzar en la posible prevalidación de las mismas por parte del Grupo Operativo.

La misión principal de Dcoop en ese proyecto es lograr validar la tecnología y método analítico de Sensolive_Oil para conseguir mejorar la categorización comercial de los aceites vírgenes producidos por sus socios con la mayor garantía, calidad y seguridad.

Personal del laboratorio de aceite de Dcoop durante el análisis de muestra de aceites vírgenes aplicando el método piloto de Sensolive_Oil.

El proyecto Sensolive_Oil

El Grupo Operativo Sensolive_Oil continua con el esfuerzo iniciado hace 8 años con el que se persigue transferir al sector la implementación de nuevas tecnologías complementarias el panel test para la clasificación comercialmente de los aceites de oliva vírgenes.

Logo oficial del Grupo Operativo Sensolive_Oil.

Este grupo operativo está desarrollando un proyecto innovador sobre el análisis instrumental complemento al panel test de los 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.

El Grupo Operativo Sensolive_Oil es el resultado de la colaboración conjunta de entidades de diversa índole como son Dcoop, la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, el campus de excelencia internacional agroalimentario ceiA3, la Universidad de Granada, Sovena y Deoleo como miembros beneficiarios; la Universidad de Córdoba como miembro subcontratado y el Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación y la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, como miembros colaboradores. Dcoop es una de las 3 empresas del sector olivarero que será pionera en la implementación de los pilotos para la validación como método de autocontrol y en la labor de testar la eficacia de los modelos analíticos desarrollados por Sensolive_Oil para verificar las distintas categorías de aceites de oliva vírgenes en condiciones de trabajo a tiempo real.

Grupo Operativo SENSOLIVE_OIL, cuenta con una cofinanciación de la Unión Europea del 80% de una inversión total de 518.127,06 euros que se enmarca dentro del Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2020 y está financiado con fondos FEADER.

Brazatortas, el pueblo que Cristo no quiso abandonar

Brazatortas es un municipio de un millar de habitantes con una extensión de 271,4 kilómetros cuadrados y una altitud media de 729 metros, situado en pleno Parque Natural Valle de Alcudia y a los pies de Sierra Madrona en la provincia de Ciudad Real. La cooperativa Cristo de Orense fue constituida en 1959, en la actualidad cuenta con más 500 socios que cultivan olivos de la variedad Cornicabra, en un entorno situado al suroeste de Castilla La Mancha.

El valle de Alcudia, un hermoso paraje natural donde se puede disfrutar de la naturaleza en estado puro, refleja el asentamiento de diversas culturas desde tiempos prehistóricos. Cabe destacar los árboles centenarios y milenarios, un claro ejemplo es la llamada «Encina milenaria» bajo cuya copa aseguran que podrían resguardarse 1.000 ovejas.

Por esta zona abundan las fincas dedicadas principalmente a la cría de ganado ovino. Hasta hace relativamente poco tiempo se ha seguido practicando la trashumancia desde el norte de España (principalmente desde Soria y Segovia), en los meses de verano. Un claro ejemplo de la época de la trashumancia lo tenemos en la Estación de Brazatortas – Veredas donde todavía se puede ver el embarcadero utilizado para subir a los animales a los trenes que les llevaban al norte de la península.

La cooperativa

En el año 1955 más o menos se pensó en fundar una cooperativa dadas las circunstancias que había en aquellos momentos. Había dos molinos particulares pero la gente no estaba conforme con el modelo y empezó a gestarse la idea de una cooperativa. Fueron alrededor unas 40 o 50 personas las que se atrevieron a dar el paso para su fundación mediante la aportación de dinero y trabajo.

La almazara se empezó a edificar con carros de piedras que traían los propios socios, así que la levantaron con sus manos. Al fin, la SCCM Agrícola Cristo de Orense de Brazatortas se fundó en el año 1959.

El Santísimo Cristo de Orense es el patrón del pueblo de Brazatortas. Cuenta la leyenda que, hace muchos años, unos arrieros

FICHA DE LA COOPERATIVA

Emilio Mozos Rodríguez
Presidente

SCCM Agrícola Cristo de Orense
Ctra. Cabezarrubias, s/n
13450 BRAZATORTAS
(Ciudad Real)
Email:
cristodeorense@yahoo.es
Tel: 926471033
Fax: 926462807

Año de fundación: 1959
Producción media:
1.000.000 kilos de aceituna
Facturación media:
1.000.000 euros
Actividades: además de molturación y venta de aceite, venta de productos fitosanitarios, suministros, aperos y alimentación

Consejo Rector:
Presidente: Emilio Mozos Rodríguez
Vicepresidente: José Ramón Montoya Beneytez
Secretario: Delfín Niño Aragón
Tesorero: Julián Velasco Santos
Vocales: Pablo Grande Ruiz, Teodoro Fernández Estrella, Pedro Martínez Fernández, Francisco Barragán Mérida

dedicados al transporte de aceite desde Andalucía a Galicia, hicieron noche en la pequeña aldea de Brazatortas. Al emprender de nuevo su camino a la mañana siguiente, uno de los burros que componían la reata (precisamente el que llevaba sobre su lomo la imagen de un Cristo Crucificado) se negó a cruzar el arroyo que bordea parte del pueblo.

Fueron inútiles los esfuerzos para obligarle a cruzar el pequeño cauce. Uno de los arrieros decidió quitarle el Crucifijo y al instante el animal reanudó la marcha. El arriero llegó a la siguiente conclusión: aquel Cristo no quería abandonar la aldea. Tomaron la decisión de dejarlo en la pequeña iglesia y pidieron que lo titulasen 'de Orense' por ser de dicha ciudad gallega de donde procedía tal arriero.

Los comienzos fueron duros como todos. Con una producción de apenas unos 250.000 kilos de aceituna recogida tanto del árbol como del suelo, toda, unas instalaciones mínimas, con poca maquinaria y mucha mano de obra, la cooperativa logró abrirse camino.

Hasta llegar a los últimos quince años, la cooperativa se ha ido renovando poco a poco pero sin descanso. En el año 2005, se puso todo el patio nuevo, se cambió uno de los decánter y se compraron tres decantadores de aceite de acero inoxidable con limpiado automático.

Además, se instaló una gasolinera y en la actualidad se proyecta una gran tienda de suministros para los socios y socias que se una a la oferta de productos que ya ofrecen en la actualidad.

En este momento, la capacidad de almacenamiento de aceite en la cooperativa es de 280.000 kilos de aceite y la molturación de aceituna es de 4000 kilos/hora.

La producción de la cooperativa en la actualidad es una de media de 1.000.000 de kilos de aceituna y la facturación ronda el millón de euros. Entre los servicios que prestan a sus socios y socias están la venta de aceite, fitosanitarios, abono, rejas, mantas y varas, alimentación, ferretería, la gasolinera, etc.

Bajo la premisa y objetivo principal de elaboración de aceite de máxima calidad, la cooperativa Cristo de Orense produce un aceite de oliva virgen extra de una calidad y pureza extrema, utilizando en su mayoría variedad cornicabra, cultivada por sus socios y socias en terrenos con pendientes medias, excepto un tercio sobre el total de olivos que se extiende sobre la sierra.

La cooperativa además de molturación y venta de aceite presta servicios a sus socios de venta de productos fitosanitarios, suministros, aperos y alimentación.

Dcoop 2.0.-

Los productos de Dcoop

Productos DCOOP en Amazon

Dcoop acaba de lanzar una tienda propia dentro de Amazon, la mayor plataforma de comercio electrónico del mundo, en la que ya se pueden adquirir una selección de nuestros productos. La venta directa a través de Amazon nos va a permitir llegar a un perfil de consumidor que, por los nuevos hábitos de consumo, prefiere hacer la cesta de la compra a través de internet. A partir de ahora nuestros productos podrán llegar a cualquier hogar con la garantía y rapidez que ofrece una plataforma como Amazon. Te invitamos a que nos visites y si realizar una compra, nos dejes una valoración en los comentarios del producto. Esto genera confianza para otros usuarios puedan probar nuestros productos.

Concurso fotográfico de Dcoop

1.

2.

3.

Si deseas participar en la siguiente edición envía tus fotos (mínimo un mega) antes del 15 de junio 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. Almendro en flor. **María Elena Valverde** de la SCA Olijayena de Jayena (Granada).

2. Manzanillas aloreñas. **María Gil Gómez** de la SCA Copusan de Alozaina (Málaga)

3. La primavera y nuestra torre. **Marta Moya Frías** de la SCA Santa Ana de Salar (Granada).

CONCURSO:
UNA MIRADA AL CAMPO

En Dcoop queremos mostrar al mundo el día a día de las personas que trabajan en el campo. Y no hay mejor manera de hacerlo que a través de las historias que nos contáis.

¿Quieres participar en este concurso?

¡Es muy sencillo!

- **Grábate un vídeo y nos cuentas como es un día en el campo.**
- **Envíanoslo** al canal de whatsapp Dcoop: 616 830 855.
- **Seleccionaremos los mejores.**
- **Gana un lote de productos Dcoop**.

Especificaciones:

- ✓ Los vídeos no deben durar más de 1 minuto. Puedes grabarte un selfie o pedir a alguien que te grabe. **Cuanto mayor sea su calidad (sonido, luz, paisaje, historia) más oportunidadestendrás de ganar.**
- ✓ Tanto las imágenes ganadoras como las participantes **podrán ser utilizadas por Dcoop con fines promocionales**

DCOOP
Tierras con Alma

¡ESTRENAMOS TIENDA EN amazon!

Ahora ya puedes comprar una selección de productos Dcoop en Amazon, el mayor market place del mundo. Contamos con tienda propia en la que, a través de diferentes secciones, puede conocer más acerca de Dcoop y sus productos.

Te animamos a que, cuando realices una compra, nos dejes una valoración en los comentarios. Esto nos ayudará a que otros usuarios puedan confiar en nuestros productos.

Nuestros productos, los de miles de agricultores en **amazon.es/dcoop**

Comprar ya

DCOOP
Tierras con Alma

Síguenos:

www.dcoop.es