

INTERÓLEO INFORMACIÓN



**Grupo Interóleo crece y
afrenta 2019 con una
gestión profesionalizada
dirigida a los mercados**



El grupo

Sumario

Páginas 8 y 9

Dos almazaras y una cooperativa, nuevos socios.

Páginas 10 y 11

¿Por qué las cooperativas no se unen?

Páginas 18 y 19

El aceite de oliva virgen y la calidad.

Páginas 20 y 21

Nuestros socios.

Interóleo Información
Revista del Grupo Interóleo
 Número 4 - Diciembre 2018

Edita

Consejo de Administración
 del Grupo Interóleo

Maquetación, redacción y fotografías

Juan Antonio Siles Barranco

Imprime

Gráficas Águila

Depósito Legal

J-236-2017

En función de lo previsto en la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD), le comunicamos que sus datos se han incorporado a un fichero de carácter personal titularidad de Grupo Interóleo con la finalidad de gestionar el envío de nuestra revista e informarle sobre eventos que puedan ser de su interés. También le informamos que se han adoptado las medidas que garantizan la seguridad de los datos personales.

Lo que somos

Nacemos en 2009 como sociedad anónima por la inquietud de un grupo de productores que entienden que participar de una empresa de mayor dimensión y volumen, así como utilizar economías de escala les puede generar una gestión más eficaz y eficiente de todas sus actividades. Damos respuesta a la necesidad de concentración y unión del sector productor como una herramienta para mejorar las rentas de sus socios, optimizar la toma de decisiones y el desarrollo de la actividad diaria. Dirigimos nuestros esfuerzos hacia las actividades más importantes para el sector mediante distintos departamentos: Ventas, Compras y Servicios, Logística, Administración, Envasado y Calidad.

Nuestros socios

El mérito de nuestra trayectoria está cimentado en nuestros socios. Trabajamos por, para y gracias a ellos.



Aceites Campiña de Bobadilla SL La Bobadilla (Jaén)	SCA Nuestra Señora de la Misericordia Torreperogil (Jaén)
Aceites los Cerrillos SL Noguerones (Jaén)	SCA Nuestra Señora de los Remedios Jimena (Jaén)
Aceites Moral SL Torredelcampo (Jaén)	SCA Nuestra Señora del Olivo Torreblasco Pedro (Jaén)
Aceituna Verde SL Campillos (Málaga)	SCA Nuestra Señora del Rosario Charilla (Jaén)
Agroindustrial Domingo Sánchez SL Piedrabuena (Ciudad Real)	SCA Nuestra Señora del Rosario Fuerte del Rey (Jaén)
Agrovillaserra SL Porzuna (Ciudad Real)	SCA Oleícola de Baeza Baeza (Jaén)
Cortijo de la Loma SL Puente del Obispo (Jaén)	SCA San Ginés y San Isidro Sabiote (Jaén)
Explotación Bañón SA Úbeda (Jaén)	SCA San Isidro Pozo Alcón (Jaén)
Mundi Pizarro, Manuel Siruela (Badajoz)	SCA San Isidro Fuerte del Rey (Jaén)
SCA Oleocampo Torredelcampo (Jaén)	SCA San Isidro Labrador Canena (Jaén)
SCA Cristo de la Veracruz Begíjar (Jaén)	S.C.A. San Juan Villargordo (Jaén)
SCA La Bedmareense Bedmar (Jaén)	SCA San Juan de la Cruz La Carolina (Jaén)
SCA Nuestra Señora de la Asunción Orcera (Jaén)	SCA Unión Oleícola Cambil Cambil (Jaén)
SCA Ntra. Sra. de la Consolación Torredonjimeno (Jaén)	Roldán Oliva 1895 SL Íllora (Granada)



Crecimiento sostenido. Nuevos socios y nuevos retos para 2019



Seguimos creciendo, con calma, pero sin parar. El año 2018 lo cerramos con nuevos socios en el Grupo, lo que demuestra que mantene-mos nuestra evolución positiva y constante. Sumamos más músculo a nuestro engranaje, lo cual nos permite ganar un mayor peso dentro del mercado productor, tanto a nivel nacional como internacional. Y eso nos hace afrontar nuevos retos para 2019, un año muy importante para nosotros porque cumplimos el décimo aniversario de la fundación de Grupo Interóleo.

Muchas personas han hecho posible que, hoy en día, estemos en el lugar donde nos encontramos, entre los primeros grupos productores de aceite de oliva del mundo en cuanto a comercialización. Cooperativas y almazaras privadas que están

formadas, como no puede ser de otra manera, por agricultores, por olivareros de Jaén y de otras provincias limítrofes a las que nos debemos. Porque nuestra masa social es la principal fuerza motora con la que contamos para dar respuesta a la necesidad de concentración y unión del sector productor como una herramienta para mejorar las rentas de nuestros socios.

El esfuerzo y la apuesta por la mejora constante con la que nacimos en 2009 nos ha posicionado, en la actualidad, como una de las principales empresas en el sector del aceite de oliva. Desde ese 2009, cuando un grupo de agricultores inquietos por el presente y el futuro del sector olivarero decidió juntarse para dar origen a Grupo Interóleo, hemos experimentando un crecimiento exponencial, tanto

en número de socios como en servicios. La profesionalización, teniendo siempre una orientación decidida hacia el mercado, nos permite atender las necesidades de nuestros clientes y consolidar unas relaciones comerciales duraderas.

Entre los nuevos retos a los que debemos hacer frente en 2019 también se encuentra el de conseguir estabilidad para los precios. La campaña pasada se cerró con una elevada volatilidad en los mercados, motivada fundamentalmente por unas estrategias intencionadas que en nada benefician al conjunto del sector. En la nueva campaña, los olivareros andaluces deben demostrar que el liderazgo en cuanto a producción también se consigue en los precios.



El mercado

Esteban Momblán
Gerente de Grupo Interóleo

Incertidumbres de la nueva campaña

Finalizada la campaña 2017/18, que ha estado caracterizada por una alta volatilidad del precio, sobre todo a partir de marzo, y que provocó un descenso de hasta el 35%, nos enfrentamos a un nuevo reto que es la campaña 2018/19, que sin duda está marcada por una serie de incertidumbres que todavía están por resolver y previsiblemente dará lugar a oscilaciones de mercado durante el 2019. Sin duda para poder entender la evolución de los precios en las próximos meses deberemos tener en cuenta la producción mundial prevista, las disponibilidades totales y cómo estará repartida entre los distintos países. Otras de las variables a tener en cuenta serán tanto la evolución del consumo como, por supuesto, la climatología y su influencia en el olivo durante este invierno y próxima primavera de 2019.

Estas tres variables: disponibilidad, consumo y climatología, así como su evolución durante las próximas fechas serán las que determinarán lo que ocurra con el precio.

La producción prevista por el COI a nivel mundial es un 5,5% inferior a la anterior. Mientras, el consumo sigue en los niveles de los últimos años. Aunque habrá que tener en cuenta que el stock inicial (o enlace de existencias de la campaña anterior) es superior al de las anteriores, lo que da lugar a que el aceite disponible a nivel global sea mayor a las dos anteriores. Sin duda, España será el país donde más aumente la producción pasando de 1.260 millones de toneladas a el entorno de 1.600 millones de toneladas. El resto de países, sin embargo, tendrán descensos muy relevantes, pasando de suponer el 57,40% al 48,90% de la producción mundial.

Sin duda, el comportamiento de la oferta por parte de la producción es-

pañola, y más concretamente andaluza, influirá de manera decisiva en lo que ocurra con el precio. Por lo que se tendrá que demostrar el tan repetido liderazgo mundial mediante una buena gestión de esta producción y que no se dé lugar a descensos de precios por debajo del umbral de la rentabilidad como ya ocurrió la campaña anterior.

El consumo mundial es constante en las últimas 5 campañas en niveles de 2.940 millones de tm, por lo que descensos de precios acusados en absoluto generan mayor número de consumidores. La evolución de los precios es una responsabilidad de todos, y debe ser aquel en el que se aporte valor a cada uno de los participantes de la cadena (sector productor, industria, distribución comercial y consumidor).

Y el consumidor, como se ha demostrado en los últimos tiempos, valora de manera muy positiva sobre todo la categoría virgen extra. De hecho ha sido la calidad que mejor ha soportado la caída de precio de los últimos meses como así lo corroboran los datos de ANIERAC (Asociación

Nacional de Empresas Envasadoras y Refinadoras de Aceite de Oliva) e incluso en la etapa de altos precios el consumo de esta calidad apenas se vio resentido.

Por tanto, desde el Grupo Interóleo debemos aumentar nuestra apuesta por la obtención de aceites de calidad con pautas simples como la generalización de la recolección en el mes de noviembre, donde el fruto se encuentra en el momento más adecuado, mejorar el trato del fruto, tanto en la recolección como en fábrica, y finalmente realizar una buena conservación en bodega del aceite obtenido. Estas tres pautas facilitarán la obtención de aceites vírgenes extra muy valorados por el mercado y que, efectivamente, éste sí está dispuesto a pagar a pesar del repetido mantra de que la "calidad no se paga". Viendo lo ocurrido en los 10 últimos años con el precio del aceite de oliva en España, según el sistema Poolred, la categoría virgen extra es la única que ha estado por encima del umbral de la rentabilidad de 2,4 €/kg. Aspecto que debería hacernos reflexionar a todos.

Nuevos datos del COI para la campaña 18/19



PRODUCCIÓN MUNDIAL	COI	COI (estimaciones octubre)	COI (estimaciones noviembre)	% variación
	2017/18	2018/19	2018/19	2018/19 vs 2017/18
ESPAÑA	1.260.100	1.550.000	1.598.900	26,9%
GRECIA	346.000	240.000	225.000	-35,0%
ITALIA	428.900	270.000	265.000	-38,2%
PORTUGAL	134.800	130.000	115.000	-54,7%
Principales 4 países UE	2.169.800	2.190.000	2.203.900	1,6%
OTROS PAÍSES UE	13.200	17.000	15.300	15,9%
TOTAL UE	2.183.000	2.207.000	2.219.200	1,7%
TUNEZ	280.000	120.000	120.000	-57,1%
TURQUÍA	263.000	183.000	183.000	-30,4%
MARRUECOS	140.000	145.000	200.000	42,9%
SIRIA	100.000	100.000	100.000	0,0%
ARGELIA	82.500	76.500	76.500	-7,3%
Principales países No UE	865.500	624.500	679.500	-21,5%
Argentina	43.500	20.000	20.000	-54,0%
Australia	21.000	21.000	21.000	0,0%
Chile	20.000	20.000	20.000	0,0%
EELU	16.000	16.000	16.000	0,0%
Suma d	100.500	77.000	77.000	-23,4%
Resto países	165.000	155.500	155.300	-5,9%
MUNDO	3.314.000	3.064.000	3.131.000	-5,5%
Consumo mundial	2.958.000	2.916.500	2.950.500	-0,3%

El futuro de la sanidad vegetal y de la biodiversidad en el olivar, a debate en unas jornadas técnicas

La sanidad vegetal centró unas jornadas organizadas junto a Citoliva. Durante tres intensos días, los ponentes de elevado nivel que pasaron por el salón del Hotel HO de Jaén nos han instruido sobre costes del cultivo, penetración de los drones en el olivar, concentración de la oferta, cómo conseguir un mejor precio para el aceite de oliva virgen extra, la rentabilidad del olivar ecológico, la diferenciación y la valorización del aceite mediante la calidad, la *Xylella fastidiosa* y otras patologías del olivar, los retos de futuro para las cooperativas y almazaras privadas y la importancia de la biodiversidad.

La introducción al cultivo del olivar biodinámico a cargo de Francisco Vañó, director general de nuestro socio Castillo de Canena estuvo seguida de una aproximación a los costes del cultivo derivados de los tratamientos fitosanitarios y del abonado del olivar, de la mano de José María Penco, director técnico de AEMO. Otras ponencias destacadas fueron las de Carlos Jiménez, director de Operaciones del Grupo Acesur; Enrique de los Ríos, director general de Única Group, Nuria Yáñez, directora técnica de Almazaras de la Subbética o Manuel Parras, catedrático de Comercialización de la Universidad de Jaén. (UJA). La directora general de Citoliva,



Cristina De Toro; y el Gerente del Grupo Interóleo, Esteban Momblán, coincidieron en destacar la importancia de esta formación

especializada para la industria aceitera.



Inicio de campaña

Coordinación y análisis de mercados para una buena gestión de la venta del aceite

Grupo Interóleo celebra, por tercer año consecutivo, la jornada de coordinación con todos los maestros de almazara y responsables de calidad y logística de los socios con el objetivo de profundizar en la profesionalización del sector y en el análisis riguroso, objetivo y global de los mercados nacionales e internacionales y de los países productores de aceite



Grupo Interóleo sustenta su trabajo presente y futuro en la profesionalización. Una buena gestión de los aceites es la base de una mejor comercialización, tanto nacional como internacional, con el objetivo puesto en incrementar la renta de nuestros socios y con la vista centrada en los mercados globales. Esta decidida apuesta por la calidad hace que, por tercer año consecutivo, se hayan reunido los maestros almazares, responsables de calidad y de logística de graneles de todos nuestros socios en una jornada que sirve para profundizar en la coordinación del trabajo de gestión para todo el año olivarero.

Con esta jornada, que se ha celebrado en esta ocasión en Gelolit, y a la que asistieron más de 60 personas, continuamos profundizando en nuestra apuesta por la calidad de los aceites que comercializamos y en nuestra política de profesionalización del sector olivarero, dos de los pilares que consideramos fundamentales en la estrategia empresarial que nos ha llevado a estar entre las primeras empresas del mundo de la producción en venta de aceite.

La preparación de la nueva campaña es un momento importante para todos los socios de Grupo Interóleo, porque en esta jornada se coordinan las acciones y se aborda el trabajo que llevaremos a cabo a lo largo del año olivarero, en el que es clave la adaptación a los cambios que se están experimentando en el sector, donde el consumidor demanda cada vez más seguridad y un producto con unos considerables aspectos saludables, así



como las buenas previsiones de alcanzar la segunda cosecha récord de los últimos años en nuestra provincia con 685.000 toneladas de aceite. Factores que son gestionados diariamente por nuestros departamentos de Calidad y Logística y que salen reforzados con esta reunión de coordinación en Geolit. Este tercer Encuentro forma parte del continuo proceso formativo que, desde nuestros orígenes, hemos puesto en marcha como parte fundamental del proyecto de concentración, que no solo se entiende para mejorar las condiciones económicas de nuestros socios, sino también para adquirir los mayores conocimientos que hagan más profesional su gestión y, por consiguiente, redunden en un incremento del valor añadido por la venta del aceite de oliva. Un inicio de campaña en el que se analizaron las cifras de producción del aforo elaborado por la Junta de Andalucía, de las que se obtienen dos conclusiones: la primera, el incremento de cose-

PREVISIÓN DE LA PRODUCCIÓN MUNDIAL

ACEITE DE OLIVA	Producción 2017/2018 (t)	Estimación 2018/2019 (t)	Variación Campaña anterior
Andalucía	957.782	1.339.712	39,9%
España	1.256.900	1.550.000	23,3%
Mundo	3.315.000	3.064.000	-7,6%

En la campaña 2018/2019 se espera que la producción mundial de aceite de oliva supere los 3 millones de toneladas, disminuyendo un 7,6 % respecto a la campaña anterior.

En España se estima un aumento en la producción de aceite de un 23,3 % respecto a la campaña pasada.

Andalucía será la principal región productora, con previsiones de producción del 86 % de todo el aceite a nivel nacional y el 44 % a nivel mundial.

Fuente: Estimaciones CAPDR (Andalucía) y COI (España y Mundo)

cha hasta las 685.000 toneladas en Jaén (un 75% más que la pasada campaña); 1.339.000 en Andalucía; 1.550.000 (un 23,3% más) en España; y 3.064.000 toneladas en el mundo (un 7,6% menos). Estas cifras sitúan a nuestro país, y por supuesto a la provincia de Jaén, nuevamente como la despensa mundial de aceite debido a que nuestra pro-

ducción cubre la menor disponibilidad existente con respecto al pasado año, aunque será suficiente para garantizar el consumo mundial.

La segunda conclusión es la caída de producción en países de la cuenca del Mediterráneo como Italia, Grecia o Túnez.



Dos almazaras privadas y una cooperativa incrementan el número de socios hasta los 26

Grupo Interóleo aumenta hasta los 26 socios gracias a las últimas incorporaciones en 2018: una cooperativa y dos almazaras privadas, una de ellas la segunda con la que contamos en tierras manchegas, en concreto en Ciudad Real. La SCA San Ginés y San Isidro de Sabiote; Agrovillaserra S. L. de Villajos (Ciudad Real); y Aceites Campiña de Bobadilla, de La Bobadilla, son los nuevos miembros de un Grupo que refuerza su peso específico en el sector oleícola nacional. La SCA San Ginés y San Isidro de Sabiote, que cuenta con 1.300 socios en la actualidad, incorpora a Grupo Interóleo una

La entrada de la SCA San Ginés y San Isidro de Sabiote y de las almazaras Aceites Campiña de Bobadilla y Agrovillaserra (la segunda que se incorpora en Ciudad Real) refuerzan el peso específico del Grupo en el sector oleícola nacional

producción media de 4,5 millones de kilos de un aceite Picual "elaborado con mucho cariño y de muy buena calidad", en palabras de su presidente, Antonio Cano, quien destaca también la concentración como el principal camino para que el sector olivarero tenga un mejor futuro, incremente su comercialización en el mundo y mejore los precios, situándolos siempre por encima de los costes de producción y dando una mayor estabilidad que elimine, de una vez por todas, los perjudiciales vaivenes y dientes de sierra. Igualmente, explica que la incorporación se produce ante una decisión que demandaban los socios, porque vieron con buenos ojos el funcionamiento profesional y transparente de la empresa. "Nosotros no nos movemos tanto por las liquidaciones, aunque, como es lógico, consideramos importante lograr el mejor precio posible. Lo que más nos ha interesado de Interóleo es que somos más libres dentro de este Grupo y seguimos siendo propietarios de nuestro aceite, que es algo fundamental. Para nosotros ha sido clave la profesionalidad y la transparencia", explica.



La segunda almazara privada de Ciudad Real, Agrovillaserra S. L., ubicada en Porzuna, aporta una producción media de 500.000 kilos de aceite de oliva virgen y virgen extra de las variedades Cornicabra y Arbequina, procedente de 600 cosecheros. Esta explotación familiar llevaba tiempo siguiendo la evolución del Grupo y, después de estudiarlo con detenimiento, se dieron cuenta de que su gestión profesional y su información fiable y fidedigna de cómo están los mercados han sido claves en su decisión. "Comenzamos hace 20 años con mucha ilusión, la misma que ponemos ahora al incorporarnos a Interóleo. Apostamos por un olivar moderno y ecológico. Para la obtención de nuestro AOVE seguimos un riguroso control de calidad en todas las etapas del proceso productivo, desde la cuidada selección de las aceitunas, que siempre se recogen en vuelo, hasta el envasado, para conservar las propiedades y los beneficios de un



aceite que es muy aromático y frutado", confirma Antonio Villajos, uno de los propietarios de Agrovillaserra S.L.

La segunda almazara privada en menos de un mes, Aceites Campiña de Bobadilla S. L., aporta a nuestra empresa una producción media de 1,5 millones de kilos de aceite de oliva procedentes de cerca de 1.000 cosecheros, y nos permite alcanzar ya las 26

firmas. El responsable de almazara, Eulalio López, destaca la gestión profesional y el análisis de los mercados del Grupo como fundamentales para el futuro del sector. "Cuanto más socios estemos, cuantas más empresas y cooperativas apostemos por la unión, más fuertes seremos y más poder tendremos".

¿Por qué las cooperativas no se unen?



Enrique de los Ríos
Gerente de Única

A menudo vemos estadísticas de la gran producción agrícola española y pensamos que somos muy importantes en los mercados. Sin embargo, esto dista mucho de la realidad.

Hay dos productos que son especialmente relevantes en España: el aceite de oliva y los productos hortícolas. Sectores donde sin duda alguna somos líderes a nivel europeo y mundial, tanto en producción como, sí, en destrucción de valor en origen. Digo esto último porque es precisamente la falta de una estructura comercial acorde con la capacidad productiva lo que destruye el valor que otros sí captan sobre nuestros productos.

Además, las organizaciones mayoritarias en estos productos son cooperativas, cerca del 60 por ciento en ambos casos. Entonces, se puede afirmar que la destrucción de valor en origen se debe a la falta de integración cooperativa. Unos venden el aceite a granel a empresas de aquí o de Italia y otros venden a intermediarios o a través de alhóndigas, en el caso de las hortalizas, ambos atomizados. En ambos casos constituye una dejación de funciones. Eso sí, somos expertos en la ingeniería de la liquidación al socio o en la volatilidad de los mercados mayoristas.

Para más inri, estos dos productos están en el corazón de la comida saludable: aceite de oliva y hortalizas; es decir, no son commodities per se, lo son porque los

que las producen están mas cómodos vendiendo el camión en la puerta de su cooperativa que captando valor desarrollando estrategias comerciales hasta el consumidor final y siendo interlocutor directo con la distribución o la industria de transformación. Es decir, son commodities por dejadez, en el mejor de los casos.

Es muy común en reuniones sectoriales ponernos a hablar de costes de producción y pasar completamente por alto la captación de valor que dejamos pasar. Hay océanos de valor que se llevan otros mientras nosotros nos obsesionamos con abaratar la producción un céntimo y seguir atomizados en comercialización y captación de valor. Por dar un ejemplo, el vender un kilo de tomate en rama un céntimo más caro o aumentar su productividad un 1 por ciento equivale al 80 por ciento del coste del agua o bien al 50 por ciento del precio de la semilla. ¿Dónde habría que poner el énfasis?

Bueno, y si esto es así, ¿por qué no se unen las cooperativas? Es cierto que las cooperativas son estructuras complejas. Que el miembro sea proveedor, usuario de servicios, espere beneficio y además ejerza un control sobre la organización hace que la toma de decisiones no sea todo lo ágil que debiera de ser, aunque por otro



lado son modelos de resiliencia. Además, los consejos rectores por lo general han perdido parte de la frescura de la cooperativa inicial y una capacidad que puede acabar con la cooperativa. Esta capacidad no es otra que la de moverle la silla al gerente o al presidente. El gerente, el presidente o, a veces, el comercial es en la mayoría de los casos el que acaba diseñando la cooperativa a su medida y en caso de dudas sobre su gestión amenaza con su salida, lo que en la mayoría de los consejos paraliza cualquier decisión estratégica sobre su persona o sus acciones. Además, su perfil es en la mayoría de los casos de jefe de administración, lo que, en ocasiones concretas (ojo hay muchas excepciones a esto), lo con-

vierte en conservador estratégico y sobrado de gestión-control. Pero los cambios no vienen de la gestión, sino del liderazgo y de una buena estrategia.

Dicho esto, ¿Qué hacemos entonces? Si el lector de este artículo es agricultor de una cooperativa sepa que es usted el responsable de esta situación. La culpa no la tiene la administración, ni el intermediario, ni la distribución, ni el consumidor final, es sólo suya. Como suya es la capacidad de, a través de su consejo rector, hacer propuestas de integración con modelos existentes. Existen hoy modelos de integración donde elegir, modelos democráticos, transparentes, eficaces, con buena estrategia, pero si no le satisfacen los que

hay cree otros nuevos. Y si su gerente o presidente vuelven a demonizar a su competencia y a repetir lo bien que están solos, entonces sí, muévanle la silla y si no reacciona sustitúyanlo sin dudar, porque el futuro de su negocio no puede ser rehén de nadie. Puede dar miedo sustituir al gerente o al presidente, pero da más miedo dejar de tener un negocio sostenible del que vivimos tantos en España.

Para un proceso de integración se necesita valor y generosidad de todas las partes, pero necesidad obliga. Hoy aún el aceite y las hortalizas pueden construir su propio futuro por su posición de liderazgo productivo, quizás mañana no.



Xylella y mercados en una jornada en Sierra Mágina

La sede del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Sierra Mágina acogió unas Jornadas sobre la situación actual de la *xylella fastidiosa* y la evolución del mercado del aceite de oliva organizadas de forma conjunta por Interóleo y la propia denominación, a las que asistieron agricultores de la comarca que quisieron formarse en dos cuestiones tan fundamentales para la agricultura actual.

La inauguración corrió a cargo del delegado de Agricultura, Juan Balbín; del presidente de Interóleo, Juan Gadeo, y el presidente de la Denominación de Origen Sierra Mágina, Salvador Contreras, que pusieron de relieve la preocupación general del sector por los dos temas abordados en las jornadas.

Juan Gadeo subrayó la necesidad de seguir trabajando en la formación de los agricultores y agradeció la sintonía tanto de la DO Sierra Mágina como de Caja Rural con este objetivo. El res-

ponsable Comercial de la Caja Rural de Jaén, José Márquez, aplaudió la apuesta decidida de las entidades organizadoras por la formación y por la unión del sector. Por último el delegado de agricultura apuntó que es necesaria la unión del sector productivo para evitar la caída de los precios del aceite.

A continuación, personal del laboratorio de Producción y Sanidad Vegetal de Jaén y del Departamento de Sanidad Vegetal de la Delegación Territorial de Agricultura de Jaén trataron la "Situación actual de la *Xylella Fastidiosa*" destacando, entre otras cosas, que su principal vía de propagación a largas distancias es el comercio de plantas infectadas, por lo que es primordial comprar sólo en viveros que pasen sus respectivos controles. Asimismo, advirtieron a los agricultores presentes que no existe tratamiento preventivo y que los productos que venden con este fin no sirven para nada. Por último, se celebró una mesa redonda sobre la situación de los

mercados y los precios del aceite. En ella, el presidente de Grupo Interóleo, Juan Gadeo, afirmó que no hay justificación lógica en la reducción del precio y que los vaivenes reiterados se producen por comercializar en base a impulsos generados por suposiciones que nada tienen que ver con la realidad. España, dijo, es líder mundial en producción y comercialización de aceite, por lo que todo el sector olivarero debe hacer los deberes encaminados a analizar los mercados, que son globales, de una forma profesional y pausada para adoptar las mejores decisiones a la hora de vender el aceite.

Por su parte, Luis Miguel Algar, responsable de Compras de Deoleo, destacó la calidad, el valor, la sostenibilidad y la integración como ejes en los que sustentar el futuro del sector olivarero, señalando la necesidad de apostar por un nuevo modelo de producción y comercialización del AOVE basado en una estrategia de valor frente a volumen.

Más de 31 millones de € en exportaciones de aceite

Grupo Interóleo continúa su crecimiento exponencial, no solo en el número de cooperativas y almazaras que se le van uniendo conforme pasan los meses, sino también en la rentabilidad para los asociados. Y es que, según el informe de Andalucía Económica, la empresa se sitúa en el puesto 16 a nivel andaluz de las firmas aceiteras que más venden en el extranjero, subiendo hasta el séptimo puesto en cuanto a las empresas jiennenses, de todos los sectores, se refiere. La evolución de Grupo Interóleo en comercialización en terceros países queda contrastada con una facturación superior a los 31 millones de euros, cifras que demuestran la importancia mayor que le damos a la exportación de nuestro aceite de oliva, así como nuestra clara vocación de internacionalización. Estas cifras nos refuerzan como uno de los primeros grupos de la provincia en exportaciones y demuestran nuestra evolución. Hay que destacar, además, que el sector del aceite de oliva sigue siendo el principal motor económico de la provincia, demostrando además un considerable crecimiento en el exterior. La eficiencia y profesionalización en la gestión al aglutinar la comercialización de todos nuestros socios hacen que Grupo Interóleo refuerce su primacía dentro de las empresas productoras de aceite de oliva en exportación.



Consolidamos, de esta manera, nuestra línea ascendente en las ventas y potenciamos la estructura de empresa en base a un modelo de concentración de la oferta profesionalizado, apostando cada año más fuerte por la unión y la integración de las cooperativas en empresas con dimensión, lo que nos permite mejorar la rentabilidad de nuestros socios. En exportación esta-

mos presentes en numerosos países, entre ellos Italia, Francia, Portugal, Estados Unidos, República Checa y Polonia, manteniendo una línea constante de trabajo que nos permitirá incrementar el número de países donde venderemos nuestro aceite a lo largo de 2019.

El AOVE InterOLEO refuerza su presencia en los mercados de Europa del Este

Crecimiento sostenido en Europa. La profesionalización, la perseverancia y los buenos aceites que producimos son la receta infalible para tener más puntos de venta a lo largo del continente europeo. Sumamos exportaciones y ganamos mercados internacionales. Nuestra marca InterOLEO tiene recorrido, como se pudo

comprobar en la Feria del Vino y del Aceite de Varsovia. De la mano de nuestra filial en Polonia, Interoleo Oliwa z Oliwek Extra Virgin, participamos en una nueva acción promocional, con la que reforzamos la apuesta por la internacionalización del AOVE de la máxima calidad, dándole forma al trabajo constante por la comercialización.



Reconocimiento de la Universidad

GruPO InteróleO es un claro ejemplo de colaboración integradora con la Universidad de Jaén desde su fundación en 2009. Años de trabajo y relación que dan como resultado que el 88% de sus trabajadores sean egresados. De ahí que haya sido un honor haber recibido un

reconocimiento por los 25 años de la UJA y haber participado en una interesante mesa redonda con empresas modelo como Endesa España, Software del Sol, y Airbus Military, donde el presidente del Grupo, Juan Gadeo, expuso nuestra experiencia en el sector oleícola.



Grupo Interóleo se suma a la cata responsable con los vasos biodegradables de Elaia Zait

Gruppo Interóleo se suma a la cata responsable de aceite de oliva con la adquisición de los nuevos vasos biodegradables elaborados por Elaia Zait. Con esta medida reforzamos nuestra apuesta por la economía circular en el sector olivarero y por la sostenibilidad, demostrando una sensibilidad especial para la conservación del medio ambiente y la eliminación de los plásticos desechables. Interóleo ha adquirido las primeras unidades de estos vasos de cata compostables, fabricados por la empresa jienense Elaia Zait, compuestos por un material extraído del maíz, el PLA (Pylactacid o ácido poliláctico), cuya principal característica es la de convertirse en abono, volviendo así a la tierra como complemento ideal. De esta forma, Grupo Interóleo se adelanta a la nueva normativa europea para plásticos de un solo uso.

Grupo Interóleo vuelve a ser pionero y a realizar una apuesta firme por la sostenibilidad en el sector al firmar este contrato de suministro con la empresa jienense, Elaia Zait, para la adquisición de los primeros vasos de cata biodegradables. El gerente del Grupo, Esteban Momblán, afirma que nos implicamos con la empresa jienense porque "consideramos que estos vasos de cata biodegradables ofrecen



al sector una magnífica respuesta a una necesidad: disponer de un vaso de usar y tirar que permita hacer una cata de aceite de oliva lo más parecida a la realizada con la copa de degustación oficial".

"Estamos comprometidos con la profesionalización y la sostenibilidad del sector. Y ese camino hay que recorrerlo no solo apostando por las ventas y por unos precios razonables o por la reducción de los costes para nuestros socios. También se tiene que andar desde la apuesta por iniciativas de investigación e innovación que pueden facilitarnos el disfrute y la degustación del aceite de oliva en unas condiciones con las que, además, somos más sostenibles", destaca Esteban Momblán.

Por su parte, Juan Carrillo, socio fundador de la empresa Elaia Zait, comenta que este contrato

"es mucho más que una operación comercial, es un gran espaldarazo por parte de uno de los grupos productores y comercializadores de aceite de oliva más importante del mundo". "Con nuestro eslogan, 'creando un mundo para el aceite de oliva' volvemos a mostrar al mercado nuestro talante más innovador y responsable con el medio ambiente con el lanzamiento de este producto".

La empresa, calificada por el Ministerio como Pyme Innovadora y con la certificación AENOR de Joven Empresa Innovadora, tiene como base principal de su actividad la creación, el desarrollo y la venta de elementos y utensilios para el uso y disfrute del aceite de oliva y todo lo que guarde relación con él, como producto de consumo.



La importancia de las fusiones entre cooperativas, clave del futuro olivarero

La importancia de las fusiones entre cooperativas y la necesidad de apostar por la concentración en estructuras con dimensión, enfocadas hacia los mercados y con capacidad de gestión profesionalizada. Medidas que tienen más ventajas que inconvenientes y que fueron desgarnadas por nuestro presidente, Juan Gadeo, en un

debate y análisis sobre Olivicultura. Un trabajo en el que también destaca la importante reducción de costes que conlleva la creación de las centrales de compra y el consiguiente incremento de las rentas de los socios. Dos bases sobre las que sustentamos el proyecto de presente y dirigimos los pasos del futuro olivarero.



Visión global de los mercados, más apuesta por la calidad, multiplicado por la profesionalización es igual a una mejor renta para los olivareros. Nuestro Grupo tiene muy claro que la calidad está por encima de la cantidad y que la valorización del AOVE de excelencia pasa, inexorablemente, por un mayor precio. Y si hay margen en las exportaciones para alcanzar ese valor añadido al buen trabajo en todo el proceso productivo, cómo no lo vamos a obtener con una comercialización profesional en los mercados nacional e internacional. En definitiva, calidad es sinónimo de valor. Es lo que se desprende de la intervención de Juan Gadeo en la jornada de Editorial Agrícola en Picualia.

Apuesta por la calidad y la valorización del aceite



Análisis y debate de las exportaciones en los Cursos de Verano de la UNIA



Estrategia profesional y sostenida en el tiempo. Ese es nuestro modelo de internacionalización del aceite de oliva con un trabajo a base de inversión y constancia para aportar valor a los socios mediante la realización de proyectos encaminados a incrementar su renta, pero también con un enfoque dirigido a los clientes, a quienes valorizamos con un completo asesoramiento en el proceso de compra, de elección y de selec-

ción de formato de botella y marca. Los alumnos del curso celebrado en la UNIA han podido conocer, de boca de nuestro gerente, Esteban Momblán, cómo somos, desde 2014, uno de los primeros grupos productores de Andalucía con filial propia en un país europeo al constituir Interoleo Oliwa z Oliwek Extra Virgin. Y también descubrieron un hito fundamental para nosotros en este devenir exportador, y es que en 2018 incorporamos

un nuevo país a nuestra red de internacionalización, como es la República Checa.

Pero nuestro modelo exportador no se fundamenta en ventas ocasionales, sino en una planificación a largo plazo con una estrategia profesional. Esa apuesta nos llevó, en 2017, a exportar el 15% de todo el aceite vendido desde Jaén en terceros países. Y seguimos inmersos en esa estrategia de valorización internacional del AOVE para seguir creciendo de forma sostenida, pero constante.





El aceite de oliva virgen y la calidad

El aceite de oliva es un aceite vegetal procedente del fruto del olivo, la aceituna. Se diferencia de otras grasas vegetales por su composición y por la forma de obtenerlo. Este aceite es un verdadero zumo de fruta y se obtiene únicamente por procedimientos físicos, estando especialmente prohibida la utilización de medios químicos o bioquímicos. Es prácticamente la única grasa que puede consumirse tal y como se elabora. Su composición está especialmente equilibrada, con un alto contenido en ácido oleico, monoinsaturado y de gran importancia en la alimentación para prevenir enfermedades cardiovasculares. Contiene, además, cantidades suficientes de ácido linoleico, ácido graso esencial que debe ingerirse con las grasas. Por su forma de obtención, preserva todos sus componentes nutricionales de alto interés, como antioxidantes, vitaminas y provitaminas.

Los caracteres sensoriales son primordiales y serán el reflejo del fruto del que se procese en cada momento, este hecho lo hace único entre los aceites vegetales.

La calidad del aceite de oliva virgen, se puede observar desde diferentes enfoques: reglamento, nutricional, comercial o incluso, desde el punto de vista del uso que se le vaya a dar, como puede ser la fritura, proceso culinario muy arraigado en la cultura mediterránea.

El reglamento UE 2568/91 y sus posteriores modificaciones marca aquellos parámetros que tiene que cumplir un aceite de oliva virgen

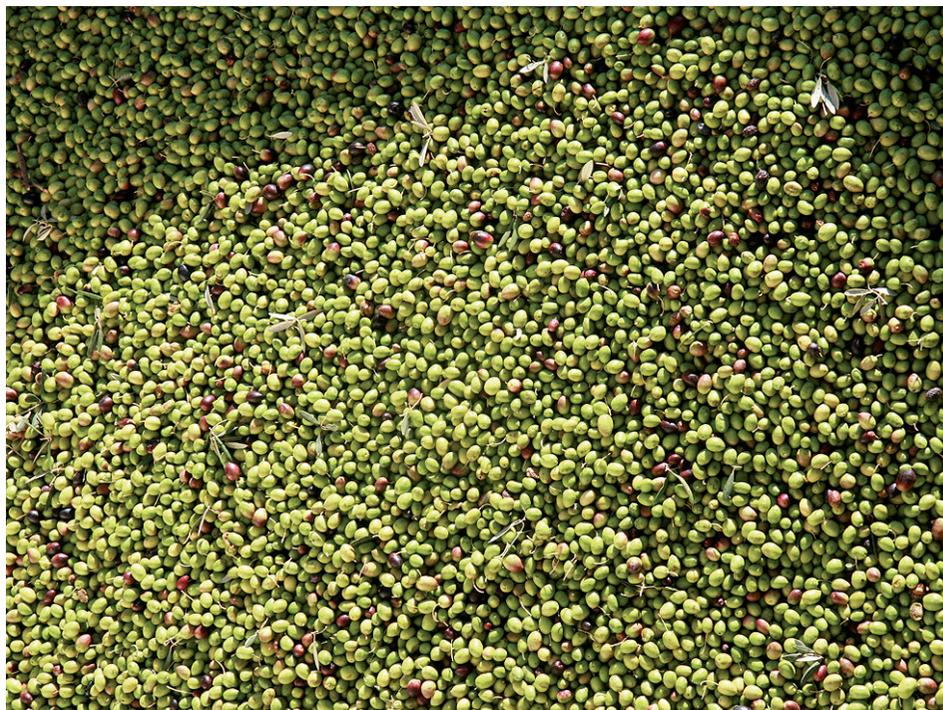


Mari Paz Aguilera
Jefa de Panel de Citoliva

para ser clasificado en cualquiera de las categorías, como son: Virgen Extra y Virgen, aquellas que se pueden envasar y Lampante, tipo de aceite de oliva virgen que debe recibir un proceso de refinanció para volver a la cadena de valor como Aceite de Oliva Suave o Intenso. Son múltiples los factores que afectan a la calidad en cualquiera de sus vertientes y se resumen en: Agronómicos e Industriales.

Entre los agronómicos destaca la variedad de la que procede, cada una presenta sus propias características sensoriales y nutricionales, que proporcionan unos perfiles químicos muy atractivos en función de las necesidades que se tengan. Las variedades españolas que ocupan mayor superficie y, por lo tanto, proporcionan el mayor número de aceites son 'Picual', 'Hojiblanca', 'Cornicabra' y 'Arbequina'. Desde la de mayor contenido en ácido oleico y compuestos fenólicos de gran capacidad antioxidante, como es la variedad 'Picual', hasta variedades "dulces" y con alto contenido en ácidos grasos poliinsaturados tan esenciales en la dieta como la variedad 'Arbequina'

De los industriales destacar que



cuando se procesa el fruto cuyo origen es el árbol, los cuidados deben ser máximos en: tiempos de espera de fruto no debe sobrepasar las 24 horas, el lavado o no, la molienda, el batido de la pasta con control riguroso de las temperaturas y tiempos, la separación sólido líquido con las cantidades de agua oportunas y finalmente el proceso de clarificación donde el aporte de agua sea mínimo contribuirán a obtener la máxima calidad del zumo natural y con un rendimiento industrial de proceso en los límites ajustados. Y algo fundamental como es la limpieza de cada una de los elementos implicados,

Al finalizar este punto, el aceite es llevado a bodega, almacenándose hasta su envasado. Los depósitos deben estar perfectamente limpios antes de almacenar un nuevo aceite para evitar alteraciones.

Desde este momento lo más importante es el mantenimiento del depósito con sangrados frecuentes (si el depósito lo permite) de las borras que se van depositando, para evitar las fermentaciones por acumulación de las mismas. Si fuera posible evitar los trasiegos ya que una aireación repetida del aceite provoca oxidación de éste y, por lo tanto, que aparezcan defectos rancio.

Bibliografía

Consejo Oleícola Internacional. Guía para la selección, el entrenamiento y el control de los catadores cualificados de aceite de oliva virgen. COI / t.20 / Doc. nº 14 / Rev. 20 de noviembre 1996

Consejo Oleícola Internacional. Valoración organoléptica del aceite de oliva virgen. COI / t.20 / Doc. nº 15 / Rev. 20 de noviembre 1996

Consejo Oleícola Internacional. Método de valoración organoléptica del Aceite de Oliva Virgen que opta a una Denominación de Origen. COI / t.20 / Doc. nº 22 de noviembre 2005

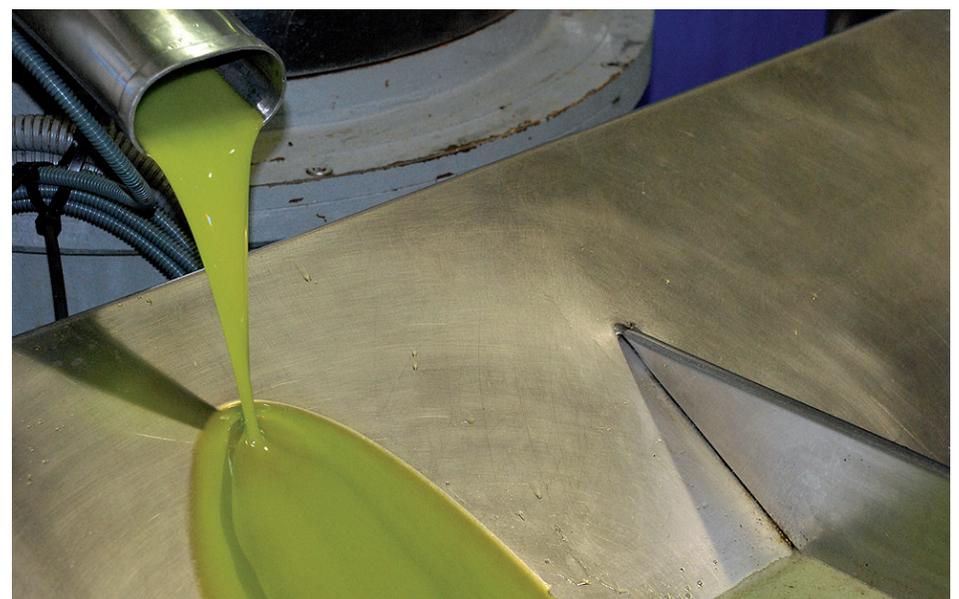
Reglamento (CE) Nº 2568/91 (1991). Diario Oficial de las Comunidades Europeas. Anexo XII
Reglamento (CE) Nº 1989/2003 (2003) de la Comisión de 6 de noviembre de 2003, que modifica el Reglamento (CE) Nº 2568/91, relativo a las características de los aceites de oliva y de los aceites de orujo de oliva y sobre sus métodos de análisis

Reglamento (CE) Nº 640/2008 (2008) de la Comisión de 4 de julio de 2008 que modifica el Reglamento (CE) Nº 2568/91, relativo a

las características organolépticas de los aceites de oliva y de los aceites de orujo de oliva y sobre sus métodos de análisis

Uceda, M., Aguilera, M.P, Beltrán, G., Jiménez, A. (2000). "Aceites de Oliva Vírgenes Extra. Calidad y Diversidad". PROEDI, Promociones Editoriales S.L., Zaragoza.

Uceda, M.; Hermoso, M.; Aguilera, M.P. (2004) "Calidad del aceite de oliva", En, "El cultivo del Olivo" Barranco, D. ; Fernández-Escobar, R.; Rallo, L., (eds). Mundi-prensa-Junta de Andalucía





Nuestros socios

SCA Oleícola Baeza

DATOS PARA TENER EN CUENTA

¿Dónde está?: **Baeza**

¿Cuántos socios?: **433**

Año de fundación: **1995**

¿Qué producción media de aceite tiene?:
2.200.000 kilos



La SCA Oleícola Baeza, situada en la ciudad Patrimonio de la Humanidad, nace fruto de la inquietud de un grupo de agricultores preocupados por la calidad del producto. Para ello, se seleccionan las mejores aceitunas en su estado óptimo de maduración y previa clasificación según sus cualidades, procedemos a su molturación diaria y al almacenamiento y clasificación del aceite. Desde Oleícola Baeza se comercializa el AOVE bajo las marcas "Campos de Baeza" y "Campos & Baeza". Son aceites muy ricos en polifenoles, de una estabilidad superior y con un alto porcentaje en ácido oleico.

SCA Cristo de la Veracruz

DATOS PARA TENER EN CUENTA

¿Dónde está?:

Begíjar

¿Cuántos socios?: **850**

Año de fundación: **1948**

¿Qué producción media de aceite tiene?:
2.100.000 kilos



Nació como cooperativa hace más de 60 años y sin sus agricultores, los primeros consumidores del aceite, nada hubiera sido posible, convirtiéndose en la empresa más importante de la localidad. Su aceite es de variedad Picual, también conocida como "Marteño" o Nevadillo", tiene un alto contenido en ácido oleico, ácido graso monoinsaturado de gran valor nutricional, en vitamina E (tocoferoles) y en antioxidantes naturales (polifenoles). Sus propiedades varietales le otorgan una muy alta resistencia a la oxidación.

20 GRUPO
interóleo



SCA San Juan



DATOS PARA TENER EN CUENTA

¿Dónde está?:

Villargordo

¿Cuántos socios?: **635**

Año de fundación: **1957**

¿Qué producción media de aceite tiene?:
2.200.000 kilos

La cooperativa es el resultado del trabajo, del esfuerzo, del sacrificio de unos hombres que en su día, hace ya 60 años, creyeron que la unión era más importante que el individualismo y arriesgaron su dinero y su prestigio por conseguir llevar a cabo una idea y un proyecto. Hoy en día no solo produce aceite de oliva de la mejor calidad, sino que aprovecha todo lo que la sociedad moderna pone a su alcance para la comercialización de un AOVE de categoría superior y que mantiene la totalidad de sus propiedades organolépticas.

Aceites Los Cerrillos



DATOS PARA TENER EN CUENTA

¿Dónde está?: **Noguerones (Alcaudete)**

¿Cuántos clientes?: **160**

Año de fundación: **2000**

¿Qué producción media de aceite tiene?:
1.200.000 kilos

En el año 2000, un grupo de 28 olivareros del término municipal de Alcaudete tomaron una decisión determinante: crear una almazara privada para elaborar su propio aceite diferenciado con el objetivo de obtener un mayor valor añadido. Y nueve años después formaron parte del grupo de 11 almazaras y cooperativas que apostaron por la concentración y crearon Grupo Interóleo. En estos 19 años de andadura, Los Cerrillos ha conseguido producir un aceite muy representativo del terreno, con un amargor característico, pero a la vez muy aromático.



Respaldo a la ampliación de las instalaciones de la SCA San Isidro Labrador de Canena

La SCA San Isidro Labrador de Canena ha vivido un día muy importante. El proyecto de ampliación de las instalaciones significa un paso fundamental en su apuesta por un AOVE de más calidad de la que ya producen. Y eso también repercute en todo el Grupo, porque nos hace más fuertes. El acto contó con el respaldo de la Junta,

a través de la directora general de Industrias y Cadena Agroalimentaria, Rosa Ríos; de la delegada del Gobierno, Ana Cobo, y del delegado de Agricultura, Juan Balbín. El Grupo estuvo representado por numerosos responsables y técnicos, encabezados por el gerente Esteban Momblán, y Ángela Cobos o Eloy Alcalá-Zamora, entre otros.



Castillo de Canena recibe el Premio Alimentos de España



El ministro de Agricultura, Luis Planas, visita la SCA Nuestra Señora de la Misericordia de Torreperogil





Fiesta del Primer Aceite en el Hospital de Santiago



La ciudad patrimonial de Úbeda ha acogido este año la V Fiesta del Primer Aceite que organiza la Diputación Provincial de Jaén. Y, como en años anteriores, algunos de nuestros socios estuvieron presentes. Oro de Cánava, Magnasur, Oleo-

campo, Castillo de Canena o Aceites Bañón expusieron sus aceites tempranos de cosecha, que no sólo fueron degustados por el público asistente, sino que también hubo tiempo para la comercialización. Los expositores de nuestros so-

cios fueron visitados por el ministro de Agricultura, Luis Planas; el presidente de la Diputación, Francisco Reyes; y el embajador del AOVE de este año, el cocinero Pepe Fernández.

TU COOPERATIVA TE AYUDA A AHORRAR

EN TU FACTURA DE LA LUZ



**PUNTO DE
CONFIANZA
CONTRATA
→ AQUÍ ←**

... y AHORRA en tu
FACTURA DE LA LUZ

SUCA *Energía*

EN SUCA ENERGÍA, NO SOLO COMERCIALIZAMOS ELECTRICIDAD,
TE AYUDAMOS A AHORRAR EN TU FACTURA DE LA LUZ.



**REDUCCIÓN DE TU
FACTURA ELÉCTRICA**



OPTIMIZACIÓN



TRANSPARENCIA



GESTOR ENERGÉTICO

+ Información

📍 → Tu Cooperativa de Confianza

🌐 → www.energia.gruposuca.com

☎ → 900 10 27 07 · 950 20 31 70

SUCA
Sociedad Cooperativa Andaluza