

INTERÓLEO INFORMACIÓN

NÚMERO 5 / MAYO 2019

Group
inter
Oleo®
GRUPO DE OLIVICULTORES DE ESPAÑA



#all together
2009 - 2019

Lo que somos

Sumario

Páginas 6 y 7

Balance de campaña y de los últimos cuatro años.

Páginas 8 y 9

Ya somos 29 socios.

Páginas 10 y 11

La expansión de la olivicultura, por Juan Vilar.

Páginas 20 a 22

El legado del olivar, por Manuel Barneo.

Interóleo Información Revista del Grupo Interóleo

Número 5 - Mayo 2019

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.

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



Aceites Campiña de Bobadilla SL
La Bobadilla (Jaén)

SCA La Bobadilla
La Bobadilla (Jaén)

Aceites los Cerrillos SL
Noguerones (Jaén)

Aceites Moral SL
Torredelcampo (Jaén)

Aceituna Verde SL
Campillos (Málaga)

Agroindustrial Domingo Sánchez SL
Piedrabuena (Ciudad Real)

Agrovillaserra SL
Porzuna (Ciudad Real)

Cortijo de la Loma SL
Puente del Obispo (Jaén)

Explotación Bañón SA
Úbeda (Jaén)

Mundi Pizarro, Manuel
Siruela (Badajoz)

SCA Oleocampo
Torredelcampo (Jaén)

SCA Cristo de la Veracruz
Begijar (Jaén)

SCA La Bedmarese
Bedmar (Jaén)

SCA Nuestra Señora de la Asunción
Orcera (Jaén)

SCA Ntra. Sra. de la Consolación
Torredonjimeno (Jaén)

SCA Nuestra Señora de la Misericordia
Torreperogil (Jaén)

SCA Nuestra Señora de los Remedios
Jimena (Jaén)

SCA Nuestra Señora del Olivo
Torreblascopedro (Jaén)

SCA Nuestra Señora del Rosario
Charilla (Jaén)

SCA Nuestra Señora del Rosario
Fuerte del Rey (Jaén)

SCA Oleícola de Baeza
Baeza (Jaén)

SCA San Ginés y San Isidro
Sabiote (Jaén)

SCA San Isidro
Pozo Alcón (Jaén)

SCA San Isidro
Fuerte del Rey (Jaén)

SCA San Isidro Labrador
Canena (Jaén)

S.C.A. San Juan
Villargordo (Jaén)

SCA San Juan de la Cruz
La Carolina (Jaén)

SCA Unión Oleícola Cambil
Cambil (Jaén)

Roldán Oliva 1895 SL
Íllora (Granada)

10 años de historia y muchos retos ilusionantes para el futuro



2009



2019

Diez años no son nada en el tiempo, pero suponen mucho esfuerzo, trabajo y dedicación para consolidar un proyecto, una ilusión, un objetivo común. Un grupo de agricultores decidimos, hace diez años, que había que darle un giro al sector, que había que profesionalizarlo, que había que establecer estructuras fuertes, con capacidad y bien dimensionadas, que fueran capaces de enfrentarse a los mercados, que tuvieran el respaldo suficiente para hablar de tú a tú a los compradores del aceite de oliva.

Esa ilusión se transformó en empresa y de esos comienzos permanece inalterable el objetivo último. Porque, en esos diez años de vida, hemos crecido de 11 a 28 socios, cooperativas y almazaras. Porque, en esos diez años de vida, hemos sido capa-

ces de aumentar la facturación de la empresa. Porque, en los últimos cuatro años, hemos sido capaces de obtener una plusvalía de cuatro millones de euros. Porque, en definitiva, en estos diez años hemos sido capaces de profesionalizar, de aglutinar esfuerzos y, lo que para nosotros es más importante, de ilusionar a todo un sector olivarero, no sólo en la provincia de Jaén, sino también en Granada, Málaga y Ciudad Real, por ahora.

Ahora es el momento de acordarnos de los orígenes, de aprender de los errores que cometimos en todo este tiempo y de afrontar con ilusiones renovadas los retos que se nos plantean en el futuro más inmediato. Porque creemos que la concentración de la oferta en el sector productor es uno de los principales caminos para generar siner-

gias, aprovechar fortalezas y ganar influencia en los mercados, siempre con vistas a mejorar la renta de nuestros socios y de los más de 18.000 agricultores que forman nuestra masa social. Somos conscientes de la necesidad de evolucionar, de la importancia que tiene seguir dando pasos, lentos pero seguros, para hacer de InterOleo una empresa con mayor dimensión. Y ese camino queremos seguir recorriéndolo con todos nuestros socios y con otros muchos que están todavía por llegar.

Gracias a los que siguen desde el principio por darnos fortaleza. Gracias a los que han entrado nuevos por confiar en nuestra empresa. Y, en definitiva, gracias a todos por una confianza que os devolveremos duplicada.

Esteban Momblán

Gerente de Grupo Interoleo

Tiempos de cambio

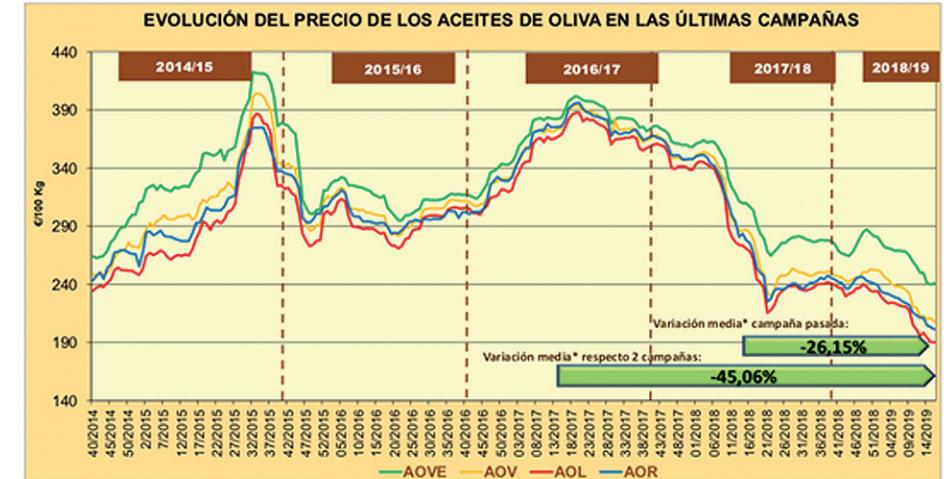
Soplan vientos de cambio en el sector. En la segunda mitad de campaña, podemos afirmar que es muy similar en producción a la campaña 13/14, que dejará ya de ser tan recordada como la récord. Y aunque hablemos de producciones globales similares, se dejan entrever ciertas diferencias con respecto a la de hace un lustro.

Según datos AICA (Agencia de Información y Control Alimentarios), dependiente del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el número de almazaras productoras con actividad en esta campaña asciende a 1.835, mientras que en la 13/14 hubo 1.759. Pero esta cifra no se queda ahí, dado que existen un gran número de almazaras y cooperativas con ventas individuales, esto significa que el número de oferentes es considerablemente mayor, en detrimento de un, cada vez más, reducido número de demandantes.

Muchas veces se nos llega a recriminar a los grupos la incapacidad de presión sobre los precios, pero hay que recordar que menos de 200 almazaras y cooperativas se encuentran integradas en grupos como Interoleo. Casi el 90% de las almazaras en esta campaña no están integradas, por lo que toman posiciones de venta de forma individualizada, sin coordinación y sin una información de mercado adecuada. Éste ha podido ser uno de los factores que haya producido la caída del precio en más de un 45% desde la campaña 16/17, como se contempla en el gráfico. Cada vez más se complica la gestión de venta del granel en una almazara, máxime cuando se producen variaciones de precios tan rápidos y no se cuenta con una información global del mercado.

Según datos del Consejo Oleícola Internacional, la producción mundial de esta campaña se situará en el entorno de 3.131 miles de toneladas (-5,8% sobre la campaña anterior), con un consumo mundial de 2.950,5 miles de toneladas (-1,9% sobre la campaña pasada), lo que denota un escenario global con equilibrio entre disponibilidad y consumo que no justifica la caída de precios que estamos viviendo. 1.600 almazaras no pueden defender la renta justa de sus agricultores si no adoptan postura común y coordinada a la que es imposible llegar de forma individual.

4 Una segunda realidad a la que nos enfrentamos es la creciente

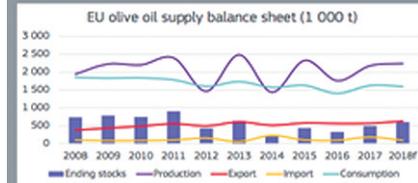


Fuente: SG Análisis, Coordinación y Estadística, MAPA

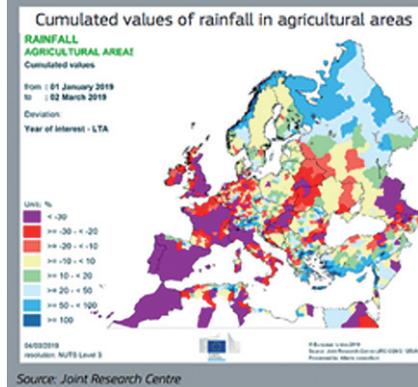
incorporación a la producción de plantaciones nuevas de olivar fuera de Jaén. Es para analizar, que en la campaña récord 13/14, España produjo 1.781.500

respecto al olivar tradicional). Por otro lado, según la Comisión Europea, el mercado europeo del aceite de oliva presenta la siguiente información:

Market developments in the EU



Note: 200X refers to the campaign 10/200X-09/200X+1
Source: DG Agriculture and Rural Development based on Eurostat and MS notifications



Source: Joint Research Centre

EU exports expected to be record high in campaign 2018/2019

OLIVE OIL	2017/2018	2018/2019
Production	↑ +24%	↑ +2.9%
Exports	↑ +1.0%	↑ +11%
Imports	↑ +99%	↓ -50%
Consumption	↑ +16%	↓ -1.7%

Note: compared with previous season

- The second highest production in ES since 2003 (1.7 million t) contributes the most to the 3% EU production increase in the campaign 2018/2019, despite the production decline in IT, EL and PT.
- The increased availabilities weigh on prices. The EU average price of virgin olive oil was in February 2019 around EUR 290/100kg, 17% below one year ago.
- The increasing world demand for EU olive oil and the lower availabilities in non-EU countries are expected to support record high EU exports. They could increase by 11% up to 625 000 t.
- For the next campaign (2019/2020), the current lack of rain in main producing areas could negatively affect production.



toneladas y Jaén 752.000 toneladas (el 42% del total). Esta campaña sería la primera donde, no estando Jaén en su campaña récord (cerca de las 700 mil toneladas), sí lo estamos a nivel nacional (cerca a los 1,8 millones de toneladas). Este factor es indicativo de la pujanza de las nuevas plantaciones que restan protagonismo a Jaén (además de ser plantaciones más competitivas con

El crecimiento de la demanda fuera de la UE y las bajas disponibilidades de otros países hace fundamental trabajar con clientes fuera de la UE. Es clave buscar oportunidades de exportación y nuevos mercados para dar mejor salida a las producciones actuales. Estábamos en una época de internacionalización de aceites envasados, pero nos adentramos en otra de internacionalización en graneles.

Sin razones que justifiquen el precio del aceite, reclamamos prudencia para garantizar unas ventas fluidas

Mediamos 2019 y el precio del aceite, lejos de aumentar, continúa por debajo de los 3 euros. Problemas financieros, falta de almacenamiento, masiva entrada de aceituna en las almazaras y cooperativas, una mayor producción nacional, pero no así internacional debido a las considerables bajadas de países como Italia, Grecia o Portugal, han llevado a una estabilización de los precios del aceite en una media cercana a los 2,30 euros, lo que representa un descenso significativo.

Desde Grupo Interóleo entendemos que no hay motivos para esperar precios más bajos, sino que este debe ser el suelo sobre el cual cambie la situación una vez concluida la campaña a mediados de febrero. Por eso insistimos en la prudencia y la tranquilidad para garantizar una comercialización fluida durante todo el año, teniendo en cuenta que estamos en un mercado globalizado donde es muy importante analizar las producciones y consumos de todo el mundo, no sólo de España.

La producción de aceite esta campaña será alejada del aforo oficial de la Junta en Jaén, por cuanto los rendimientos son dos puntos, e incluso tres en algunas zonas, por debajo del establecido en principio. A esto hay que añadir que en Italia, Grecia o



Túnez hay producciones mucho más inferiores de las esperadas en un primer momento, que ya de por sí eran bajas. En este sentido, hay que recordar que la producción prevista por el COI a nivel mundial será un 5,5% inferior a 2018. En España sí aumentará, pasando de 1,2 millones de toneladas al entorno de 1,7 millones de toneladas, mientras el resto de países tendrán descensos muy relevantes, pasando de suponer del 57,40% al 48,90% de la producción mundial. Un dato muy significativo que debe servir de base para abordar estrategias inteligentes de venta dentro del sector productor español que permitan afrontar el año con garantías para generar la rentabilidad ade-

cuada a los olivareros.

Mientras, el consumo mundial se mantiene constante en las últimas cinco campañas en niveles de los 2.940 millones de toneladas, lo que vuelve a confirmar que unos descensos de precios acusados en absoluto generan un mayor número de consumidores. De ahí que en Interóleo consideremos que la evolución de los precios es una responsabilidad de todos, y el sector olivarero jiennense y español deberá demostrar su liderazgo mundial mediante una buena gestión de esta producción y que no se dé lugar a más bajadas de precios por debajo del umbral de rentabilidad como ya ocurrió en la campaña anterior.

Balance de campaña

Plusvalía de 4 millones de euros por la venta de aceite durante los últimos cuatro años

La empresa consolida su posición en el sector productor con una comercialización, en la campaña de 2018, de 40 millones de kilos de aceite y 124 millones de euros de cifra de negocio. Además, destacan los importantes datos de comercialización: el 2,25% del aceite del mundo; el 4% del aceite de España; y el 10,25% del aceite de Jaén.



La apuesta por la concentración de la oferta y la profesionalización de las ventas continúa calando con fuerza en las cooperativas. Tanto es así que Grupo Interóleo ha consolidado, en diez años, su posicionamiento en el sector productor del aceite de oliva a nivel mundial. Y esta línea de trabajo ha hecho que, a finales del año 2018, se haya alcanzado una plusvalía de 4 millones de euros para nuestros socios en la venta del aceite durante los últimos cuatro ejercicios.

Un dato al que se suma la cifra de negocio alcanzada el pasado año, de 124 millones de euros, fruto de la comercialización de 40 millones de kilos de aceite a granel. Datos económicos que hacen que los socios hayan visto mejoradas las rentas de sus cooperativas y almazaras, porque Interóleo ha conseguido vender aceite, en este tiempo, a un precio superior a la media del Pool Red, así como reducir los costes de comercialización.

Pero también ha sido clave 2018 porque hemos alcanzado cifras muy importantes de comercialización: el 2,25% del aceite del mundo; el 4% del aceite de España; y el 10,25% de Jaén.

Unos datos que no sólo corroboran nuestro crecimiento sostenido, sino que, sobre todo, consolidan la primacía de Interóleo en el sector productor. El presidente del Grupo Interóleo, Juan Gadeo, se muestra satisfecho con estos resultados, sobre todo porque se han conseguido mediante una fórmula de trabajo que ya está más que arraigada en la mentalidad olivarera de Jaén y de otras provincias limí-



trofes, como Granada, Málaga o Ciudad Real, donde hay socios que apuestan por otra forma de gestionar la venta del aceite, profesionalizando una labor que aún, en una misma empresa, a cooperativas y almazaras privadas. Una convivencia que refuerza la línea de trabajo con la que nuestro grupo continúa creciendo año tras año. No en vano, Interoleo tiene una gran proyección por delante con la que se incrementarán el número de socios y la producción comercializada en próximas cosechas. Se trata de una trayectoria muy importante que viene a confirmar la importancia de la concentración y de un grupo como Interoleo, que siempre tiene enfocado su trabajo hacia los mercados globales, internacionales. Una labor de diez años con la que, además, se ha conseguido reforzar la central de compras y servicios, así como mejorar la gestión de nuestras cooperativas y almazaras. La profesionalización y la



apuesta por la calidad y la transparencia son las dos bases sobre las que se sustenta el proyecto de Interoleo, que ha ido dando pasos lentos, pero seguros, en el objetivo de mejorar la renta neta que reciben sus 18.000 agricultores. Primero, con la profesionalización de la gestión y la implementación de diversos departamentos, de una

Central de Compras, de una filial en Polonia, de la mayor penetración en Europa del Este y, en el futuro más inmediato, de la puesta en marcha de nuevas acciones para reforzar el camino y, lo que es más importante, seguir expandiendo los mercados nacionales e internacionales.



Roldán Oliva, el primer socio de Granada, y la SCA La Bobadilla, de Jaén, se suman al proyecto

Grupo Interóleo aumenta hasta los 29 socios y amplía provincias gracias a las últimas incorporaciones registradas en los primeros meses de 2019: una almazara privada de Granada, en concreto de Íllora, y otra cooperativa de Jaén, en La Bobadilla.

Roldán Oliva 1895 S. L. se convierte en la primera entidad granadina en sumarse al Grupo, con la que proseguimos nuestra constante evolución dentro del sector oleícola nacional y nos expandimos en Andalucía. La entrada de esta almazara significa contar con el primero de los 28 socios que ya forman parte de Grupo Interóleo que procede

La entrada de Roldán Oliva, primer socio de la provincia de Granada, junto con la incorporación de una nueva cooperativa en Jaén, la SCA La Bobadilla, refuerzan el peso específico del Grupo en la comercialización del aceite desde la producción.

de Granada, en concreto del municipio de Íllora, y aporta una producción media de 1,6 millones de kilos de aceite de oliva procedente de sus 400 cosecheros.

El presidente de Grupo Interóleo, Juan Gadeo, se muestra contento con el hecho de que sigamos sumando productores de otras provincias a la empresa, porque creemos firmemente en el camino de la concentración y la entrada de nuevos socios procedentes, además, de otras provincias distintas a la jiennense, es el reconocimiento de una gestión profesionalizada que, cada vez, va calando más en el sector.

El responsable de la almazara Roldán Oliva 1895 S. L., Javier Roldán, destaca que una de las razones de entrar a formar parte de Interóleo es la "desprotección" que sentían a la hora de defender el aceite. "Entendemos que en grupo se hace mucho mejor, porque se realiza una venta más profesionalizada, con profesionales y expertos en los mercados nacionales e internacionales. También es importante que mantenemos la titularidad del aceite. Nos ha gustado



ver cómo se trabaja en Interoleo y entendemos que no podíamos dejar pasar una posibilidad como esta", concreta.

Javier Roldán confirma que llevaban tiempo estudiando la forma de trabajar de Grupo Interoleo y que, finalmente, se han convertido en la primera almazara privada granadina en dar el paso. "Conocíamos a este grupo y a otros que también comercializan aceite, y hasta ahora, lo cierto, es que no teníamos pensado entrar en ninguno. Sin embargo, analizando los problemas actuales y los retos de futuro del sector olivarero, vimos interesante entrar, porque tienen una forma de trabajar muy profesional, son transparentes y disponen de mayor conocimiento de los mercados para vender el aceite", concluye el responsable de Roldán Oliva. Una almazara privada que, a lo largo de más de 120 años y de cinco generaciones, trabaja con la última tecnología, pero preservando la tradición y la calidad del aceite

que produce.

La SCA La Bobadilla, cuya asamblea ratificó la entrada en el Grupo por unanimidad, aporta una producción media de los últimos cinco años de 900.000 kilos, aunque en la pasada campaña ha alcanzado los 1,7 millones de kilos de aceite, procedente de sus cerca de 500 socios y permite que Interoleo mantenga su escalada en el posicionamiento de fuerza con el que ya cuenta dentro del sector oleícola nacional.

"Un nuevo socio se suma a la empresa porque cree firmemente en la unión para vender el aceite. Nuestro principal objetivo es garantizar la mejor renta posible para nuestros socios y eso lo conseguimos gracias a que sigue habiendo cooperativas y almazaras que apuestan por el Grupo, por la profesionalización. Nuestra evolución sigue siendo segura, paso a paso, pero sin pausa, porque la SCA La Bobadilla es el tercer socio que se incorpora en cuatro meses,

precisamente en un año clave para nuestro devenir, por cuanto cumplimos el décimo aniversario con la intención de dar un paso más grande hacia el futuro. Una cooperativa que, por supuesto, no será la última. Todo lo contrario, representa el anticipo de nuevas incorporaciones", explica Juan Gadeo.

El presidente de la SCA La Bobadilla, Francisco Funes, confirma: "Hemos visto muy bien entrar en Interoleo por varios motivos. El fundamental, que creemos que vender el aceite juntos es mejor. Pero también porque somos dueños de nuestro aceite, ya que podemos envasar sin problemas; por las facilidades de entrada y de salida y, por supuesto, por la transparencia en la información y en las decisiones, así como la profesionalización de la gestión. Todas estas circunstancias han sido claves en nuestra decisión", explica Francisco Funes.

La expansión en la olivicultura internacional y su efecto en el sector español de elaboración de aceite de oliva

Juan Vilar Hernández
Analista Oleícola Internacional



Olivar intensivo en la provincia de Jaén.



Esta actividad genera del orden de 35 millones de empleos por ejercicio, o lo que es lo mismo, el 1,2 % de la población activa, lo que se traduce en un volumen de mercado de entre 13 y 15 mil millones de euros. Dicha actividad económica es factible debido fundamentalmente a las casi 14 mil almazaras que se distribuyen por el planeta, acompañadas de las algo más de 250 orujeras, 85 refineras o casi 2.700 entamadoras.

Como se aprecia en la tabla 1, el olivar eficiente en términos de re-

En la actualidad se cultiva el olivo en 64 países, mientras que se consume aceite de oliva o aceituna de mesa en 180, ello es posible a las 11,6 millones de hectáreas de olivos que cubren el planeta, de las cuales se destina a la elaboración de aceite el 86 por ciento mientras que el restante 14 por ciento se dedica a la elaboración de aceituna en conserva. Es tal la expansión del olivo que suponen ya el 1% de las tierras cultivables del planeta, crece a un ritmo del 1 % anual, es decir del orden de 150 mil hectáreas por ejercicio, o lo que es si-

milar, 10 olivos por segundo, de hecho cada día de los 365, por dicha difusión, se elabora aceite de oliva en algún lugar del mundo.

Categoría	Inclinación	Cod .	Régimen hídrico	Porcentaje	Superficie	Porcentaje	Superficie
Tradicional	Pendiente alta	S1	Secano	32,87 %	3.835.000	71,10 %	8.296.068
		S2	Regadío	0,43 %	50.500		
	Pendiente moderada	S3	Secano	29,96 %	3.495.000		
		S4	Regadío	7,85 %	915.568		
Intensivo		S5	Secano	3,53 %	412.000	22,85 %	2.666.439
		S6	Regadío	19,32 %	2.254.439		
Superintensivo		S7	Secano	0,03 %	3.200	6,04 %	704.882
		S8	Regadío	6,01 %	701.682		
Total				100 %	11.667.389	100 %	11.667.389

Tabla 1

Distribución internacional de olivar por tipos y superficie. Elaboración propia a partir de datos FAO, COI, y VILAR, 2019.

colección supone casi el 30% de la superficie, mientras que produce casi el 40% de aceite que se consume en el planeta, ello conjuntamente, con la evolución constante de la irrigación que ya cuenta con el 30% de la superficie, está restando vecería al cultivo, lo que perjudica de forma gradual al olivar tradicional no mecanizable en los momentos de exceso de oferta fundamentalmente, los cuales será n en el futuro más contantes, y largos en el tiempo. Durante los últimos 6 años se han plantado en el planeta algo más de 1 millón de hectáreas de olivar, fundamentalmente olivar eficiente en seto y copa, más concretamente entre 150 y 300 mil hectáreas por ejercicio.

¿Cómo afecta dicha expansión a nuestros olivares?

Dicha, más que dinámica evolución, repercute de forma diversa a nuestros olivares dependiendo del momento en que analicemos. A corto plazo, la expansión de la olivicultura mundial, resulta ser un revulsivo en la promoción del consumo, por cada hectárea plantada de olivar en el planeta se empieza a consumir algo más de media tonelada de aceite de oliva por campaña.

No obstante a medio y largo la incidencia depende de la proactividad de los olivares españoles, es decir, en función de lo que se ha manifestado en el presente trabajo, dichos olivares constituyen un mayor rango de competitividad, lo que en momentos de exceso de oferta, cada vez más habituales, debilitarán la rentabilidad de los olivares tradicionales españoles, los cuales suponen del orden de 600 mil hectáreas en



Olivar superintensivo en Córdoba.



Olivar superintensivo en Arabia, la mayor finca de olivar del planeta.

régimen de secano e imposibilidad de mecanización, no en vano, en la actualidad ya han sido abandonadas más de 130 mil hectáreas (Andalucía, Cataluña, Aragón, Castilla la Mancha, etc.), o lo que es lo mismo, el 5% del olivar español.

La estrategia macro, de mayor calado, sería la promoción, ésta debería establecer un entorno adecuado para la convivencia rentable de todas las categorías de cultivo que conviven en el pla-

neta. Tras ello serían necesarias herramientas que potenciaran en el ámbito micro, la optimización productiva mediante la reducción de costes (liderazgo en costes, escala, especialización, integración vertical, etc.), y mejora de precios, (diferenciación, singularización, enfoque, etc.)m, y por supuesto a través de la combinación entre ambas, soportadas por la primera de las mencionadas.



10 años con el aceite de oliva por bandera

En enero de 2009, los presidentes de las cooperativas de La Misericordia, Francisco Poyatos; San Vicente, José Gilabert; Oleocampo, Juan Gadeo, y Aceites La Laguna S.A., Teodosio Sánchez, fueron los encargados de explicar cuál iban a ser los principios de la que sería la primera central de ventas de aceite de la provincia: "adquirir tamaño y evitar la atomización y la competencia entre cooperativas, así como potenciar la profesionalización, con la participación y la transparencia como principios básicos, además de ofrecer todas las garantías en la venta de aceite para que el dinero repercuta en los socios y en los olivereros". Entonces, Interoleo Picual Jaén

S.A. arrancó con la almazara industrial Aceites La Laguna S.A. y las cooperativas La Misericordia, de Torreperogil; San Vicente, de Mogón; Cristo de la Veracruz, de Begíjar; Unión Oleícola, de Cambil; Oleícola Baeza; San Isidro, de Castillo de Locubín, y Oleocampo, cooperativa de segundo grado de Torredelcampo integrada por las cooperativas San Bartolomé, Santa Catalina, San Isidro y La Unión. En octubre de 2009, Interoleo Picual Jaén ya se había consolidado como el primer gran grupo comercializador de aceite de oliva de la provincia gracias a la implicación de los socios en el proyecto, que había convertido la central de ventas en una clara referencia del sector en la comercialización de aceite, con una cartera de más de 40 clien-

tes en países como Italia, Francia, Alemania, Portugal e Inglaterra, además de España. Tanta fuerza adquirió a finales de 2009 que se incorporaron nuevos socios como Cortijo La Loma (Castillo de Canena) y Jame S. L. En este sentido, recordar las palabras entonces de Francisco Vañó: "La incorporación de nuestra almazara al proyecto se sustenta en un concepto empresarial de futuro, sugestivo y ambicioso, en el que la tecnificación y la profesionalización juegan un papel fundamental. El Grupo ha nacido sin lastre y con una filosofía de puertas abiertas donde cabe todo el mundo". Hoy en día, después de diez años de constante, continuado y progresivo crecimiento, los esfuerzos de Interoleo van dirigidos a gestionar la comercialización a



granel del aceite producido por los socios con un sistema profesional y una orientación directa a los mercados, tanto nacionales como internacionales; optimizar el coste en la adquisición de servicios y suministros; centralizar la operativa en las cargas, con un trato directo hacia los compradores y los transportistas; ofrecer soluciones para una mejor gestión interna; dar valor añadido a los aceites de nuestros socios con una clara vocación internacional; y mejoramos la gestión de las ventas y la producción de aceites.

Además, Grupo Interóleo participa en otras empresas e instituciones como Citoliva (donde ostenta la Presidencia actualmente), SUCA, la Fundación Universidad-Empresa, de la que es patrono fundador, la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) o Aemoda. Otro salto cualitativo en estos diez años tiene que ver con el



envasado y con la exportación. Y para muestra, Interóleo se encuentra presente en países como Polonia, República Checa, Italia, Francia, Portugal y Estados Unidos.

En definitiva, una estructura moldeada en diez años de trabajo profesional que define los valo-

res fundamentales de Interóleo: transparencia, simplicidad, agilidad y comunicación, dirigidos a mejorar las rentas de los más de 19.000 agricultores que forman parte de la empresa. Si todo esto se ha hecho en diez años, ¿qué no haremos en el futuro?....

Madrid y Varsovia, unidas por el AOVE y por la apuesta de calidad del Grupo

Madrid y Varsovia quedaron unidas, durante unos días, por el aceite de oliva virgen extra y por la apuesta por la calidad y la internacionalización de nuestro Grupo. Dos ferias importantes, en España y Polonia, que han tenido el incentivo Premium de nuestro aceite virgen extra. El gerente del Grupo, Esteban Momblán, y la coordinadora, Ángela Cobos, por un lado, y el export manager, Luis Viedma, en tierras polacas, con nuestra filial Interoleo Oliwa z Oliwek Extra Virgin, han llevado la marca que comercializamos

hasta la World Olive Oil de Madrid y la EuroGastro de Varsovia. Promoción e internacionalización de nuestro mejor producto con nuevas acciones promocionales que buscan un objetivo final: fortalecer la penetración de nuestro aceite virgen extra en las cocinas de todo el mundo. En Madrid, donde además también participó uno de nuestros socios, como fue Aceites Bañón, se contó con la visita del ministro de Agricultura, Luis Planas, y del diputado de Turismo de Jaén, Manuel Fernández Palomino, que alabaron el producto expuesto para cata.



Grupo Interóleo recibe uno de los Premios de la Provincia por la apuesta por la comercialización

La apuesta por la calidad y la comercialización del aceite de oliva en nuestra provincia. Esa es la principal razón del premio que hemos recibido por parte de la Diputación Provincial de Jaén, junto a Jaencoop y Olivar de Segura. Esta distinción, que ha recogido nuestro presidente, Juan Gadeo, de manos del responsable de la institución provincial, Franciaco Reyes, pone en valor nuestro trabajo encaminado a la concentración, a la calidad y a la comercialización profesional del aceite de oliva.

Un reconocimiento que nos sirve de estímulo para seguir esforzándonos en la gestión diaria con la vista puesta en los mercados globalizados y en la mejora de la renta de los 18.000 agricultores que forman el Grupo.

Premio que hemos recibido en el marco de la Feria de los Pueblos, en la Institución Ferial de Jaén, junto a otros premiados como el cocinero jiennense con una Estrella Michelin, Pedro Sánchez Jaén, del Restaurante Bagá, Ales Jaén y las trabajadoras de Ayuda a Domicilio, a quienes felicitamos.

El presidente de la Diputación, Francisco Reyes, señaló en su intervención que “el sector oleícola es cada día más consciente y tiene más claro que, además de producir el mejor aceite de oliva virgen extra posible, tenemos que saber comercializarlo



por todo el mundo y, también, pelear un precio de venta justo que permita cubrir los gastos de explotación y ofrezca una rentabilidad suficiente a los productores”. Con este premio “ponemos en valor la gran apuesta que hace Interóleo por concentrar la oferta, y las ventajas que esta decisión genera a la hora de comercializar el producto”.

Emoción, satisfacción por el trabajo bien hecho, motivación. Esos fueron los sentimientos que embargaron a nuestro presidente en su discurso. Un premio, dijo, que nos permitirá ser más fuertes, dar una respuesta adecuada a los retos del mercado y marcar el camino más idóneo.

La apuesta por la internacionalización: De la filial en Polonia a más mercados

Visión global de los mercados y una mayor apuesta por la internacionalización con un aceite de la máxima calidad. Grupo Interóleo 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 que, sobre todo, se consigue vía exportación. De ahí que en los diez años de vida, el Consejo de Administración haya dado pasos en esa línea y haya apostado por la penetración en mercados de terceros países de una manera poco tradicional y muy profesionalizada, como es la costumbre del Grupo.

La creación y puesta en marcha de la filial **Interoleo Oliwa z Oliwek Extra Virgin** para comenzar nuestra experiencia exportadora en Polonia ha supuesto un antes y un después en la forma de que el Grupo se dirija a los mercados internacionales. Lo que vino después de un exhaustivo estudio de mercado fue otra forma de comercializar en el exterior. Interóleo se decantó por Polonia por varios motivos: uno, porque está dentro del marco común europeo; y dos, porque dispone de casi 40 millones de habitantes y es un mercado emergente, con unos márgenes que ofrecen una oportunidad interesante de venta.

Siguiendo el modelo de las grandes empresas del sector, se es-



tableció una red comercial local propia, sin realizar grandes inversiones y aprovechando las sinergias producidas entre nuestros socios. La clave fue optimizar los recursos para reducir los costes de producción y no necesitar endeudamiento para vender el aceite envasado. Una experiencia que ha resultado todo un éxito, puesto que esto ha hecho que el aceite virgen extra de Interóleo ya tenga presencia en todas las regiones de Polonia, se comercialice en más de



400 puntos de venta y que, además, hayamos conseguido que nuestra marca **InterOleo** haya sido galardonado, en estos escasos cinco años, como el mejor aceite de oliva virgen extra de Polonia en 2015 y el mejor producto en 2019. Un premio, éste último, que reconoce los talentos más innovadores en diversos campos, entre ellos el alimentario y que fue recogido por nuestro Export Manager, Luis Viedma; y por el Country Manager, Jacek Czuderna.

Pero Polonia no es el único mercado en el que In-

teróleo vende aceite virgen extra envasado. países como Italia, Francia, Portugal, Estados Unidos y República Checa también conocen ya nuestro producto gracias a una apuesta constante y progresiva por la internacionalización que nos ha permitido incrementar el número de países donde vendemos nuestro aceite. Precisamente, en el último país donde hemos estado formando parte de una misión comercial con Extenda ha sido en Estados Unidos, donde nuestro Export Manager, Luis Viedma, ha regresado con buenas sensaciones.

La idea, al igual que ha pasado en el mercado nacional, es convertirnos en un referente comercializador internacional, no sólo a granel, sino también, en el envasado. Por ese motivo se ha emprendido un meticuloso y estudiado proceso de internacionalización con el objetivo de dar los pasos oportunos, firmes pero seguros. La vocación exportadora de Interóleo nos lleva a querer estar presentes en más mercados si queremos ser fieles a nuestra idea originaria y ser cada vez más competitivos.



Roldán Oliva 1895 S.L.

DATOS PARA TENER EN CUENTA

¿Dónde está?: **Íllora
(Granada)**

¿Cuántos socios?: **400**

Año de fundación: **1895**

¿Qué producción
media de aceite tiene?:
1.600.000 kilos



Desde 1895, la empresa familiar Roldán Oliva se ha dedicado a la elaboración de AOVE usando como soporte la sabiduría del buen hacer y la pasión por mejorar. Cinco generaciones que, a lo largo de más de 120 años, han convertido la almazara en una fábrica de última tecnología, que preserva la tradición y calidad pero que deja paso a la modernidad para conseguir los mejores aceites. En la larga trayectoria de Roldán Oliva se han perfeccionado todos los procesos, hasta llegar a ser una empresa innovadora que exporta a diversos países, entre ellos EE UU.

SCA Unión Oleícola Cambil

DATOS PARA TENER EN CUENTA

¿Dónde está?: **Cambil**

¿Cuántos socios?: **1.700**

Año de creación: **2005**

**Fusión de las SCA Señor
del Mármol y San Isidro**

¿Qué producción
media de aceite tiene?:
2.800.000 kilos



Con el esfuerzo y la dedicación de todos los agricultores de Cambil se han construido las modernas instalaciones de la Cooperativa, S.C.A Unión Oleícola Cambil, donde con el fruto de los viejos olivares de montaña, situados entre las laderas de Cambil en Jaén, los Picos de Almadén y Mágina, se produce un aceite Picual de categoría superior, calificado por la Denominación de Origen Sierra Mágina. AOVE

18 con aroma a tomate y hierba fresca, un sabor equilibrado aportando un componente esencial de la dieta y gastronomía mediterránea.

SCA Nuestra Señora del Rosario



DATOS PARA TENER EN CUENTA

¿Dónde está?:
Fuerte del Rey

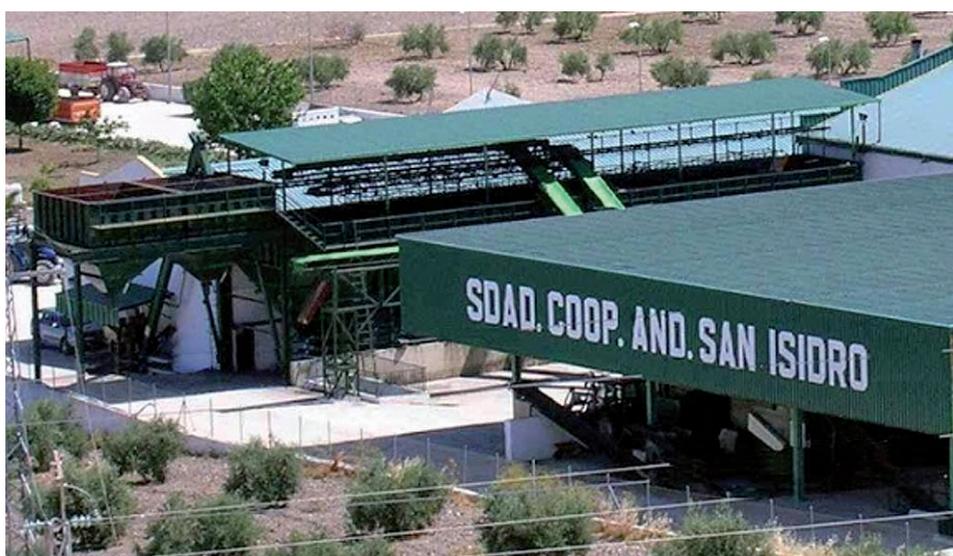
¿Cuántos socios?: **240**

Año de fundación: **1975**

¿Qué producción media de aceite tiene?:
1.600.000 kilos

Del espíritu emprendedor de un grupo de agricultores nace la SCA Nuestra Señora del Rosario. Herederos de ese mismo afán de cambio y progreso surgen hoy en día nuevos retos y proyectos, donde abarcar de principio a fin todos los estadios del producto es nuestra forma intrínseca de trabajo. La cooperativa se concibe como la suma de todas las ilusiones y anhelos de los socios, en un esfuerzo común por desarrollar un modelo de empresa moderna y actual, reivindicando, sin complejos, el papel que las propias cooperativas deben desempeñar en el mundo de la producción.

SCA San Isidro



DATOS PARA TENER EN CUENTA

¿Dónde está?:
Fuerte del Rey

¿Cuántos socios?: **277**

Año de fundación: **1962**

¿Qué producción media de aceite tiene?:
1.200.000 kilos

Ubicada en Fuerte del Rey, a tan solo unos pocos kilómetros de la ciudad de Jaén, la SCA San Isidro trabaja, durante décadas, con dedicación y esmero para conseguir el mejor fruto de sus olivares, y obtener así un producto de lujo, el oro líquido que hoy en día comercializan bajo las marcas Oleoflor y Fuente de Regomello. Aceites de inigualable calidad que se caracterizan por su delicadeza y sutileza además de por los aromas afrutados que desprenden, siendo su consumo una grata experiencia para el paladar. Puro zumo de aceituna natural.

El legado del olivo tradicional de Jaén

Manuel Barneo Alcántara
Ingeniero Agrónomo

Jaén probablemente no sea la más antigua región donde se produce el aceite de oliva, de hecho, hay vestigios anteriores en la región de Siria y Mesopotamia. Pero en los últimos siglos, esta tierra, se ha convertido en la principal región productora del mundo. Un hecho no baladí, ni estocástico, ha sido gracias al esfuerzo, trabajo y al empeño de generaciones, al buen hacer, al cariño, a la tierra, al clima y al talento de sus gentes, legado que nos han dejado nuestros ancestros y junto al picual.

Juan Eslava Galán decía "...los andaluces aprovechaban el aceite de acebuche en sus ritos y, es posible, que también en su cocina. En la famosa cueva de Nerja, en Málaga, se han encontrado huesos de acebuche de hace 10.000 años".

Mi abuelos me enseñaron la importancia de recoger las aceitunas con cariño, mi padre, maestro de almazara, del trato de ese oro líquido, me educó en la importancia de la rapidez de la molienda y en el control de las temperaturas, en lo rico que estaban los primeros aceites de cosecha, aunque algo amargos y picantes, empecé a saborearlos con la tostada hecha en la caldera de la calefacción de la almazara a fuego muy lento, así deben hacerse los sueños y las buenas cosas, como después se habló en Italia en los años 1986 de un movimiento "SlowFood", mi padre y mis abuelas, tatuados por el paso del tiempo, el sol, la lluvia, y el amor



a las cosas bien hechas abrieron mis sentidos mi olfato, mi gusto, por el arroz con caldo, los galianos, un buen guiso de patatas con carne y sobre todo un buen aove temprano de olivar centenario. El olivo arraigado en nuestras sierras(Sierra de Segura, Sierra las Villas, Sierra Magina, Sierra de Cazorla, Sierra del Pozo, Sierra Morena, Sierra Sur, nuestros valles de Jaén, nuestros grandes olivos que al igual que la catedral Notre Dame, son vestigios vivos, pasaron batallas como la de Bailén, guerras como la Civil Española, son patrimonio de la naturaleza, son paisajes vivos, inspiración de escritores, poetas y pintores. Son pan y abrigo de muchos de la España vaciada, y ahora son cuestionados por su baja rentabilidad. Nuestros olivos tradicionales no tienen futuro, nuestro legado está cuestionado. Ahora que Jaén se hace con los premios del Ministerio, qué tenemos la calidad más valorada, qué hemos puesto en el mapa gastronómico el AOVE de Jaén, qué Expoliva es la feria referente mundial del los aceites de oliva y afines, en estos días que hemos visto como las instituciones se han volcado con los paisajes del olivar como patrimonio y recurso turístico, qué tenemos los mejores investiga-

dores y se exponen las bondades del aceite de oliva virgen extra picual, hemos investigado miles de utilidades de los elementos menores de nuestro oro líquido, en estos instantes que están presentándose millones de avances hablando de la importancia del aceite de oliva en las dietas y en la prevención de enfermedades cardiovasculares, tumorales, antiinflamatorios, estéticos, antiedad, hidratantes, ... un valor saludable sin parangón.

Ahora estamos con un mayor temor por la explosión de los olivares de alta densidad, por la producción de la última campaña, con datos astronómicos, superando lo que nadie pensaría hace dos décadas en Jaén, Andalucía y España.

La pasada temporada hemos visto como los precios no subieron lo esperado, muchos se refugiaron en la producción del olivar súper intensivo, para buscar ajustes en los precios de producciones inferiores al 1.2 €/kg de aceite, algunos incluso por debajo del euro. Pero nuestro olivar tradicional es sólo rentable cuando el precio del aceite de oliva está por encima de 2.4 €/kg, y si hablamos de los olivares de las sierras no son sostenibles económicamente por con precios inferiores a 2.8€/kg. Vemos que nuestro oro líquido se va convirtiendo cada vez más en un saldo, un reclamo, para la gran distribución. Además se habla que estamos en las 2,58 millones de hectáreas de olivar en España, pero nos asustan, con datos de olivos plantados en China 59 millones de olivos en el valle del río Bailongsituadas en las provincias de Gansu, Sichuan, Chongqing, Yunnan y Zheijang.

"...Actualmente se cultivan 11,6 mi-

llones de hectáreas de olivar en el mundo, en 64 países repartidos por los 5 continentes. En cuanto al tipo de cultivo, más del 33% es tradicional de alta pendiente, lo que dificulta su transformación y mecanización, por lo que los costes de producción se disparan. Además, del total de la superficie mundial, el 66,36% está en régimen de secano y con poco acceso al agua de soporte, por lo que depende directamente de la climatología. Analizando los datos expuestos, y teniendo en cuenta la situación actual de precios del aceite de oliva virgen en origen los cuales han iniciado ya un ciclo económico poco alentador, se puede afirmar que la olivicultura internacional se encuentra en una época difícil...” incluso llegándose al abandono de olivares de alta densidad que anteriormente eran rentables.

¿Está todo perdido? La España vaciada del olivar, se desmantela. ¿Tienen algún valor nuestros olivos tradicionales? Seguro que sí. Actualmente, aparecen nuevos retos como el cambio climático y los gases efecto invernadero (GEI) que, hasta ahora, es la más alta de la historia. En este sentido, las emisiones ocasionadas por la agricultura y la ganadería representan un 11% del total, pudiendo llegar al 25% de las emisiones globales si se tienen en cuenta los cálculos indirectos ocasionados por la producción de insumos...” el principal sistema de producción adecuado para adaptarse a los cambios que se avecina son los sistemas biológicos o sostenibles que reduzcan los efectos del cambio climático, según desvela el informe editado por Ecovalia “Producción Ecológica Mediterránea y Cambio Climático”. Reducción en las emisiones de N₂O por el uso de fertilizantes orgánicos y menores aportes. Incremento del secuestro de carbono, a

través de las cubiertas vegetales o el uso de variedades tradicionales. Las prácticas más adecuadas para ser líderes en la sostenibilidad son:

- ↳ Implantación de cubiertas vegetales
- ↳ Reincorporación de los restos de

poda

- ↳ Reciclaje de los residuos de la agroindustria
- ↳ Reducción del laboreo
- ↳ Uso de energías renovables
- ↳ Uso de variedades tradicionales.

Otro punto a favor de nuestros que-

RESULTADOS CULTIVOS LEÑOSOS

24

Las huellas de carbono negativas en ecológico no siempre se producen, ya que hay casos en los que no se aplican prácticas de manejo como las cubiertas vegetales. Existe, por tanto, un gran potencial para reducir aún más la huella de carbono del manejo ecológico si estas prácticas se expanden aún más.

De esta forma, a modo de conclusión, podemos afirmar que la reducción promedio de la huella de carbono en olivar es de más del 100% en ecológico: de 1,7 kg CO₂eq/litro en convencional a -0,1 kg/litro en ecológico.

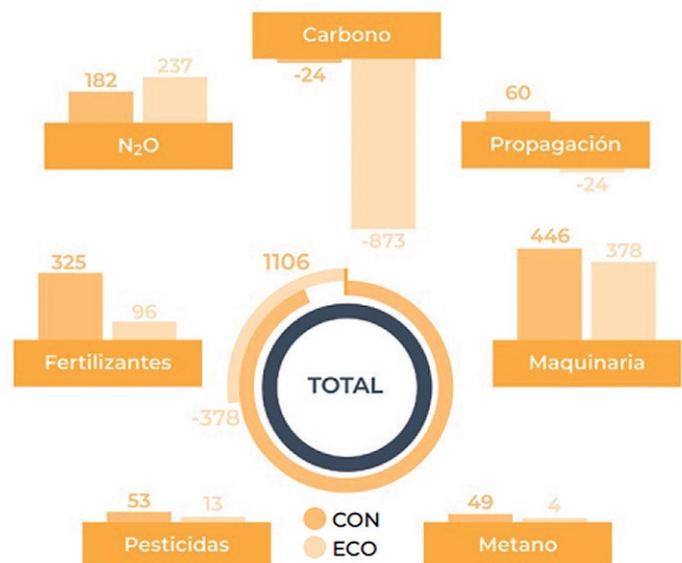
Gráfico 7. Huella de C por kg de producto en olivar. (Kg CO₂ eq/kg producto)



RESULTADOS CULTIVOS LEÑOSOS

25

Gráfico 8. Emisiones de GEI por hectárea en olivar. (Kg CO₂ eq/ha)



ridos olivares tradicionales ,es la Agenda 2030: Objetivos de Desarrollo Sostenible, es un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad. También tiene por objeto fortalecer la paz universal dentro de un concepto más amplio de la libertad. La aprobación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) representa una oportunidad histórica para unir a los países y las personas de todo el mundo y emprender nuevas vías hacia el futuro. Los ODS están formulados para erradicar la pobreza, promover la prosperidad y el bienestar para todos, proteger el medio ambiente y hacer frente al cambio climático a nivel mundial. Siendo nuestro olivar fuente de asentamiento de población en las zonas más desfavorecidas, procurar el bienestar económico de las gentes que trabajan y producen el aove tradicional sostenible y reducir el cambio climático con manejos sostenibles como la producción integrada, la orgánica, biodinámica. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son 17. Cada gobierno decidirá los procesos de planificación, las políticas y las estrategias nacionales. Es importante reconocer el vínculo que existe entre el desarrollo sostenible y otros procesos pertinentes que se están llevando a cabo en las esferas económica, social y ambiental.

En Jaén con más de 66 millones de olivos y 580.000 hectáreas, lo que viene siendo el 20% de la producción mundial y más de 5.5 millones de jornales en por campaña media. Las áreas con mayor valor de conservación incluyen olivares o

están rodeados de olivar, más de 200.000 ha del olivar andaluz forman parte de la reserva natura 2000.El número de ciudadanos europeos convencidos en la conservación de la biodiversidad está creciendo, debemos abanderar estos movimientos con productos de gran valor ambiental como nuestros olivos vivos.

En conclusión. Nuestros olivares tradicionales y nuestros olivares tradicionales de montaña siguen teniendo futuro. Simplemente tenemos que realizar algunos cambios en la gestión de los mismos:

1. Servicios, manejos y pastoreo colectivos de las cooperativas para reducir costes en las pequeñas y medianas explotaciones
2. Apuestas más sostenibles en el manejo del olivar: producción integrada, orgánica o biodinámica.
3. Trabajar codo con codo los profesionales del campo, técnicos y administración.
4. Legislaciones más adecuadas a la gestión eficaz, menor burocracia para la realización de instalaciones que valoren los subproductos del olivar “cooproducidos”.

5. Uso más eficiente de recursos como el agua y la energía. Empleando energías alternativas y más eficientes. Siguiendo las pautas de reducir, reutilizar, reparar, reciclar, regular.

6. La calidad organoléptica, sostenibilidad y nuevas vías de comercialización son prioridad siempre.

7. Introducir la tecnología RPAS, imágenes satelitales, BigData, Blockchain entre otras.

8. Apostar por la cultura, la gastronomía, el paisaje, el medio ambiente y reducción el cambio climático como valor de nuestro olivar.

9. Cooperar desde todos los ámbitos cooperativos, empresariales, instituciones y políticos para hacer legislaciones racionales y reales para su aplicación en las explotaciones pero sin ser especialmente lesivas para las pequeñas y medianas.

10. En definitiva trabajar para evitar la pérdida de personas de la España vaciada, para ello, habrá que tener ideas diferentes, trabajar diferente para esperar resultados diferentes sin renunciar a nuestro legado del olivar tradicional.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Las cooperativas de Villargordo y Fuerte del Rey acogen dos cursos cualificados de fitosanitarios

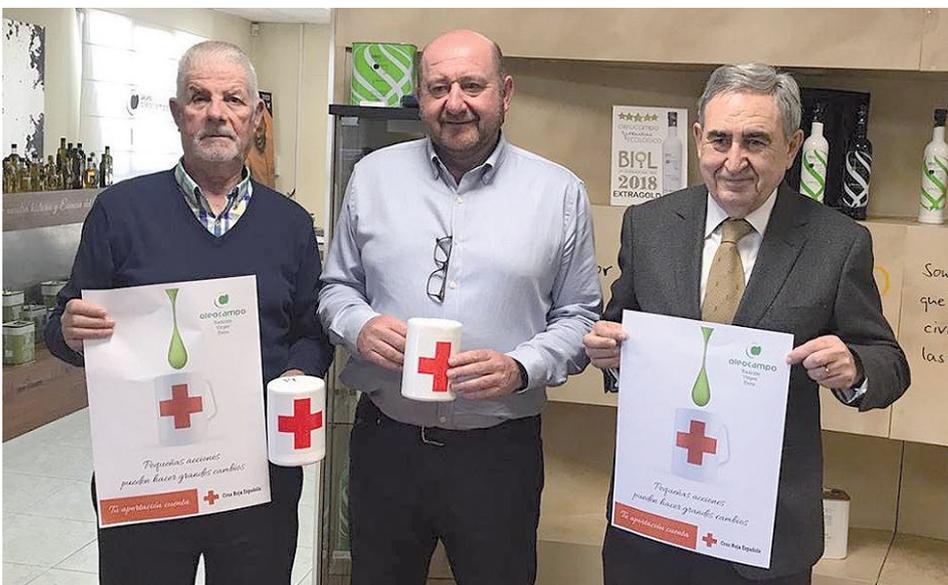
La profesionalización del sector olivarero comienza con la formación. La continua apuesta por unos agricultores mejor preparados es la base sobre la que Grupo Interóleo sustenta el futuro. Y nada mejor por donde empezar que con cursos cualificados de Manipulador de Fitosanitarios. Los últimos que hemos celebrado, en con-

creto, se han hecho en las instalaciones de nuestros socios las cooperativas de Villargordo y de Fuerte del Rey, con una numerosa participación. Una nueva muestra de lo que nos preocupamos en el Grupo por la actualización de los conocimientos. Porque apostamos por ser profesionales desde el campo hasta la botella.



Oleocampo firma un acuerdo de colaboración con Cruz Roja para contribuir a sus actividades y proyectos

Roldán Oliva, reconocido mejor AOVE del Poniente de Granada



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.



+ Información

- 📍 → Tu Cooperativa de Confianza
- 🌐 → www.energia.gruposuca.com
- ☎ → 900 10 27 07 · 950 20 31 70

SUCA
Sociedad Cooperativa Andaluza