

La cooperativa Dcoop prepara nuevas alianzas en el sector



Noticias

La primera productora de aceituna de mesa planea una alianza con el grupo Jorge Gutiérrez

La cooperativa Dcoop, primera productora mundial de aceitunas de mesa y primer envasador de la Unión Europea, continúa con su apuesta por este segmento y, tras la última incorporación al grupo (la sevillana Aceinaza), proyecta ahora una alianza estratégica con la salmantina Jorge Gutiérrez.

Según ha explicado el presidente de la sección de Aceituna de Mesa y vicepresidente de Dcoop (Antequera, Málaga), Francisco de Mora, llevan colaborando en los últimos 20 años con Jorge Gutiérrez-Aceitunas Miroliva (Ciudad Rodrigo, Salamanca), pero ahora quieren dar un paso más mediante un acuerdo que llegará en los próximos meses.

De Jorge Gutiérrez, con una comercialización que ronda las 20.000 toneladas, De Mora ha destacado la complementariedad de las actividades con Dcoop y, además, su amplio conocimiento de los mercados a granel de la aceituna de mesa.

La alianza -no será una fusión propiamente dicha- permitirá "aprovechar sinergias" a "ambos lados de la mesa", ampliar variedades de comercialización y mercados. Entre otros aspectos, el acuerdo permitirá la explotación al 50 % las instalaciones de Aceinaza (Dos Hermanas).

En cuanto a esta última compañía, será una de las grandes novedades de la campaña 2014-2015, porque operará por primera vez bajo el paraguas de Dcoop durante esta campaña del "verdeo". En concreto, la cooperativa de Antequera se adjudicó Aceinaza (Dos Hermanas, Sevilla), en agosto pasado por 401.000 euros, lo que permitirá a Dcoop "potenciar y complementar" su actividad con las variedades manzanilla sevillana y gordal.

Aceinaza cuenta con 16.000 metros cuadrados de terreno y fermentadores para una capacidad de tres millones de kilos, y permitirá a Dcoop complementar la actividad de otra de sus cooperativas socias, agrícola El Rocío (también en Dos Hermanas), que hasta ahora ha liderado la producción en ambas variedades.

Sobre la campaña de verdeo que arranca este mes, Dcoop calcula una producción de 60 millones de kilos de aceituna hojiblanca, la variedad más representativa -aunque también tiene en su portafolio aceitunas manzanillas, gordales o aloreñas-, lo que supondrá entre un 5 y un 10 % menos que la campaña anterior, aunque la compañía estará muy pendiente de la climatología de las próximas semanas.

Los árboles están bastantes más vacíos de cosecha que años anteriores y, así, "la zona de Sevilla tiene un poquito más; la zona de Málaga va a estar un poquito mejor y la zona de Córdoba va a estar un poco peor", ha resumido De Mora.

Por otra parte, ha recordado que la recuperación de los precios actuales del aceite de oliva hará que muchos agricultores de hojiblanca, variedad de doble aptitud -aceituna de mesa y molino-, opten por hacer una recolección temprana para elaborar aceite de oliva, a principios de noviembre o diciembre, para lograr "características fantásticas" y obtener así "un precio estupendo".

Dcoop cuenta hasta el momento con 22 cooperativas asociadas que se dedican a la producción de aceituna de mesa, entre ellas la emblemática Acyco, adquirida en 2011 a Deoleo. El segmento de la

aceituna de mesa reportó en 2013 una facturación de 85,5 millones de euros a Dcoop, cifras que volverán a crecer en 2014, según sus previsiones.

"En 2014, lo que nos están dando los números es un crecimiento del 9 % en facturación con respecto al año pasado a fecha 31 de agosto. Creemos que lo vamos a incrementar todavía un poquito más y estaremos más próximos al 15 %" en el global. "Ha sido un año muy bueno para la sección de aceituna de mesa del grupo", ya que crecieron en volumen de envasado y "hemos sido capaces de comercializar el 100 % de la aceituna que nos aportan nuestros socios", ha remarcado De Mora, quien subraya que ya venden con regularidad a más de 60 países, aunque han enviado "alguna caja" a muchos más, alrededor de 120 destinos internacionales.

Los grandes mercados permanecen estables, mientras que no terminan de despegar los asiáticos, como China o La India. "Hasta ahora no hemos sido capaces (en España) de dar un producto agradable para el consumidor chino y asiático, pero se están dando pasos poco a poco, por lo que confío en que en los próximos años nos den alguna que otra alegría", ha concluido.

Redacción