



“Ellos, duros, sin oír las voces, siguen enviando por la vena viva, entre la leña muerta, un hilo de savia que mantiene el verde saludable. Parecen dolor cuajado. Las tórtolas los aman, y en cuanto llega la primavera, la flor los torna jóvenes. Ya nadie se acuerda de quién puso el Ojiblanca, ni de qué manos abrieron sus hoyos, ni cuáles talaron sus primeros ramones. Sólo este poco de belleza queda de cuanto trajinaron en la tierra”

José Antonio Muñoz Rojas

Bienvenida al Ayuntamiento de Eslida (Castellón), nuevo socio de AEMO

Portada

La paella, cuando se expone demasiado tiempo al fuego, se puede pasar

Ha llegado la hora de retirarla del fuego, dejar reposar y servir el aceite y el arroz en su punto, este debe ser desde ya el objetivo central del Grupo SOS. De proseguir las guerras internas de los accionistas del Grupo, las marcas emblemáticas podrían perder cuota de mercado a riesgo de que cuando la pura actividad empresarial se restablezca sea ya demasiado tarde. En este escenario las Cajas parecen tomar definitivamente las riendas lo que hace vislumbrar una luz en el horizonte

Noticias del Sector

El Grupo Hojiblanca facturó 291 millones de euros en 2008, creciendo un 2.7% respecto al año anterior

A pesar del estancamiento de la facturación del aceite, la división de aceituna de mesa, que crece un 28%, arroja resultados positivos en cuanto al crecimiento de la primera cooperativa oleícola española

Sólo uno de cada diez olivicultores de Jaén ha asegurado su cosecha contra el pedrisco

Entramos en la “temporada alta del granizo”, un fenómeno meteorológico que afecta todos los años a las cosechas de aceituna de forma localizada pero sumamente letal. Cien mil olivareros de la provincia se la juegan al todo o nada

La comarca de La Alcarria abandera el Oleoturismo en Castilla La Mancha

Bajo el impulso de la Denominación de Origen “Aceite de la Alcarria” que proyecta un complejo oleoturístico referencia en la región

AEMO News

La Cooperativa San José, de Lora de Estepa, obtiene el Premio Diputación de Sevilla al mejor aceite de oliva virgen extra de la provincia

El accésit lo obtiene la Cooperativa Agrícola La Roda y el Premio Especial al mejor aceite de las Sierras de Sevilla viaja a la Guadalcanal de la mano de la Cooperativa Andaluza San Sebastián

La paella, cuando se expone demasiado tiempo al fuego, se puede pasar

Ha llegado la hora de retirarla del fuego, dejar reposar y servir el aceite y el arroz en su punto, este debe ser desde ya el objetivo central del Grupo SOS. De proseguir las guerras internas de los accionistas del Grupo, las marcas emblemáticas podrían perder cuota de mercado a riesgo de que cuando la pura actividad empresarial se restablezca sea ya demasiado tarde. En este escenario las Cajas parecen tomar definitivamente las riendas lo que hace vislumbrar una luz en el horizonte

Después de un año lleno de cambios de rumbo, dificultades financieras, noticias que hacían tambalear su cotización en bolsa y tantos avatares empresariales, el Grupo SOS, ahora Corporación Alimentaria SOS, celebró el pasado lunes su Junta de Accionistas más movida. Y en ella parecen haber tomado definitivamente el mando las Cajas de ahorros accionistas que han apartado a los antiguos gestores de los órganos de dirección, es decir, a los hermanos Salazar y Daniel Klein.

En los últimos días el fuego cruzado e indiscriminado entre los principales accionistas se antojaba como la traca final de una batalla financiera que ha durado demasiado tiempo. Si se nos permite hacer un símil con el plato más internacional de la gastronomía española, al fin y al cabo se trata de arroz y aceite, la paella a fuerza de fuego se puede terminar pasando, y el arroz pasado no tiene solución. Los accionistas de SOS deben advertir que mientras se enzarzan en guerras y disputas por el control de la compañía la competencia no permanece inmóvil y la cuota de mercado de las principales marcas aceiteras del grupo, Carbonell y Bertolli, podrían estar perdiendo cuota de mercado que es su mayor activo. Por todo ello esperemos que ésta sea la última crónica de una Junta llena de disputas y a partir de este momento las noticias generadas por SOS sean sobre su refinanciación, sus ventas, su lucha por vender aceite en el exterior y, en resumen, su estabilización. Será bueno para todos.

La Junta de accionistas comenzó con fuego cruzado a tres bandas. Las Cajas, que ya parecen controlar la empresa, los Salazar, que se autoexculpan y el grupo de Daniel Klein que propone demandar a unos y a otros.

Las Cajas decidieron tomar las riendas de la Junta desde el primer minuto y a pesar de que todas las partes implicadas se acusaran entre sí, unos exigiendo responsabilidades a todo el consejo de administración, caso del accionista Daniel Klein; otros, los hermanos Salazar, reivindicando su inocencia y por último las Cajas dando un golpe en la mesa y apartando a los anteriores del futuro Consejo de Administración.

Ante lo que se preveía, las cajas accionistas, Caja Madrid, Cajasur, Caja Granada, Cajasol y Unicaja, con la mayoría garantizada (hasta un 60% del accionariado), aprobaron dejar sin representación en el consejo de administración a Jesús y Jaime Salazar, y a quienes iban a ser sus representantes, entre ellos Luis Chicharro, ex Ibersuizas, la firma de capital riesgo donde los hermanos tienen invertido parte de su patrimonio.

El golpe de mando de las cajas no terminó aquí. Si Unicaja propuso sacar a los Salazar del consejo, Ahorro Corporación hizo lo propio con el accionista y ex vicepresidente Daniel Klein (10%) y el independiente Lucas Torán, cuya actuación destapó el caso del préstamo, que no fueron renovados en sus cargos. El argumento es que ambos actuaban con deslealtad hacia la compañía por reclamar acciones de responsabilidad contra los consejeros que ratificaron el crédito de 212 millones a Cándor Plus.

En este contexto el nuevo Presidente, Pérez Claver fijó entre otros objetivos de la compañía "recuperar" la estabilidad financiera y reducir la "excesiva e indeseada" deuda (alrededor de 1.400 millones al cierre de 2008). Además, consideró fundamental la recuperación de la reputación de la compañía: "Hemos perdido tiempo y patrimonio, los fondos propios han caído un 50% y hay que reponer el capital para estar como estábamos hace un año y medio".

Los hermanos Salazar, junto con Daniel Klein y MAO Holdings, anunciaron que estudiarían impugnar la Junta. Sin embargo, al día siguiente, y en frío, han tomado la decisión de apartarse.

En resumen, ayer se acordó que sólo se ejercería la acción social de responsabilidad contra Jaime y Jesús Salazar y no contra todo el Consejo, como propuso uno de los hermanos. Además, se ha sustituido a KMPG por Deloitte como auditor de la compañía. Por último, se decidió modificar el nombre social de la empresa, pasa a llamarse SOS Corporación Alimentaria. En nuestra opinión se ha perdido una oportunidad de incluir la palabra Carbonell en el nuevo nombre corporativo.

Se nombraron además dos nuevos Vicepresidentes el independiente José Miguel Salinas y Javier Merino por Caja Granada.

Finalmente, la Junta autorizó una ampliación de capital por valor de 200 millones de euros para recomponer el equilibrio patrimonial y reducir el endeudamiento. Además, Mariano Pérez Claver, el actual presidente de la compañía, hizo hincapié en la nueva dirección que tomará la gestión de la empresa, volcada en el extranjero, donde lleva a cabo el 70% de sus ventas totales.

El Grupo Hojiblanca facturó 291 millones de euros en 2008, creciendo un 2.7% respecto al año anterior

A pesar del estancamiento de la facturación del aceite, la división de aceituna de mesa, que crece un 28%, arroja resultados positivos en cuanto al crecimiento de la primera cooperativa oleícola española

El Grupo Hojiblanca facturó el pasado año 291,43 millones de euros, un 2,73 por ciento más que en el ejercicio anterior, con lo que se consolida como la sociedad cooperativa líder en facturación.

Con motivo de la asamblea general anual de la sociedad, su director general, Antonio Luque, dio a conocer ayer el balance económico del grupo durante la campaña de 2008, con unos resultados positivos a pesar de la caída de precios vivida en el mercado oleícola.

Según explicó Luque, «aunque el volumen de negocio de la sección aceitera se estancó en 237 millones de euros, la sección de aceituna de mesa sí ha tenido un crecimiento de un 28 por ciento respecto al año anterior gracias a un mayor esfuerzo en la comercialización, llegando así a los 47,99 millones».

La producción del Grupo Hojiblanca sí fue bastante inferior respecto al ejercicio de 2007, concretamente un tercio menos, unas 64. 000 toneladas de aceite, debido a que se trató de un año de cosecha baja.

No obstante, el director general aseguró, en referencia al acuerdo entre cooperativas para la comercialización conjunta, que «si este año se incorporan las 26 cooperativas de Jaén, otras tres de Córdoba y una más de Ciudad Real, que ahora están en fase de pruebas, la producción en 2009 podría llegar a doblarse hasta las 130.000 toneladas».

En este sentido, Luque avanzó que, de sumarse al grupo todas estas nuevas cooperativas, «la facturación de 2009 podría situarse entre 330 y 340 millones de euros».

Sólo uno de cada diez olivicultores de Jaén ha asegurado su cosecha contra el pedrisco

Entramos en la “temporada alta del granizo”, un fenómeno meteorológico que afecta todos los años a las cosechas de aceituna de forma localizada pero sumamente letal. Cien mil olivareros de la provincia se la juegan al todo o nada

Los pronósticos que elabora cada día la Agencia Estatal de Meteorología advertían ayer de la probabilidad de tormentas en la provincia de Jaén, concretamente en las zonas montañosas. No es algo casual; las previsiones de la última semana contemplan sistemáticamente esta posibilidad. Y es que estamos en plena 'temporada alta del pedrisco', un fenómeno climático que arruina todos los años a un buen número de olivareros. En 2008, sin ir más lejos, fue la tercera causa con mayor número de siniestros en el campo jienense (tras la sequía y los fuertes vientos que se llevan por delante la aceituna).

Pues bien, a pesar de tratarse de un peligro más que evidente, a pesar de que provoca cuantiosos daños, a pesar de los pesares... tan sólo 9.000 de los 108.000 olivicultores de Jaén, por citar únicamente a los que tienen derecho a ayuda, disponen de seguro contra el granizo bien gracias a un contrato general (6.302) bien a otro con carácter específico para este tipo de situaciones (2.589). Es decir, se contabilizan la friolera de cerca de 99.000 oleicultores que se juegan la cosecha al todo o nada, y que no les queda otra que encomendarse a la providencia divina para que una mala e inoportuna nube no les deje sin nada.

El grado de aseguramiento ante este tipo de inclemencias tan destructivas para los cultivos sigue siendo realmente bajísimo (8,3 por ciento). Tan sólo 86.474 de las 560.239 hectáreas plantadas de olivos en Jaén están 'protegidas'. Y eso que cada vez se ofertan productos mucho más atractivos y más adecuados a cada circunstancia. Esta campaña, por ejemplo, se ha adelantado el plazo de solicitud de este tipo de pólizas. El período se inició el mes pasado, a fin de cubrir también las contingencias relacionadas con la floración, y no se cerrará hasta el próximo 30 de junio. Es más, a todos los que suscribieron antes del 15 de mayo se les da la posibilidad de ajustar las cifras a las previsiones de recolección en función de cómo haya transcurrido la primavera.

¿Qué tipo de seguros existen en el mercado contra esta clase de incidencias? Encontramos unos de cobertura integral y otros más específicos. Los primeros sirven para todo. Son algo más caros, aunque el principal inconveniente es que los volúmenes de producción se determinan en función de medias históricas, con todos perjuicios que ello puede suponer. Los segundos, sin embargo, son mucho más concretos (contra el pedrisco), también son más económicos y, lo más importante, permiten que el tomador fije el número de kilos que considere más oportuno.

La comarca de La Alcarria abandera el Oleoturismo en Castilla La Mancha

Bajo el impulso de la Denominación de Origen “Aceite de la Alcarria” que proyecta un complejo oleoturístico referencia en la región

La Denominación de Origen «Aceite de la Alcarria» quiere poner en marcha un complejo oleoturístico similar a los que ya funcionan en la Ruta de Les Garrigues (Lleida), en la Sierra de Gata (Cáceres) o en Baeza (Jaén), donde se encuentra uno de los museos del aceite más famosos del país. Cuando entre en funcionamiento será el primero de estas características de Castilla-La Mancha.

Tras el turismo del vino, el oleoturismo se está abriendo también un hueco interesante en nuestro país ya que permite ampliar los conocimientos de un trabajo artesanal de la cosecha de aceitunas y la elaboración del aceite virgen extra al tiempo que se educa el sentido del gusto catando y degustando la rica gastronomía con base al aceite de oliva virgen extra.

El aceite alcarreño quiere ser un reclamo para los visitantes, y para ello, el primer paso es adaptar y acondicionar las almazaras de la Denominación para visitas turísticas. En concreto, podrían formar parte de esta iniciativa la «Cooperativa Alta Alcarria» de Valdeolivas, «Aceites Tinajas, S.L.» de Tinajas y la «Cooperativa Santos Sebastián e Isidro» de Villalba del Rey.

El gerente de la Denominación, César Cóllica, adelantó ayer que esperan que la primera fase sea una realidad en menos de un año, aunque quieren ser prudentes por el actual contexto económico. «Todo ese acondicionamiento de almazaras, como van a ser salas de catas, salas de recepción de visitantes, circuito de visita, sesiones de cata y formación de profesional va a mejorar la imagen de la empresa, desde un punto de vista comercial, no sólo turístico», agregó.

No es el único proyecto en el que trabajan. También tienen previsto crear un vivero de olivar autóctono de la variedad castellana o verdeja que podrá producir entre 5.000 y 10.000 plantas certificadas al año para reposición o nueva plantación.

El objetivo es propiciar la reposición de árboles de esta variedad de olivar al olivicultor que no puede conseguirla en el mercado. Se va a instalar en el municipio de Valdeolivas a través de sistemas modulares que permitirán duplicar rápidamente la producción de plantas certificadas, en el caso de que se quiera aumentar.

La Cooperativa San José, de Lora de Estepa, obtiene el Premio Diputación de Sevilla al mejor aceite de oliva virgen extra de la provincia

El accésit lo obtiene la Cooperativa Agrícola La Roda y el Premio Especial al mejor aceite de las Sierras de Sevilla viaja a la Guadalcanal de la mano de la Cooperativa Andaluza San Sebastián

Por undécimo año consecutivo la Diputación de Sevilla vuelve a premiar la calidad de los mejores aceites de la provincia. El pasado martes el presidente de la entidad supramunicipal, Fernando Rodríguez Villalobos, ha desvelado las almazaras ganadoras tanto de la XI edición Premio Diputación de Sevilla al mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de la Provincia como de la primera edición del Premio Diputación de Sevilla al mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de las Sierras de Sevilla.

En un acto presidido por el titular de la corporación provincial y acompañado por una amplia representación de las almazaras que han participado en esta edición, el secretario de la Diputación ha abierto los sobres que contenían las claves, que bajo secreto también las habían manejado con anterioridad el jurado que hace unos días realizó la cata de los aceites finalistas.

El resultado de esa cata ha sido que el premio al mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de la Provincia ha correspondido por cuarta vez en la historia de este Premio a la Cooperativa Olivarera San José, de Lora de Estepa. El accésit lo ha obtenido la cooperativa Agrícola La Roda, de La Roda de Andalucía.

En cuanto al premio correspondiente a la primera edición del Premio al mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de las Sierras de Sevilla, ha sido para la Cooperativa Andaluza San Sebastián, de Guadalcanal. El accésit ha quedado desierto. Los representantes de las cooperativas ganadoras en ambas modalidades han mostrado gran satisfacción por la obtención de estos premios. Un total de 19 cooperativas han sido las presentadas este año en la XI edición del premio, mientras que han sido 4 las que lo han hecho por parte de las Sierras de Sevilla.

Por su parte, José Alba, que ha presidido en los últimos años el jurado que realiza las catas de los aceites y ha sido, además, director de la Almazara Experimental del CSIC de Sevilla, ha manifestado que los aceites premiados “suministran satisfacción al olfato y al sabor a la vez que mejorarán muchos alimentos al tener una intensidad aromática alta”. Son aceites –ha dicho- que recuerdan a las frutas verdes, a la hierba recién cortada y con notas cítricas. Poseen, además, según ha expresado,

un equilibrio entre el sabor de la aceituna y el amargor y picor, que son positivos. En definitiva, “son un privilegio de aceites para los consumidores”, ha concluido.

El presidente de la Diputación, Rodríguez Villalobos, ha expresado que “hoy hemos vuelto a practicar desde esta entidad y desde la actual presidencia en AEMO, la defensa a ultranza del sector olivarero, el aceite y su consiguiente promoción”. Será en Oleum, el próximo otoño, cuando se haga entrega de los premios.

*El Boletín e-Oliver tiene **2.025** suscriptores*