DCOOP

Revista trimestral · nº93 · Invierno 2022

Entrevista a Cristina de Toro Navero
Directora General de Industrias

"Destaca el interés del olivar por la innovación"

Las exportaciones vuelven a liderar las ventas en Dcoop

Igualdad y relevo generacional en las jornadas MuYJoven

Entrega de los Premios a la Calidad y de los Premios Maestro

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

Sumario

4-5 Premios a la Calidad y Maestro
7 Premio Alas
10-11 Entrevista a Cristina de Toro Navero
18 Análisis de la ley de la cadena alimentaria

Dcoop nº93 Invierno 2022

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 *Una ley de la cadena que condena*

Las Cortes han aprobado la ley de la cadena alimentaria. Todos apoyamos que se cubra el precio de coste en las operaciones comerciales. El problema surge en el cómo. Si no hay ningún organismo que fije el precio de coste, si no hay igualdad entre el producto nacional y las importaciones o si no hay mecanismos para atajar posibles excedentes, esta ley no servirá para nada.

El Gobierno ha trasladado la pelota al sector productor, le da una herramienta que desde el inicio plantea muchas dudas en su ejecución y que están sin resolver. Aplicando la ley de la cadena como está, al final va a condenar a quienes pretende defender, porque en la mayoría de las situaciones, quienes tengan los costes más altos en la práctica, no podrán vender.

Agenda

Publicaciones

La Diputación de Jaén ha editado *Los costes del olivar en la provincia de Jaén: tipología de olivareros y aproximación a los costes de los municipios de la provincia de Jaén*, un estudio de la Universidad de Jaén con el objetivo de calcular lo que cuesta producir un kilo de aceite en una decena de municipios de Jaén, pertenecientes a las tres regiones PAC de la provincia, teniendo en cuenta los modelos productivos más frecuentes: Olivar Tradicional Mecanizable (en secano y regadío) y Olivar Tradicional No Mecanizable de Secano. En Jaén domina el minifundo, con una elevada parcelación de las explotaciones, principal handicap en términos de productividad. Los costes de producción oscilan entre 4'00 y 1'73 euros, el coste de referencia porvincial asciende a 2'89. Los datos muestran la importancia del agua por sus efectos sobre la producción y la enorme dependencia del olivar jiennense de las ayudas PAC; incluso contando con estas ayudas buena parte del olivar de la provincia no es rentable, su cultivo se debe a razones emocionales, y a la no imputación de la mano de obra familiar en los costes de producción.

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.

IGUALDAD Y RELEVO GENERACIONAL, GRANDES RETOS DEL GRUPO

Las jornadas MuYJoven reúnen a jóvenes y mujeres cooperativistas

Las jornadas MuYJoven, que han celebrado su segunda edición los días 9 y 10 de noviembre en Alcázar de San Juan (Ciudad Real), tienen el objetivo de sumar más talento al Grupo, afrontar el relevo generacional y la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres para asegurar el futuro de la primera cooperativa del sur de Europa.

Los asistentes fueron principalmente jóvenes cooperativistas de las comunidades andaluzas y castellano-manchega, donde mayor presencia tiene Dcoop en el territorio nacional. Entre otras zonas, se acercaron hasta el corazón de La Mancha, jóvenes y mujeres de Cádiz, Sevilla, Córdoba, Jaén, Granada, Toledo y Ciudad Real, entre otras.

En la actualidad, el 8% de las personas que integran los consejos rectores de nuestras cooperativas son jóvenes menores de 40 años mientras que las mujeres consejeras apenas superan el 13%. Desde la última edición de estas jornadas, hace dos años la estadística ha mejorado dos puntos en sendos epígrafes.

Visita a la envasadora de Dcoop-Vinos Baco en Alcázar de San Juan.

Las jornadas desarrollaron un intenso programa de conferencias y mesas redondas orientadas al empoderamiento y capacitación de jóvenes y mujeres para asumir responsabilidades en los órganos de gobierno de las cooperativas que integran el grupo agroalimentario.

Dcoop aspira a ser un proyecto de futuro que de garantía a los agricultores y ganaderos, les asegure la comercialización de sus productos en las mejores condiciones y para ello es esencial la incorporación de jóvenes y mujeres.

Programa de las jornadas

Además del equipo directivo y técnico de distintas áreas de Dcoop, intervinieron en las jornadas mujeres y jóvenes que ejemplifican casos de éxito de cooperativas de Castilla-La Mancha, en la presidencia o dirección de sus cooperativas, entre ellas, Bodegas Símbolo de Campo de Criptana, Cristo de Santa Ana de Villafranca de los Caballeros o la cooperativa San José de Herencia.

Además de la visita a las instalaciones de la planta de la bodega Baco-Dcoop y a viñedos, en su segundo día las jornadas contaron con la participación del catedrático de la Universidad Politécnica de Valencia especializado en Economía Agraria e investigaciones sobre cooperativismo agroalimentario, Juan Francisco Juliá; el consejero delegado de Brainy Commerce (Amazon Parther Network), Miguel de Reina, y Marc Amorós, periodista investigador de noticias falsas.

Inauguración de las jornadas.

Dcoop entrega los XXIV y XXV Premios a la Calidad del Aceite de Oliva

El consejero de la Presidencia, Elías Bendodo, fue el encargado de presidir el acto.

Dcoop entregó el pasado mes de noviembre sus XXIV y XXV Premios a la Calidad del Aceite correspondientes a la campaña 2019/20 y 2020/21 respectivamente con los que distingue a las almazaras asociadas y a sus olivareros y olivareras por haber obtenido los mejores aceites en su categoría: mejor bodega, mejor depósito, mejor aceite de oliva ecológico, mejor aceite con denominación de origen Antequera, Montoro-Adamuz, Poniente de Granada, Montes de Granada y Lucena.

El acto estuvo presidido por el consejero de Presidencia de la Junta de Andalucía, Elías Bendodo Benasayag, y contó con la participación de numerosas autoridades, entre ellas, el alcalde de Antequera, Manuel Barón Ríos y la viceconsejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Ana Corredera Quintana, socios y socias olivareras del Grupo.

XXIV y XXV Premios Dcoop a la Calidad

Se trata del certamen mundial en el que mayor cuantía de muestras de aceites de oliva vírgenes participa. En total, se han sometido a

Foto de familia de las premiadas 2020.

Esta es la relación de las premiadas correspondiente a los XXIV Premios a las que no se pudo hacer entrega el año pasado a causa de las limitaciones por causa de la pandemia de COVID-19:

Premio Dcoop 2020 al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra (Mejor Depósito)
SCA Oleoalgaidas de Villanueva de Algaidas (Málaga)

Premio Dcoop 2020 a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen (Mejor Bodega)
SCA Nuestra Señora del Rosario de Teba (Málaga)

Premio Dcoop 2020 al Mejor Aceite Ecólogico
SCA La Unión de Úbeda (Jaén)

Premio Dcoop 2020 al Mejor Aceite con DOP Antequera
SCA La Purísima Concepción de Alameda (Málaga)

Premio Dcoop 2020 al Mejor Aceite con DOP Montes de Granada
SCA San Isidro de Deifontes (Granada)

Premio Dcoop 2020 al Mejor Aceite con DOP Lucena
SCA Ntra. Sra. de Araceli de Lucena (Córdoba)

Premio Dcoop 2020 al Mejor Aceite con DO Poniente de Granada
SCA Santa Ana de Salar (Granada)

análisis químico y organoléptico un total de 3.221 muestras para la campaña 2019/20 y 3.549 para la 2020/21 de las cuales se han seleccionado para fallar estos premios los aceites de oliva virgen extra con mejor puntuación en cada categoría.

Los galardones que han recibido las cooperativas premiadas corresponden a las obras artísticas ganadoras de las ediciones VI y VII del Certamen de Artes Plásticas de Dcoop.

Foto de familia de las premiadas 2021.

Esta es la relación de cooperativas premiadas en la edición XXV de los Premios Dcoop a la Calidad del Aceite:

Premio Dcoop 2021 al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra (Mejor Depósito)
SCA San Benito de Campillos (Málaga)

Premio Dcoop 2021 a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen (Mejor Bodega)
SCA Nuestra Señora de las Virtudes de Fuente de Piedra (Málaga)

Premio Dcoop 2021 al Mejor Aceite Ecólogico
SCA La Unión de Úbeda (Jaén)

Premio Dcoop 2021 al Mejor Aceite con DOP Poniente de Granada
SCA Santa Ana de Salar (Granada)

Premio Dcoop 2021 al Mejor Aceite con DOP Montes de Granada
SCA San Isidro de Deifontes (Granada)

Premio Dcoop 2021 al Mejor Aceite con DOP Lucena
SCA Ntra. Sra. de Araceli de Lucena (Córdoba)

Premio Dcoop 2021 al Mejor Aceite con DOP Montoro-Adamuz
SCA Nuestra Madre del Sol de Adamuz (Córdoba)

Premio Dcoop 2021 al Mejor Aceite con DOP Antequera
SCA La Purísima Concepción de Alameda (Málaga)

El Premio Maestro reconoce los aceites tempranos

Dcoop ha reconocido los mejores aceites tempranos producidos por sus cooperativas con el Premio Maestro de la campaña 2021-22. Es un reconocimiento al esfuerzo y dedicación de todas aquellas personas que elaboran aceites al inicio de la campaña y una manera de involucrar, motivar y premiar la figura del maestro/a de almazara, pieza clave en la elaboración de los mejores aceites.

El pasado mes de noviembre se reunió el jurado compuesto por catadores internos y externos para proceder al fallo de los Premios Maestro de Almazara en las cuatro modalidades: variedad arbequina, variedad hojiblanca, variedad picual y mejor coupage.

De los lotes presentados a fecha límite 31 de octubre de 2020 resultaron seleccionados:

- Premio Maestro de Almazara al mejor aceite temprano variedad arbequina: SCA Virgen de las huertas (La Puebla de los Infantes-Sevilla).

Los representantes de las cooperativas premiadas recibieron un diploma.

- Premio Maestro de Almazara al mejor aceite temprano variedad hojiblanca: SCA Nuestra Señora de Los Remedios de Antequera (Málaga).

- Premio Maestro de Almazara al mejor aceite temprano variedad picual: SCA Unión de Úbeda (Jaén).

- Premio Maestro de Almazara al mejor aceite temprano coupage: SCA Nuestra Señora de Los Remedios de Antequera (Málaga).

Los cuatro aceites galardonados se envasarán en una edición premium limitada, comercializada a través de las cooperativas de Dcoop y a través de la tienda on line.

Dcoop, VII Premio de Innovación Agroalimentaria de Grupo Joly y Santander Grupo Joly ha reconocido a Dcoop con el VII Premio a la Innovación Agroalimentaria que patrocina Banco Santander. Se trata de un reconocimiento consolidado que Santander y Grupo Joly celebran desde el año 2015 para premiar a las empresas que han apostado por la innovación como línea estratégica para el desarrollo de su negocio.

Dcoop, Premio Agro SUR. Dcoop fue premiada con la categoría de Innovación e Internacionalización. El acto de entrega, que tuvo lugar en el auditorio Edgar Neville de la Diputación Provincial de Málaga, contó con una nutrida presencia de empresarios y representantes de instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector agroalimentario malagueño, uno de los más pujantes de Andalucía en los últimos años.

Dcoop y Caixabank firman un convenio. El Grupo Dcoop ha puesto su Departamento Técnico Agrícola a disposición de sus agricultores con objeto de informar, formar y asesorarles en la mejora y adaptación de sus olivares a los nuevos tiempos para hacerlos más rentables dentro de sus posibilidades. En el marco de esta acción ha firmado un convenio de colaboración con AgroBank, la línea de negocio de CaixaBank dedicada al sector agroalimentario, para facilitar condiciones preferentes de financiación a aquellos que deseen acometer estos proyectos de mejora.

Villarrubia consigue la certificación IFS

La planta de descascarado de almendras de Dcoop en Villarrubia (Córdoba) ha logrado la certificación IFS Food. Con esta acreditación, el Grupo Dcoop da un paso más en el desarrollo de sus acciones en materia de seguridad alimentaria, calidad y trazabilidad de las producciones.

En esta planta de la Sección de Frutos Secos de Dcoop se recepciona la almendra de sus asociados en naves de almacenamiento con una capacidad para 18.000.000 kg de almendra en cáscara.

En la instalación, con una capacidad de partido de 3.500kg de almendra cáscara/hora, se procesa la almendra mediante su limpieza, partido, clasificación, calibrado y envasado final.

Dcoop convoca su VIII Concurso de Artes Plásticas

Dcoop ha publicado ya las bases de la octava edición de su Concurso de Artes Plásticas, al que están convocados todos los artistas mayores de edad que residan en territorio nacional y que deseen participar con obras inéditas de pintura, escultura, cerámica y/o grabado.

Las obras se podrán presentar hasta el próximo 15 de marzo (incluido). Las candidaturas optan a premios de 3.500 euros en cada categoría y con arreglo a las bases que se pueden consultar en la web de Dcoop y en la de Mundoarti.com.

Dcoop, Premio Alas a la Internacionalización de la Empresa Andaluza que otorga Extenda

Dcoop ha recibido el premio a la Trayectoria Internacional en la modalidad de Empresa que entrega la Agencia Extenda. El consejero de la Presidencia, Elías Bendodo, fue el encargado de entregar el premio al presidente del Grupo.

La categoría de 'Trayectoria Internacional' distingue entre aquellas compañías que, con una actividad en el exterior superior a diez años, tenga consolidada su presencia en los mercados internacionales y haya contribuido a difundir la imagen de Andalucía en el exterior. Este galardón se concede en dos modalidades, a empresa y entidad.

Los Premios Alas tienen como principal objetivo reconocer la labor de las empresas y entidades andaluzas en los mercados internacionales, así como estimular al resto del tejido productivo de la comunidad para que inicie su proceso de internacionalización, como un elemento fundamental de su actividad económica.

Foto de familia de los premiados con el consejero Elías Bendodo.

Dcoop mantiene una fluida relación con Extenda para potenciar su estrategia internacional, de forma que ha participado en 141 acciones desde 1997, tanto en misiones comerciales como en jornadas técnicas y formativas.

Las exportaciones vuelven a superar las ventas nacionales en Dcoop

Dcoop exportó las producciones de las cooperativas integradas en el Grupo a más de 75 países en todo el mundo: aceite, vinos, aceitunas, leche de cabra y almendra, tanto a granel como envasado. Los principales países destinatarios de las producciones de las cooperativas de Dcoop fueron, por este orden: Estados Unidos, Italia, Francia, Alemania, Portugal, Reino Unido, Japón, China, Bélgica y Rusia. Otros destinos más exóticos son Mongolia, Polinesia Francesa o Gana, nuevo destino junto a otros países como Cuba, Tailandia o Níger.

En el caso del aceite envasado, Dcoop a través de su filial industrial Mercaóleo aumentó sus exportaciones un 53% al pasar de los 43 millones de litros envasados en 2019 a los 66 millones en 2020. Un crecimiento que se corresponde con las cifras récord de envasado que se registraron en 2020 y en el que el mercado estadounidense, impulsado por la alianza con Pompeian tiene un gran protagonismo, con más de 70.000 toneladas de aceite exportadas a EEUU en 2020.

El aceite en su conjunto (tanto a granel como envasado) sigue siendo la principal actividad exportadora de Dcoop, con unos 144,9 millones de kilos de aceite vendidos fuera de España y un volumen de ventas de 332,84 millones euros, pero no fueron las únicas que mejoraron sus ventas al extranjero. Pese a las dificultades por la pandemia, también las exportaciones de vino tanto embotellado aumentaron levemente tanto en volumen como en valor.

La sección más perjudicada por la pandemia y las barreras arancelarias impuestas por gran parte del mercado anglosajón fue la de la aceituna de mesa, con una caída del 25,75% en volumen con respecto a 2019; no obstante, es la sección que exporta a más destinos.

Dominio de Baco se suma a Estrellas de La Mancha

Estrellas de la Mancha, un nuevo formato de rutas gastronómicas diseñadas en Castilla-La Mancha con el objetivo de potenciar a productores y productos de proximidad y calidad diferenciada de la región junto a la hostelería, hizo el pasado mes de noviembre su tercera parada en el restaurante Acrópolis de Toledo.

Así, de la mano del responsable y la chef de Acrópolis, Diego Trujillo y Rosario Ramos Correa, el exclusivo evento gastronómico ofreció maridajes perfectos y catas comentadas poniendo en valor los productos de la tierra, entre los que participó Hacienda Real Cencibel.

La Unión de Úbeda celebra su 90 aniversario

La cooperativa ubetense celebró el pasado mes de octubre su 90 aniversario con una serie de actividades abiertas tanto a socios y socias como a la ciudadanía. La cita contó con la presencia de la alcaldesa, Antonia Olivares y el concejal de Agricultura, Javier Gámez. El presidente de la cooperativa, Juan Quesada, manifestó su alegría por la celebración de esta efeméride y el recuerdo a los mayores que hace nueve décadas apostaron por su fundación.

La conmemoración comenzó con un tradicional desayuno molinero al que se invitó a los socios para posteriormente celebrar en el salón de actos un programa de conferencias que estuvieron a cargo del personal técnico de Dcoop.

La alcaldesa reconoció el perfil luchador de la cooperativa, constituida en 1931 y que se puso en marcha con 59 socios. Asimismo, el director general de Dcoop, Rafael Sánchez de Puerta destacó en el acto de inauguración de las celebraciones que La Unión ha sabido sobreponerse a momentos difíciles, un mérito que cabe atribuir a los más de 2.500 cooperativistas que la integran.

Conferencia inaugural.

Jornada de cata.

Los actos de celebración concluyeron con una cena de gala en el restaurante Ermita Madre de Dios de Úbeda, en la que se dieron cita socios, proveedores, profesionales, instituciones y trabajadores que han contribuido a que esta cooperativa pueda conmemorar estos años desde su nacimiento.

Desayuno degustación.

Montejícar instala un surtidor de gasóleo

La SCA Virgen de la Cabeza de Montejícar ha llevado a cabo la instalación de un surtidor para que socios y socias puedan repostar gasóleo A, gasóleo B, gasolina 95 y *adblue*. El surtidor, que está operativo desde principios de diciembre, se encuentra a 1,20 km del centro.

Huétor Tájar celebra el Día Dcoop para acercar a sus cooperativas al Grupo

Dentro del proyecto TuDcoop para acercar los socios, las cooperativas y el grupo, el 24 de noviembre tuvo lugar el Día Dcoop en Huétor Tájar donde se habló sobre el proyecto del grupo, se incidió en la calidad y se degustaron productos de Dcoop.

Ovipor ensalza el valor de la ganadería extensiva en su 40 aniversario

Ovipor celebró su 40 aniversario con una jornada técnica en la que se ensalzó el valor económico, social y medioambiental de la ganadería extensiva. El cooperativismo agroalimentario, desde Huelva hasta Bruselas, reunido en el Hotel Barceló de Aracena (Huelva) abordó el papel de la ganadería extensiva en el nuevo marco de la PAC, las oportunidades de la integración cooperativa y el peso del sector en los mercados. El encuentro congregó a más de un centenar de personas, entre ganaderos, representantes del sector agroalimentario y la economía social agraria y autoridades.

La cooperativa onubense puso de manifiesto en su aniversario los argumentos que la convierten en uno de los máximos exponentes de la ganadería extensiva andaluza. "El trabajo, el esfuerzo, la colaboración y la pasión por la ganadería y la dehesa rigen el día a día de esta empresa", explicó el presidente de Ovipor, Agustín González, durante la inauguración.

En línea con la estrategia comercial impulsada desde Ovipor, el director general de Cooperativas Agro-alimentarias de España, Agustín Herrero, expuso la necesidad de abordar procesos de integración para favorecer el desarrollo de los productores asociados a las cooperativas. Como explicó Agustín González, desde sus inicios, los productores de Ovipor "han sido conscientes de la importancia de la dimensión, la innovación y la internacionalización, y es por ello que durante todo este tiempo han apostado por la integración como clave para su desarrollo". Muestra de ello es que la entidad trabaja desde hace cuatro décadas con el objetivo de lograr la rentabilidad suficiente para que los ganaderos de la provincia de Huelva puedan mantener activas sus explotaciones y darle vida a sus pueblos. Así, Ovipor es la única cooperativa española que se encuentra integrada en tres entidades asociativas prioritarias (EA group, Dcoop y Covap) y pertenece al grupo Bovies.

Participantes en la jornada técnica organizada por Ovipor.

Ovipor ha reconocido con sus Insignias de Oro a las cooperativas con las que mantiene alianzas comerciales, así como a las organizaciones representativas del cooperativismo agroalimentario, Caja Rural del Sur y al presidente desde hace tres décadas, Agustín González.

Visita del colegio CEIP Virgen del Rosario a Olijayena

La visita de unos 50 alumnos aproximadamente que tuvo lugar el pasado 16 de diciembre estuvo guiada por el presidente, José García López, quien explicó a los alumnos el proceso que sigue la aceituna desde la recepción hasta que el aceite llega a bodega. Tras recorrer las instalaciones se ofreció al alumnado y el profesorado un desayuno molinero con aceite de oliva, todo ello con la colaboración del AMPA del CEIP Virgen del Rosario.

Símbolo presenta sus vinos jóvenes 2021 en el Wanda

Bodegas Símbolo ha presentado los vinos jóvenes de la gama Símbolo amparada por la Denominación de Origen La Mancha en el Estadio Wanda Metropolitano en Madrid, dentro de las jornadas de presentación de vinos y entrega de premios Jóvenes Solidarios de la DO La Mancha.

Los vinos de la añada 2021 destacan por ser unos vinos muy aromáticos y con una potencia frutal muy alta, seña de identidad de Bodegas Símbolo.

CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO
Directora General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria

"La innovación apoya los retos de las cooperativas"

¿A qué retos se enfrentan las cooperativas agroalimentarias?
Las cooperativas tienen un objetivo fundamental que es la rentabilidad de los agricultores asociados a ellas. Y con ese objetivo deben ser capaces de enfrentarse a los retos que cada momento tiene el sector agroalimentario. La rentabilidad pasa por la competitividad y ésta por la integración, comercialización, calidad y exportación, retos que permitirán unos precios justos para el agricultor.

¿Cuáles son las principales líneas de acción de su Departamento dirigidas a este sector tan importante de la economía?
Desde mi área, como Dirección General de Industria, Innovación y Cadena Agroalimentaria, todas las actuaciones van a fortalecer a las empresas del sector agroalimentario donde las cooperativas, sobre todo en algunos sectores, representan un porcentaje elevado. Las convocatorias de ayudas van orientadas al apoyo y carácter incentivador para que el sector agroalimentario pueda afrontar los retos que hemos comentado.

La línea de modernización de industrias permite al sector modernizar sus instalaciones, implantar las tecnologías más avanzadas que garantizan la máxima calidad, adaptarlas a una industria 4.0, eficiencia energética o economía circular. Una línea en la que el sector cooperativo del olivar destaca por sus continuas inversiones. La apuesta del Gobierno de Andalucía por la línea del olivar es clara: aumentamos con 12 millones de euros la convocatoria de 2018, hemos convocado 32 millones en 2020 y lanzaremos convocatoria en el primer trimestre de 2022 con otros 32 millones.

En la línea de Grupos Operativos de Innovación, que apuesta por que la I+D+i llegue a los sectores productivos, donde la colaboración

Carmen Cristina de Toro Navero (Granada, 1971) Es ingeniera Agrónoma por la Universidad de Córdoba. De 2000 a 2008 ocupó cargos de responsabilidad en Cooperativas Agroalimentarias de Extremadura. Ha dirigido el Centro Tecnológico del Olivar y del Aceite de Oliva (Jaén) desde el que ha gestionado el Centro de Excelencia en Investigación sobre Aceite de Oliva y Salud y la Agrupación Empresarial Innovadora de la Industria Auxiliar Oleícola.

entre los agentes del conocimiento y el sector es fundamental, también destacan los proyectos del sector del olivar y la presencia e interés de las cooperativas por introducir la innovación en su día a día.

También podemos destacar la línea específica de integración y fusión de los modelos asociativos.

"Hay un plan de mejora de los laboratorios para trabajar en las catas"

¿Qué se está haciendo para responder al problema de variabilidad de resultados en las catas?

Desde la entrada del nuevo gobierno la apuesta de la Consejería de Agricultura por el control de calidad en el sector agroalimentario es clara. Hay un plan de mejora de los laboratorios agroalimentarios de control oficial con el objetivo de ofrecer un servicio de máxima calidad, especialmente en el sector del aceite, además, se está trabajando en el Centro de Referencia de Calidad del Aceite de Oliva en Jaén con el fin de trabajar junto con el sector y los agentes del conocimiento en acreditar y garantizar la calidad de los aceites de oliva con el uso del conocimiento y las nuevas tecnologías. Se está colaborando con el Ministerio, con la Interprofesional, en este sentido.

¿Cómo se está apoyando la integración cooperativa, tan necesaria? ¿Qué valoración hace del resultado de esta línea de trabajo en los últimos años?

La integración en el sector agroalimentario sigue siendo uno de los medios que tenemos para aumentar la competitividad y ganar posicionamientos en los mercados. La mayoría de las líneas de apoyo tienen en consideración la integración de las empresas agroalimentarias y además, contamos con una línea específica de apoyo a los procesos de integración y fusión de entidades asociativas agroalimentarias, que hemos trabajado con Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía para que se adapte a las necesidades reales y a incentivar los procesos de fusión e integración con una convocatoria anual de más de 3 millones de euros. Con la modificación de las bases reguladoras hemos conseguido un incremento del número de solicitudes y de procesos incentivados. Aunque tenemos que seguir apostando por esta línea y por el reconocimiento de la Entidades Asociativas Prioritarias.

¿Qué le diría a los cooperativistas?

En primer lugar darles las gracias y pedirles que sigan trabajando por el campo andaluz. Este sector ha demostrado su fortaleza, especialmente en la pandemia, y son un pilar fundamental para Andalucía no solo como agricultores y ganaderos, los cooperativistas forman parte de un modelo de economía social que permiten el desarrollo económico de las zonas rurales como generadores de empleo y fijando por tanto la población al territorio.

Informe de mercado

Aceite de oliva

Entramos en el mes de diciembre con una preocupante falta de precipitaciones que si no se remedia pronto, puede hacer peligrar la disponibilidad de aceite en los próximos meses. Es pronto para poder asegurar el volumen de producción en la presente campaña, aunque los rendimientos obtenidos hasta el momento hacen presagiar una cosecha similar o inferior a la pasada.

La falta de agua está manteniendo los precios en niveles aceptables, que esperemos continúen a pesar de esperadas lluvias.

Parece que ha pasado la presión vendedora de los productores portugueses, por lo que las próximas semanas deben ser tranquilas.

La producción del mes de noviembre confirma el adelanto de la recolección, con una apuesta clara por la calidad.

Mes de noviembre de 2021. Aceite de oliva

Campaña 2020/21		Millones Kg
Existencias iniciales		422,1
Producción		327,4
Importaciones		34,5
Consumo interior	-81,3	
Exportación	-173,3	
Total salidas		-254,6
Existencias finales		**529,4**

Fuente: AICA.

Vino

En el último trimestre del 2021, las salidas al mercado han sido buenas, prácticamente normales, tanto en granel como en producto envasado. Los graneles han recuperado los precios del 2019, que fueron buenos. Y podemos decir con una demanda importante, principalmente con nuestros clientes de mercado internacional. En cuanto a los vinos envasados, las salidas al mercado son buenas y regulares en el final de año.

Preocupa el incremento de los costes, tanto de energía como de materiales en el envasado así como las dificultades en la logística tanto a la hora de conseguir contenedores como el incremento de precios.

A pesar de todo esto vamos a confiar que en el 2022, continúe las salidas de vino con normalidad y se mantenga el actual nivel de precios.

Aceituna de mesa

Una vez finalizada la campaña de recolección de las distintas variedades, aún se está a falta de confirmación de los datos finales oficiales de las cantidades totales recolectadas. Surgen importantes diferencias entre las primeras previsiones de cosecha corta dadas por la interprofesional y aquellos datos que se están sugiriendo, y adelantando por parte oficial, de lo realmente recolectado y que están resultando ser muy superiores a los previstos.

Sin duda, la campaña de recolección ha venido, de nuevo, marcada por la sequía y por lo tardío de las primeras lluvias otoñales. La consecuencia ha sido que las zonas verdeables hayan sido inicialmente sólo aquellas regables mientras que las de secano presentaban frutos no verdeables (debido a su escaso tamaño o incluso arrugado). Las primeras lluvias llegaron tarde como para que se recuperasen del todo las zonas de secano aunque sí propiciaron que se prolongase la cosecha hasta mediados de noviembre. La gran cosecha en Extremadura de aceituna cacereña y carrasqueña, junto con la producción que han aportado las nuevas zonas que se verdean, han incrementado notablemente la cosecha inicialmente estimada.

Ganadería

Vacuno de carne

Los machos y hembras pasteros suben ligeramente (0,08 y 0,02 €/kg) arrastrados por el precio de los cebados y la escasez de estas fechas. En cuanto a los cebados, la menor entrada de terneros en los cebaderos fruto de la crisis y el incremento de los precios de los piensos, ha provocado una escasez, que unido a una alta demanda ha tirado con fuerza de los precios hacia arriba (0,30 €/kg) en los machos y (0,18 €/kg) en las hembras, lo que hace que los cebaderos, aunque preocupados por el precio de pienso, respiren por ahora.

Caprino de leche

Para este invierno se prevé una estabilidad de los pecios de la leche de cabra. La situación continua muy compleja la producción por el momento no acaba de despegar los costos de producción siguen siendo altos tanto para el sector productor como para el industrial. Tampoco sabemos la gravedad con la que afectara esta quinta hola a la economía. La distribución sigue sin querer repercutir todo el incremento de costos. Se confirma la imperiosa necesidad de la optimización de todos los costos que intervienen la cadena de valor evitando gastos innecesarios.

Porcino

La oferta de cerdos es abundante en los grandes países productores, pero la demanda de los mataderos también aumenta, de forma clara en España, pero nadie quiere tener demasiado stock de carne en su poder. En China, el precio interior del cerdo sigue subiendo (casi un +60% desde mediados de octubre) y, siendo su matanza también récord, la mejoría se apoya en los altos consumos del Año Nuevo chino, a finales de enero. Pero también aquí Ómicron plantea incertidumbres, tanto a nivel social como a nivel de crecimiento económico.

Materias primas

En estas fechas, la asociación de comerciantes europeos emite los pronósticos de superficie sembrada para Europa. En lo que hace referencia a España prevén que la superficie cultivada será similar a la del ejercicio pasado, notándose solo diferencias de menor superficie cultivada de maíz, avena y triticale. En el otro lado de la balanza estarán las cebadas y trigos duros, para las que se prevé una mayor superficie cultivada. En cuanto a los rendimientos, eso será otra cuestión, difícil de determinar, básicamente con la variabilidad climática que estamos teniendo.

Los aranceles de EEUU a la aceituna de mesa española podrían tener los días contados

EEUU ha aceptado la resolución de la OMC sobre los aranceles a la aceituna negra española y haya decidido no recurrirla, "hecho que constituye un paso muy importante para la resolución final de un conflicto que se extiende ya por espacio de más de tres años y que está causando pérdidas millonarias a la industria de la aceituna de mesa de nuestro país". No obstante, el Gobierno ha realizado un llamamiento a la prudencia, porque ahora se abre un periodo de varias semanas para que la administración estadounidense declare cómo aplicar el informe, así como el plazo en el que prevé hacerlo, que podría extenderse durante meses.

Así, el litigio que los productores españoles de aceituna negra mantenían con EE UU por la fijación de un arancel del 25% a la exportación al gigante norteamericano parece tener los días contados. El recargo, fijado por la Administración Trump en 2017 en el marco de la batalla entre Boeing (EE UU) y Airbus (UE) por las ayudas de estado ilegales, establecía un arancel del 25% para la venta de aceituna negra por su posición de dominio que restringía el negocio a algunos productores nacionales. En los cuatro años que lleva en vigor, los productores españoles han contabilizado pérdidas por valor de 150 millones de euros. EE UU es el mercado principal de España y representa el 20% de sus exportaciones.

En Italia, Rusia o Arabia Saudí, el mercado está muy maduro y es imposible conseguir aumentos de consumo a corto plazo. En otros mercados nuevos como China, Japón o India se requiere de mucho tiempo, como explica Asemesa en un comunicado. De haber apelado, según señala Efeagro, el contencioso podría haber continuado e incluso se corría el riesgo de que cayera en un limbo legal, dado que la siguiente instancia en el mecanismo de disputas comerciales de la OMC, el Órgano de Apelación, no puede emitir decisiones desde 2019, a causa de la negativa de EEUU a aprobar nuevos jueces.

El pasado mes de diciembre un informe del Grupo Especial de la Organización Mundial del Comercio (OMC) dictaminó que los derechos compensatorios impuestos por los Estados Unidos sobre las importaciones de aceitunas negras procedentes de España eran ilegales.

INFORME ANUAL DE ALIMARKET

La distribución de alimentos afronta con éxito la pandemia

La distribución de base alimentaria, al igual que el sector productor de alimentación y bebidas, ha demostrado su resiliencia en el último año. El informe anual de Alimarket sobre el comportamiento de las empresas del sector de la distribución pone de manifiesto que las particularidades de 2020 se han traducido en crecimientos en ingresos y resultados por encima de la media también para los grupos regionales y el supermercado de proximidad. Con datos obtenidos a partir de 450 empresas analizadas, el informe refleja un crecimiento histórico del 10% en gran consumo (incluyendo alimentación envasada, fresca y droguería y perfumería) hasta los 81.000 M€ en 2020.

Las ventas por superficie de los 25 primeros operadores por ingresos minoristas también revelan el gran desarrollo de 2020, con un porcentaje de crecimiento medio del 6,3%, que duplica ampliamente el obtenido el año anterior y se sitúa en 5.489,37 €/m^2. La líder sectorial, Mercadona, continúa encabezando la tabla, con unas ventas de 10.081 €/m^2, aunque su crecimiento, del 3%, se aleja de la media. Tras la distribuidora valenciana se mantienen también a la cabeza Bonàrea, la división de supermercados de Cooperativa Agropecuaria de Guissona, el grupo distribuidor madrileño Ahorramas y la especialista en descuento Lidl.

Al igual que la compañía onubense Cash Lepe, otros grupos regionales han destacado por su gran crecimiento en este parámetro, entre ellos Uvesco, Bon Preu, Froiz o 'Lupa'. Asimismo, el Informe Anual sobre la Distribución de Alimarket revela que entre las compañías de ámbito nacional, DIA empieza a notar en sus cuentas la regeneración efectuada en su tejido comercial y la elección de la proximidad entre los consumidores en 2020. Aunque sus ingresos por metro cuadrado aún están alejados de la media analizada, ha conseguido incrementarlos un 14,5% en el último ejercicio.

Ventas por m² de los principales operadores (+)

Empresa / Grupo	Establecimientos Número	Establecimientos Superficie (m²)	Ingresos 2020 (M€)	2019 €/m²	2020 €/m²	% 20/19
Mercadona, S.A.	1.621	2.435.782	24.556,00	9.788,63	**10.081,36**	3,0%
Corp. Ali. Guissona, S.A. (Bonàrea C.) - Div. Sup.	396	76.433	735,00	8.932,14	**9.616,27**	7,7%
Ahorramas, S.A. (Grupo)	263	213.442	1.866,00	8.253,26	**8.742,42**	5,9%
Lidl Supermercados, S.A.	624	701.940	4.825,00	6.678,01	**6.873,81**	2,9%
Bon Preu, S.A. (Grupo) (1)	202	260.543	1.579,00	5.338,22	**6.060,42**	13,5%
Uvesco, S.A. (Grupo)	267	183.819	997,75	4.511,21	**5.427,89**	20,3%
Alcampo, S.A. (Grupo) (1)	311	769.835	4.144,00	5.489,13	**5.382,97**	-1,9%
Dinosol Supermercados, S.L.	261	204.509	1.063,13	5.161,22	**5.198,45**	0,7%
Consum, S. Coop.	790	608.848	3.085,31	4.618,88	**5.067,46**	9,7%
Scaber, S.C.A. - E. Leclerc (Grupo) (1)	17	69.343	350,00	3.994,95	**5.047,37**	26,3%
Carrefour (Grupo) (1)	1.238	2.029.777	8.860,00	4.117,65	**4.365,01**	6,0%
Grupo Eroski (División Alimentación) (2) (1)	1.318	1.034.249	4.504,00	3.929,02	**4.354,85**	10,8%
Semark AC Group, S. A. (Lupa) (2)	172	140.892	577,00	3.667,06	**4.095,34**	11,7%
Alimerka, S.A. (Grupo)	168	174.572	706,29	3.721,30	**4.045,84**	8,7%
El Corte Inglés, S.A. (Grupo Alimentación)	684	692.268	2.784,00	3.621,64	**4.021,56**	11,0%
Supersol Spain, S.L. (Grupo) (2)	172	132.396	512,41	3.565,64	**3.870,28**	8,5%
Gadisa (Grupo) (2)	417	303.493	1.136,12	3.500,87	**3.743,48**	6,9%
Grupo Froiz, S.L. (2)	303	198.925	743,00	3.324,97	**3.735,08**	12,3%
Condis Supermercats, S.A. (Grupo)	660	254.510	894,71	3.250,83	**3.515,42**	8,1%
Aldi Supermercados, S.L. (Grupo)	328	356.986	1.200,00	3.401,57	**3.361,48**	-1,2%
Dia Retail España, S.A.	2.839	1.375.222	4.308,83	2.737,48	**3.133,19**	14,5%
General Markets Food Ibérica, S.A. (1) (2) (3)	787	162.904	490,00	3.079,97	**3.007,91**	-2,3%
Grupo Mas (Grupo Hermanos Martín, S.A.)	144	157.652	448,50	2.667,65	**2.844,87**	6,2%
Cash Lepe, S.L. (2)	221	134.025	329,00	2.037,01	**2.454,77**	20,5%
Covirán, S.C.A. (2) (4)	2.380	357.470	830,60	2.112,47	**2.323,55**	10,0%
Total	**16.583**	**13.029.835**	**71.525,65**	**5.164,86**	**5.489,37**	**6,3%**

(+) Los datos económicos corresponden al cierre del ejercicio fiscal de cada compañía y los establecimientos al número a 31/12/2020.
Incluyen superficie total y se han restado los ingresos por el negocio mayorista y la venta de combustibles.
(1) Cuenta con estaciones de servicio.
(2) Cuenta con establecimientos mayoristas.
(3) No se incluyen las tiendas a las que suministra.
(4) Cifras estimadas en función de las tiendas de alimentación del grupo que se adecúan a los estándares de Alimarket.
Fuente: Alimarket Gran Consumo.

Los líderes

En 2020, Mercadona, la líder sectorial crecía un 5,1%, hasta los 24.556 M de ingresos netos, mientras su beneficio neto ascendía un 17% y superaba la barrera de los 700 M para situarse en 727 M. Este ejercicio, sus previsiones pasan por incrementar un 3,7% en facturación y repetir resultado neto. Además, va a seguir impulsando su plan de transformación 2018-2023 y, para ello, tiene previsto invertir 1.500 M, que destinará, principalmente, a la apertura de 97 nuevos supermercados, 88 en España y nueve en Portugal; a la reforma de 88 tiendas para adecuarlas al Nuevo Modelo de Tienda Eficiente (Tienda 8) y a la implantación de la nueva sección 'Listo Para Comer' en 200 centros. Además, seguirá optimizando su red logística, con la reforma e inauguración de nuevas plataformas, y también destinará recursos a la transformación digital y a reforzar el modelo online.

Por su parte, Alcampo facturó 4.250 M netos en 2020, lo que supuso un 4,4% menos respecto a 2019, debido a los efectos del Covid-19 y la nueva oleada de recortes en su red de supermercados. Además, acaba de culminar la absorción de Supermercados Sabeco y su filial Sabeko Banaketa, gestoras de la línea de pequeñas y medianas superficies del grupo, así como de Sociedad Hispánica de Desarrollo (SHD), que explota los hipermercados 'Alcampo' de Irún y Oyarzun, en Guipúzcoa. A partir de ahora, toda la actividad comercial de la filial en nuestro país del grupo francés es responsabilidad de la sociedad Alcampo. En total, asume directamente más de 183.000 m² y 252 tiendas, de las cuales 140 (66.254 m²) son franquicias.

Con una red centrada en la proximidad, Consum es la compañía con más crecimiento entre las diez primeras. La cooperativa facturó 3.085,31 M netos (3.324 M brutos) en el ejercicio finalizado el pasado 31 de enero, lo que supone un 13,1% más. Este incremento, debido a los cambios de consumo provocados por la pandemia, supera ampliamente el ritmo de desarrollo de su sala de venta, del 3,1%, durante el mismo periodo. Las tiendas de la cooperativa en zonas vacacionales se resintieron por la ausencia de turismo, pero se compensó con el aumento del consumo en los establecimientos de interior y algún contrato puntual de colectividades.

La tercera cadena del sector por ingresos, Lidl, alcanzó unas ventas netas de 4.825 M en 2020 (ejercicio cerrado a 28 de febrero de 2021), tras registrar un alza del 9,7%, crecimiento similar al de los últimos ejercicios, en un año excepcional marcado por la crisis sanitaria, en el que habría podido verse penalizada por la ubicación del grueso de su red en el extrarradio de las ciudades. Aun así, su comportamiento está también entre los mejores del top ten, apoyado en su fuerte expansión, que continuará en los próximos años.

Los supermercados de El Corte Inglés conseguían un crecimiento del 9,7%, empatando en porcentaje con Lidl.

Plan de mejora de la rentabilidad del olivar

El aumento de costes de producción del olivar y las frecuentes crisis de precios del aceite han provocado que en muchas campañas la viabilidad económica del cultivo quede claramente comprometida.

Desde hace años, vienen implantándose nuevos sistemas de cultivo más rentables, como fueron inicialmente las plantaciones de mayor densidad (200-300 árboles por hectárea), aptos para su mecanización y en muchas ocasiones de riego.

Posteriormente, surgieron las nuevas plantaciones de olivar en seto, inicialmente en riego, con las que se consiguió un importante aumento de producción, reducción de costes, obtención de aceites de mayor calidad y mejor precio.

Recientemente, este modelo de olivar se ha extendido con gran éxito al cultivo de secano, ampliándose considerablemente la superficie apta para esta transformación.

En el Grupo Dcoop se lleva mucho tiempo reflexionando sobre esta situación y se trabaja en buscar respuestas para adaptarse a estos nuevos tiempos, siendo resilientes dentro de las posibilidades de cada una de las explotaciones. No se trata de una obligación, sino de informar y ayudar para hacer las explotaciones lo más rentables posibles.

El Plan de Mejora del Olivar de Dcoop analiza aquellas plantaciones de altos costes para intentar ayudarlas a transformarse. Se trata de estudiar la posibilidad de renovar el olivar, caminar hacia un olivar de más fácil mecanización o adaptando las plantaciones a una mayor productividad a menores costes, donde el acceso al agua es fundamental. En las explotaciones en las que sea difícil esta transformación por sus limitaciones naturales es necesario buscar soluciones alternativas que paliéen el problema de rentabilidad mediante sistemas de cultivo diferenciados como la producción ecológica o la obtención de certificaciones de calidad como pueden ser las denominaciones de origen.

En definitiva, se ofrece estudiar sistemas de cultivo adaptados al denominado tradicional que mejoren la rentabilidad de las explotaciones mediante aumentos de la producción, reducción de costes y obtención de aceites de mayor calidad y precio. Para esto será necesario estudiar la explotación y sus posibilidades en función de sus recursos naturales (hídricos, edafológicos, orográficos, etcétera) y, por supuesto, las preferencias del socio o socia. En caso de que la explotación no permita su reconversión por limitaciones naturales, será necesario proponer alternativas que aumenten el valor de la producción transformándose en ecológica o con diferenciación medioambiental.

Para ello, el Departamento Técnico Agrícola de Dcoop prestará asesoramiento a sus cooperativistas en estas reconversiones o cambios en el sistema de cultivo, así como en su posterior manejo y, cómo no, facilitar instrumentos financieros que permitan a los socios acometer estas inversiones.

Para dinamizar este proyecto, Dcoop contará con su red de técnicos de campo, los cuales se pondrán a disposición de quienes estén interesados en abordar estos procesos. Asimismo, contarán con un equipo amplio y centros especializados que colaborarán con el Grupo en la formación del personal técnico y supervisarán el diseño de las transformaciones propuestas.

También se establecerán acuerdos con viveristas y empresas de servicio que colaboren con Dcoop en la realización de las plantaciones y su posterior manejo.

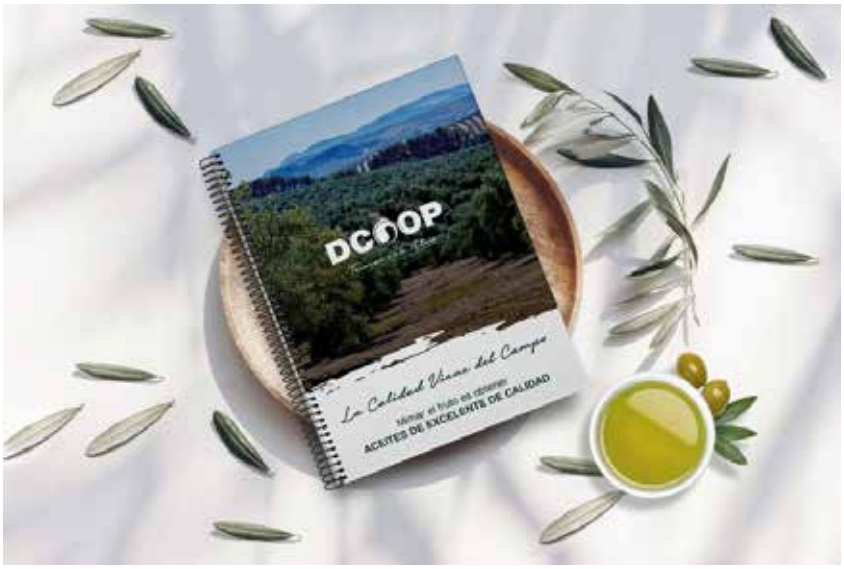
Por último, Dcoop ofrecerá acuerdos con entidades bancarias dispuestas a financiar tanto las inversiones necesarias para la transformación como el lucro cesante hasta la entrada en producción de las nuevas plantaciones, como ya se puede ver en el primer acuerdo realizado con CaixaBank.

No hay una solución única para todos sino que existen diagnósticos y soluciones para cada explotación pero es nuestra responsabilidad estudiarlas y ejecutarlas dentro de nuestras posibilidades.

Libro de buenas prácticas en el olivar

Como herederos de generaciones de olivicultores, el Grupo trabaja desde sus orígenes en la búsqueda del mejor zumo natural de la aceituna , centrándose en la calidad para lograr una mayor diferenciación y valor añadido mediante la aplicación de una serie de técnicas y buenas prácticas que ahora ha recopilado en esta publicación.

El libro, elaborado por las áreas de Calidad y Marketing, cuenta con el patrocinio de FOSS y es otro pequeño paso dentro del programa de comunicación con los socios y socias y personal de almazaras para abordar asuntos de vital importancia para quienes se dedican a la olivicultura, como el momento idóneo para iniciar la recolección y así combinar la mejor calidad durante el proceso de elaboración y productividad.



La publicación no olvida referencias a la aplicación de técnicas agronómicas que preserven los ecosistemas terrestres y la biodiversidad por respeto al medio ambiente pero también para aumentar la fertilidad y la productividad del cultivo, haciendo un uso sostenible del agua, fertilización y tratamientos, respetando plazos de seguridad, preservando la fauna auxiliar y la microbiota del suelo.

¿Cómo aplicar la ley de la cadena alimentaria?

Las Cortes Generales acaban de aprobar la ley de la cadena alimentaria, que, entre otros fines, pretende que se cubran los costes de producción y prohíbe la venta a pérdidas, algo en lo que todos estamos de acuerdo. Como titular está bien, pero en su tramitación empezaron a surgir dudas sobre sus efectos prácticos en la aplicación, porque puede ocurrir que al final acaben peor aquellos a los que se pretende proteger. Por ello, lo mejor es cada uno reflexiones sobre casos que se pueden dar para tratar de ver las consecuencias que puede traer esta ley, porque más bien parece una norma hecha para exonerar a la Administración de responsabilidad, algo que traslada al sector. He aquí algunas cuestiones.

Fijación de costes. La ley no fija el precio de coste, sino que traslada a cada uno su estimación. ¿Cómo se fija un precio de coste en una cooperativa donde cada agricultor va a tener unos gastos diferentes? Si nos vamos a costes medios, al final acabará ocurriendo que se irán de la cooperativa los agricultores más eficientes, puesto que no podrían vender su producto al haber un precio mayor; se quedarán quienes más gastos tengan, y en momentos complicados, sin poder vender su producto. Es decir, irán desapareciendo las explotaciones y cooperativas con más gastos.

Venta de producto. Se prohíbe la venta a pérdidas, lo que significa que cuánto más alto sea el coste de producción más difícil será de vender, puesto que siempre la lógica compradora lo adquirirá en aquellos sitios más baratos. Es decir, primero se venderá lo más barato y luego se irá subiendo, pero los que menos eficientes sean, serán los que más dificultades e imposibilidades tengan para vender. Es decir, acaban peor aquellos a los que supuestamente pretende defender la ley.

Mercado. Si por las circunstancias de cosecha, (por ejemplo, excedentes) y mercado (por ejemplo, contexto de precios bajos) un producto no llega a un determinado nivel de precio, que es el fijado como coste de producción, puede pasar mucho tiempo, incluso años, sin que se venda el producto. ¿Hay agricultores y ganaderos dispuesto a estar mucho tiempo sin ingresos?

Diferentes productos. La situación para los productos perecederos (leche, frutas, hortalizas…) es peor, puesto que se pueden encontrar con cosechas enteras sin poder vender, sin generar ingresos, porque el mercado no paga ese coste de producción. Si el coste de un producto está en 1 ¿no es mejor ingresar 0,9 aun vendiendo algo por debajo del coste de producción que no poder vender y tirar la cosecha a coste 0?

> En su tramitación empezaron a surgir dudas sobre sus efectos prácticos en la aplicación.

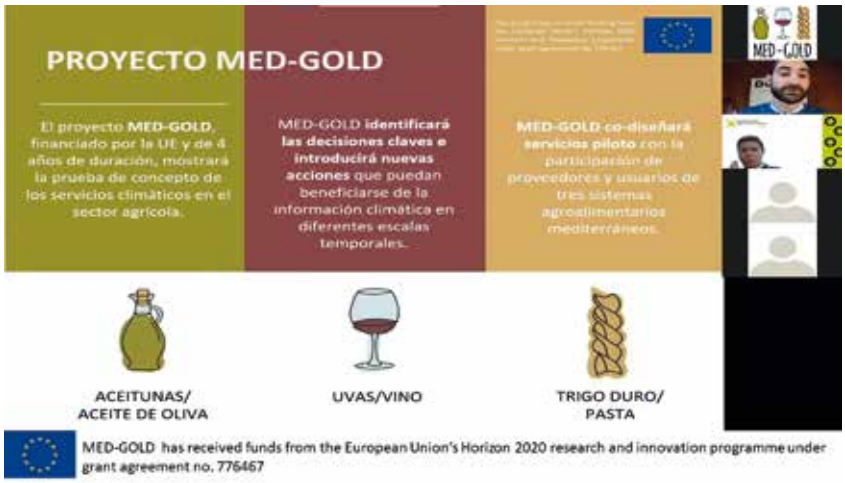
Comercio. ¿De qué sirve fijar los costes de producción en España mientras se permite que en este mismo mercado entren productos a precios inferiores? La lógica del mercado nos dice que con esta ley tendrán preferencia aquellos productos que tienen un coste de producción menor que entran de fuera. Si el precio no es igual para todos, los agricultores con precios altos lo van a tener peor, porque van a ver cómo se incrementan las importaciones sin que ellos puedan vender su producto. Por otro lado, esto puede ocurrir a las exportaciones de aquí hacia otros países, dejando en una gran desventaja competitiva a nuestro país. Ejemplo, soy productor en otro país con coste 1 y sé que en España hay coste a 2, por lo que puedo subir mi precio de venta a 1,90, porque en España no podrán vender y yo ganaré casi el doble que mi coste.

Eslabones. En teoría, en ningún eslabón de la cadena se puede perder valor, pero a efectos prácticos, todos sabemos que el sector productor está atomizado y la distribución concentrada y con mucho poder de negociación. Ya durante la tramitación de la ley, muchos compradores estaban exigiendo que en los contratos figurara que se cubrían los costes de producción para exonerarse de responsabilidades. La ley contempla que se puedan denunciar prácticas abusivas, pero ¿alguien se cree que denunciando a un comprador va a volver a tener relaciones comerciales, no ya con él sino incluso con el resto?

Competencia. Si todos los operadores tienen que fijar los costes de producción al final los compradores acabarán sabiendo cuál el precio de todos, sin que se generen los habituales tiras y aflojas en toda relación comercial. Es decir, no tienen que molestarse porque empezarán comprando por el tenga un coste menor relegando a los del coste mayor. Pero puede haber otro efecto perverso ¿por qué comprar a 3, cuándo sé que tu coste es de 2?

Propuesta. Siempre hemos defendido que no se venda a pérdidas y que se cubran los costes de producción, algo para lo que la ley ha de cumplir estos tres requisitos: que un organismo independiente fije los costes de producción; que no puedan entrar en nuestro país productos a precios inferiores a ese coste; y que haya mecanismos para regular las situaciones de excedentes. Así lo hemos trasladado, pero no se nos ha escuchado.

Taller virtual participativo para mostrar el funcionamiento de MED-Gold



El pasado mes de diciembre, Dcoop junto a GMV, BSC y la Universidad de Leeds (todos ellos socios del consorcio MED-GOLD) mostraron en un taller virtual participativo la herramienta digital desarrollada para el sector del olivar por el proyecto de investigación.

Dcoop dirigió un taller virtual destinado al sector olivarero español persiguiendo dos objetivos principales. Por una parte, presentar al sector oleícola la versión final del servicio climático de MED-GOLD codesarrollado con Dcoop para el cultivo del olivar. Por otro lado, el taller ha permitido entender el potencial de uso de la herramienta en todo este sector agroalimentario, además de comprender las condiciones necesarias que debe cumplir la plataforma desarrollada para poder ser adoptada por cualquier entidad olivarera en España.

Para ello, Dcoop realizó una demostración en vivo de la herramienta digital y posteriormente se debatió, mediante una serie de preguntas interactivas expuestas a los asistentes al taller, el potencial uso de esta herramienta en el sector de la aceituna y el aceite de oliva en España. Además, se examinaron las condiciones necesarias para mejorar y poder utilizar esta plataforma en otras organizaciones del sector de la mano de los asistentes al taller.

Los servicios climáticos desarrollados por MED-GOLD se han presentado en varios talleres centrándose principalmente en las regiones donde el olivar (España e Italia), vid (Portugal) y trigo duro para pasta (Italia) representa unos de sus cultivos principales. Adicionalmente a estos talleres sectoriales, MED-GOLD organizará una serie de talleres a nivel europeo para poder llegar a cualquier entidad europea que trabaje en estos sectores agroalimentarios.

Sobre el proyecto

El proyecto MED-GOLD, financiado por el programa de investigación Horizonte 2020 de la Comisión Europea, tiene como objetivo hacer a la agricultura europea más resiliente al cambio climático mediante el desarrollo de servicios climáticos para tres cultivos mediterráneos claves: aceituna y aceite de oliva, uva y vino, y trigo duro para pasta. Para más información sobre el proyecto MED-GOLD, visite: https://www.med-gold.eu/es/home-page-es/

Soilprotect, proyecto para evitar la erosión del suelo

El pasado lunes 13 de diciembre se presentó en la Finca Fuente La Rosa en La Rambla (Córdoba), un taller demostrativo de una de las soluciones desarrolladas para cárcavas y erosión en el olivar desarrollada en el marco del proyecto Soilprotect, en que el participa Dcoop. Se trata de celdas prefabricadas de hormigón diseñadas para la construcción de diques de retención de sedimentos.

Los diques se usan para la corrección de cárcavas desactivando los procesos erosivos en el interior de las mismas para que se vayan rellenando con sedimentos progresivamente.

Dehesas Viejas, tradición olivarera desde la época árabe

Situado en la parte centro-norte de la comarca de Los Montes Orientales, de Granada, el municipio de Dehesas Viejas limita con Campotéjar, Domingo Pérez e Iznalloz, de cuyo término municipal se segregó en marzo de 2003, fecha en la que se constituye como Entidad Local Autónoma. Once años más tarde, nace el nuevo municipio que cuenta con una población de 788 habitantes y una superficie de 13,72 kilómetros cuadrados (el 4,42% del término original de Iznalloz).

Como tantos pueblos de España, la economía de Dehesas Viejas está sustentada históricamente sobre el sector primario. La preponderancia de la agricultura y la ganadería es innegable aunque en los últimos años el turismo rural se ha abierto un hueco. Y es que la tranquilidad que se respira invita a pasar unos días de descanso en Dehesas Viejas, municipio que hasta 2008 contaba con el tramo de carretera más antiguo de España sin ser remodelado, cinco kilómetros de la carretera GR-3100 que hasta entonces jamás habían sido arreglados.

Se sitúa en una zona olivarera tradicional de la provincia de Granada, reconocida como tal desde la época árabe. En Dehesas Viejas, destaca el clima mediterráneo continental extremo, con inviernos largos, fríos y nevadas frecuentes, como consecuencia de su gran altitud (750-1.300 msnm), y su proximidad a Sierra Nevada. Por otro lado, presenta veranos largos, calurosos y secos, típicos de las regiones mediterráneas del sureste español.

Su olivar produce casi exclusivamente la variedad Picual o Marteña, que representa más del 80% de la producción de aceite. Presenta gran actitud agronómica y es tolerante a los fríos inviernos, con un ligero sabor amargo. Precisamente los componentes responsables de su amargura son también causantes de un mayor poder antioxidante y de la gran estabilidad frente a la oxidación que presentan los aceites de oliva vírgenes de variedad Picual, reconocida por ser la más rica en ácido oleico (80%),

sustancia que ejerce una acción beneficiosa en los vasos sanguíneos reduciendo el riesgo de sufrir enfermedades cardiovasculares y hepáticas.

Además de la variedad predominante, se encuentra la Lucio y Loaime, variedades autóctonas de Granada que representan el 15% de la producción, muy resistentes a la sequía y a las heladas invernales. Otras minoritarias pero también presentes son Negrillo de Iznalloz, Escarabajuelo, Gordal de Granada y Hojiblanca.

La cooperativa

La cooperativa Nuestra Señora del Rosario, llamada así en honor a la patrona del pueblo, se fundó en 1962, y aunque permaneció cerrada unos años, desde su reapertura en 1975 no ha cesado su actividad desde entonces en la misma ubicación que ahora ocupa. Hasta el año 1999, la de Dehesas Viejas fue también la cooperativa de Domingo Pérez, y a la que los olivareros y olivararas de la zona llevaban su producción.

Fue a finales del siglo pasado cuando se acometió la mayor inversión, la remodelación de la bodega que tiene una capacidad de almacenaje de 1.100.000 kilos. En 2011 se llevaron a cabo también obras de modernización del molino. En la actualidad, la capacidad de molturación de la almazara es de 100.000 kg/hora.

Además de servir todo tipo de suministros para el campo, desde abonos y fertilizantes a útiles de labranza, la cooperativa asesora en gestión de la PAC.

Entre sus planes de futuro más inmediatos está la construcción de un salón de actos en un terreno adyacente recientemente adquirido de casi 700 metros cuadrados para poder reunir a los socios y socias en la propia cooperativa.

FICHA DE LA COOPERATIVA

Antonio Utrilla García
Presidente

SCA Nuestra Señora del Rosario
Alcoba, 25
18567 DEHESAS VIEJAS
(Granada)
Email:
rosariodehesas@yahoo.es
Tel: 958385424
Fax: 958385424

Año de fundación: 1962
Producción media:
800.000 kilos de aceite
Facturación media:
2.000.000 €
Servicios almazara, gestión de la PAC, venta de suministros, abonos y fitosanitarios

Consejo Rector:
Presidente: Antonio Utrilla García
Vicepresidente: Custodio Lucena Hinojosa
Secretario: José Manuel Romero Martínez
Vocales: Inma Orihuela Piñar, Jaime Navarro Castro, José Antonio Molina Quesada, Juan Ignacio Hidalgo Pérez, José Luis Vega Zafra, Rafael Martínez Sastre

Los productos de Dcoop

Dominio de Baco Cabernet Sauvignon y Syrah

Dominio de Baco Cabernet Sauvignon es un vino muy agradable y sugerente, con denominación de origen La Mancha, elaborado a partir de la variedad de uvas Cabernet procedentes de viñedos situados en La Mancha. Es un tinto joven y desenfadado, se caracteriza por su sutileza y mantiene un duradero equilibrio. Este monovarietal de cabernet sauvignon procede de cepas de más de 40 años. A la vista color, rojo rubí profundo. En nariz, este vino presenta elevadas notas a grosella, cereza negra y canela. En boca, dominan sabores a ciruela negra y nuez moscada. Ricos y elegantes taninos imparten fina estructura y un largo final.

Dominio de Baco Syrah es un vino muy agradable y sugerente, con denominación de origen La Mancha, elaborado a partir de la variedad de uvas syrah procedentes de viñedos situados en La Mancha. Este monovarietal de cabernet syrah procede de cepas de más de 40 años. Vino de limpidez nítida y capa profunda. Color púrpura, con formación de la lágrima ligeramente coloreada. En nariz es limpio, de intensidad media alta y dominancia de aromas primarios. Posee un aroma fresco, de tanino medio y largo final.

La marca Dominio de Baco representa el legado cultural y vinícola que civilizaciones tan importantes como las romanas, dejaron con sus mosaicos actualmente conservados en Alcázar de San Juan.

Estos dos vinos se pueden comprar en cualquier de nuestras cooperativas, en establecimiento de hostelería seleccionados y en Amazon.

Concurso fotográfico de Dcoop

1.

2.

3.

Si deseas participar en la siguiente edición envía tus fotos (mínimo un mega) antes del 15 de marzo 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. Los habitantes del cortijo de El Marchal. **Ángel Durán Muñoz.** SCA Templeoliva (Ventas de Huelma).

2. Avutardas volando. **Sira Mª Oña López.** SCA Las Cinco Villas (Los Blázquez).

3. La almazara. **Antonio Sepúlveda Merino**. COPUSAN (Alozaina).

V Concurso de Tarjetas Navideñas de Dcoop

Ganadora: Martina Herrero González, 10 años. SCA Olivarera La Purísima de Archidona (Málaga).

Este año Dcoop ha hecho entrega a la ganadora del concurso de tarjetas navideñas de un vale canjeable por entradas para toda la familia al parque temático que ella elija entre Parque Warner, Terra Mítica, Selwo, Faunia o Port Aventura con la estancia en hotel incluida. Además, entre las tarjetas finalistas han resultado seleccionadas otras dos: Paula Lara Díaz, de 11 años, vinculada a la SCA Nuestra Madre del Sol de Adamuz y Javier González Balmont, de 11 años, de la Cooperativa Olivarera de Lucena. Ambos finalistas recibirán sendos lotes de productos de Dcoop. Desde Dcoop, hemos hecho llegar todos clientes, proveedores, personal, socios y socias la tarjeta ganadora para felicitar estas fiestas. ¡Enhorabuena y gracias a todas y todos los participantes!

Finalista: Javier González Balmont, 11 años. Cooperativa Olivarera de Lucena (Córdoba).

Finalista: Paula Lara Díaz, 11 años, SCA Ntra. Madre del Sol de Adamuz (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