

La Plataforma de Hojiblanca prevé vender 200 millones de kilos de aceite en 2010

Noticias

La plataforma del Grupo Hojiblanca prevé comercializar durante la campaña 2009-2010 un volumen de 200 millones de kilos de aceite, un 33 por ciento más que durante el ejercicio anterior, y "seguir incorporando" nuevas cooperativas.

Así lo ha explicado el vicepresidente del Grupo Hojiblanca, Francisco de Mora, tras participar en las IV Jornadas Profesionales del aceite de oliva español, organizadas en Madrid por la revista especializada "Alcuza".

Según ha recordado De Mora, el grupo creó en 2009 una plataforma para comercializar el aceite de 32 cooperativas, "y a día de hoy se han incorporando alrededor de 20 bajo diferentes fórmulas", al tiempo que ha adelantado que prevé nuevas adhesiones en los próximos meses.

Ha detallado que, tras el proceso de crecimiento experimentado en los últimos meses, esta plataforma unificará durante la campaña 2009-2010 la comercialización de algo más del 15 por ciento de toda la producción nacional de aceite de oliva.

Ha subrayado que el Grupo prevé crecer en volumen de kilos de aceite y en volumen de facturación, aunque se ha mostrado prudente sobre los resultados finales de la campaña de comercialización 2009-2010 para comprobar si las "circunstancias climatológicas del otoño" mermarán la cosecha "de forma sustancial".

Sobre la incidencia de la crisis económica en el Grupo aceitero de Antequera, De Mora Pérez ha asegurado que a la compañía "no le afecta la crisis de consumo porque nuestro volumen sigue creciendo", aunque sí ha reconocido el impacto de los bajos precios, "que no llegan a niveles mínimos dignos para los cientos de agricultores que forman parte de Hojiblanca".

Ha destacado la importancia de que los productores alcancen niveles de renta suficientes, porque de ello depende, según ha indicado, la viabilidad de las explotaciones y la generación de empleo.

Redacción