

MIRANDO AL FUTURO

NEWSLETTER

JULIO 2024 · N 003



Primera visita de Interóleo a la finca de BALAM Agriculture

Interóleo y BALAM Agriculture presentes en el Olive Oil Word Congress en Madrid

Ambas entidades acudieron como patrocinadores del evento y participaron activamente del desarrollo de las jornadas que se desarrollaron en junio en las instalaciones del CSIC.



EL EFECTO 'DOMINÓ'



ESTEBAN MOMBLÁN
Gerente Grupo INTERÓLEO

Lo que ha ocurrido en marzo de 2024 tardaremos tiempo en olvidarlo. A mitad de febrero del 24 la situación de sequía permanente continuaba por tercer año consecutivo. Esto había provocado dos campañas consecutivas en España inferiores a 1 millón de tm, cuando pensábamos que esto ya no volvería ocurrir efecto de las nuevas plantaciones y de la mayor eficiencia en las plantaciones más tradicionales.

Esto había provocado que el precio en los inicios del año tocara máximos históricos superando los 9€/kg para la categoría virgen extra y los 8,50€ para la categoría

Lampante. A pesar de ello los consumos mantenían unos niveles aceptables que hacían creer sobre la posibilidad de que el próximo enlace entre campañas fueron el menor de la historia e incluso se llegó a hablar de desabastecimiento de cara al verano del 24. Se entró por tanto en un efecto dominó de escalada de precios que llegaba a abrir telediaros incluso fuera de España.

Pero a primeros de marzo se iniciaron las primeras lluvias (algo que hasta hace dos años era habitual, no extraordinario) y el sector productor inició un proceso de pánico colectivo que motivó una

avalancha de ventas principalmente en el sector de almazaras particulares conforme las borrascas y las lluvias se iban repitiendo durante el mes de marzo. El efecto dominó fue de tal calibre que llegó a saturar el precio del aceite de oliva bajando la friolera de 1,5€ en escasamente tres semanas (casi un 20% en 15 días). Había días donde la bajada de precios era insostenible para los compradores y provocaba un bloqueo en el mercado diario, así como dificultades financieras y logísticas difíciles de soportar para toda la cadena. El agricultor que en enero hablaba de desabastecimiento y precios por encima de 10€ pasó a pensar que cualquier precio era bueno para liquidar su cosecha, sin ser consciente de que los mercados tienen sus tiempos y ya no digamos la cadena de distribución alimentaria.

El análisis de los datos, la evolución positiva de los consumos mundiales y el buen comportamiento de los consumidores ante la evolución de los precios y sobre todo las disponibilidades mundiales escasas fueron desoídas por aquellos que su único objetivo era liquidar cuanto antes su cosecha ante el pánico de que las lluvias dieran lugar a una cosecha 24/25 históricamente alta y provocara el derrumbe de los precios por debajo de los costes de producción.

Pero no eran conscientes de que el derrumbe de los precios lo estaban provocando ellos mismos, forzando ventas por encima de las necesidades de

ese momento y descontando precio sin necesidad ante el pavor y desconcierto de los compradores que paralizaban sus políticas de compra de materia prima ante lo que estaba ocurriendo, generando más descuento en los precios para aquellos que querían vender a cualquier precio dando lugar a un efecto pernicioso para todos.

Sin duda esta situación debe hacernos reflexionar a todos. ¿Un modelo donde existen un enorme numero de oferentes individuales es sostenible? En los últimos datos AICA en España hay en funcionamiento esta

campana 911 cooperativas y 906 almazaras industriales. Considerando un mínimo de 100 clientes por almazara industrial, significaría que

diariamente en un momento de pánico como el de marzo podría haber más de 9.000 órdenes de venta diarias. A todas luces inasumibles por el mercado. A esto se le suma el cada vez creciente movimiento cooperativo que está permitiendo las ventas individuales de sus socios cooperativistas ante el miedo de perder más socios que llevan su cosecha a la almazara industrial. Sumando de esta manera más oferentes y mayor descoordinación de la oferta y por supuesto yendo en contra del espíritu cooperativo.

Dudoso mensaje hemos lanzado al consumidor, que con la presencia de 150-200 litros, y ante una



hipotética buena campaña dentro de 8 meses, damos por no válidos todos los mensajes y análisis que se argumentaban semanas atrás. Este proceso sin duda minora en parte la credibilidad del sector primario para gestionar sus producciones, amén de constatar la falta de líderes sectoriales para establecer cordura en situaciones como estas. El liderazgo no se solicita, se ejerce.

En un escenario donde las abundantes y deseadas lluvias son para la campaña que tendremos dentro de 8 meses y donde es un hecho que las disponibilidades mundiales son las más cortas de la serie histórica, incluso donde estas son inferiores al consumo esperado (2,65 millones de Tm frente a un consumo mundial esperado de 2,7 millones de Tm según datos COI) se hace difícil de entender porque estrangulamos los mercados con un exceso de

oferta en los momentos más inoportunos. No es una cuestión de precio, es una cuestión de que el sector primario debe gestionar sus cosechas de manera eficiente y no mediante movimientos impulsivos, que sólo llevan a procesos especulativos negativos para el agricultor y para el consumidor.

Es evidente que la meteorología supedita las cosechas dando lugar a periodos de sequías extremas y precios por tanto altos y a periodos de generosas lluvias y por tanto precios bajos incluso por debajo de costes.

Una adecuada gestión de cosechas y excedentes se hace necesaria si queremos alcanzar precios de equilibrio para agricultor y consumidor, pero esto no se consigue con la forma de actuar de las últimas semanas.

Interóleo y BALAM Agriculture presentes en el Olive Oil Word Congress en Madrid

Ambas entidades acudieron como patrocinadores del evento y participaron activamente del desarrollo de las jornadas que se desarrollaron en junio



Foto de familia de BALAM Agriculture e Interóleo en el OOWC.

El pasado mes de junio Interóleo y BALAM Agriculture como patrocinadores de oro de la Olive Oil World Congress participamos conjuntamente en lo que fue un encuentro de profesionales y expertos de diversas áreas del sector oleícola que pusieron de manifiesto las diferentes soluciones, claves y estrategias que tiene el sector de cara al futuro, tanto en términos comerciales, como en avances tecnológicos y científicos.

Esteban Momblán, fue el encargado de presentar uno de los bloques, en concreto el relacionado con

la Digitalización del proceso y la Valorización de los Subproductos.

El aceite de oliva virgen extra que envasa Grupo Interóleo llevó la máxima calidad de la grasa vegetal más sana que se produce en el mundo hasta las mesas del Congreso para disfrute y deleite de todos los expertos y profesionales presentes. Precisamente, la responsable del Departamento de Asesoramiento al Socio, Mariela Valdivia, fue la encargada de explicar, después de la inauguración del Congreso, qué tipo de

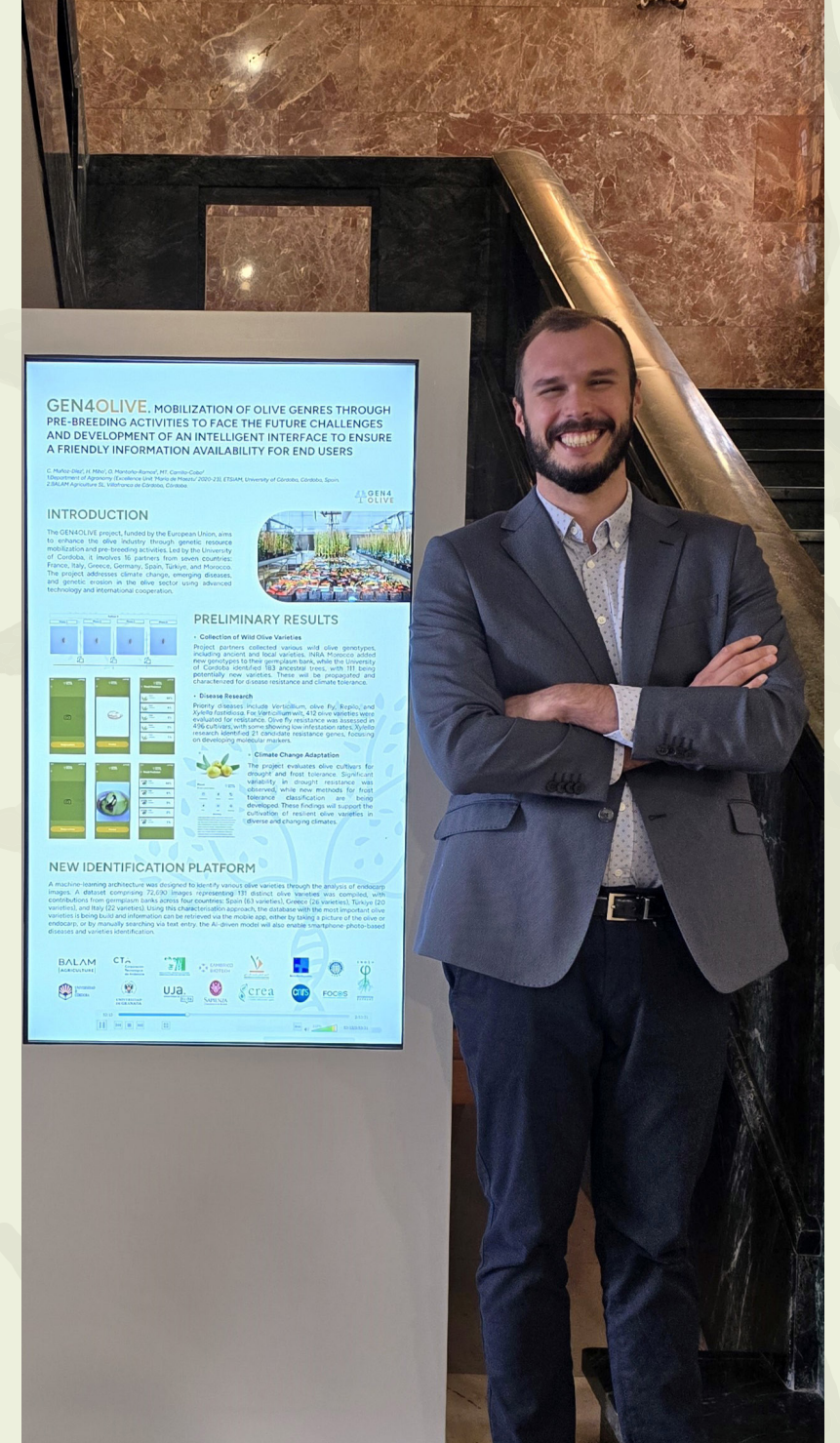


aceite de oliva virgen extra se iban a encontrar los más de 300 asistentes en las mesas.

En la segunda jornada del Olive Oil World Congress, Óscar Montaña Ramos, del departamento de I+D de BALAM Agriculture, tuvo la ocasión de presentar dentro del programa oficial de ponencias el póster sobre el proyecto GEN4OLIVE.

Este póster fue seleccionado como uno de los dos ganadores de los más de 30 presentados en el certamen oficial del congreso, algo de lo que nos sentimos especialmente orgullosos.

Para el departamento de BALAM I+D fue además un honor representar en un foro de este nivel a todo el consorcio de entidades que conforman este gran proyecto que busca ampliar y aplicar los recursos genéticos del olivar, con el objetivo de poder desarrollar nuevas herramientas que permitan al agricultor tener un cultivo productivo, rentable y sostenible. aceite de oliva virgen extra se iban a encontrar los más de 300 asistentes en las mesas.





Jornada de Interóleo y BALAM Agriculture en la finca demostrativa El Valenciano

Desde Jaén se desplazó una representación de Interóleo hasta Carmona, en Sevilla, para conocer de primera mano el trabajo de BALAM Agriculture

Hasta la localidad sevillana de Carmona se desplazó una importante representación de Interóleo para conocer de primera mano todo lo que BALAM Agriculture está haciendo por el sector de olivar. La jornada, celebrada el pasado mes de mayo, se desarrolló en la finca demostrativa El Valenciano.

Esteban Momblán y Mariela Valdivia lideraron la excursión que llegaba enmarcada dentro del acuerdo de colaboración que Interóleo y BALAM tienen desde hace un más de un año y que pretende ofrecer una serie de ventajas a los socios para que sus explotaciones sean cada vez más modernas, rentables y sostenibles. Por parte de BALAM estuvieron presentes el director del departamento

de Crops y pieza fundamental en el acuerdo, Pedro Navarro, así como Teresa Carrillo, directora de I+D, José Luis Vaca, director de Nature y del programa Cultiva Carbono, y Juan Carlos Cañasveras, director de desarrollo de negocio.

La visita arrancó con un recorrido por la finca en el que Cañasveras fue explicando a los asistentes los distintos ensayos y proyectos que se desarrollan de manera conjunta con otras empresas y entidades, como la Universidad de Córdoba o la Complutense de Madrid. Entre otros, pudieron apreciar el ensayo de Orientaciones, que siempre llama mucho la atención y que da luz sobre qué orientación es la mejor, si se puede elegir, para planificar una plantación de olivar.

Una vez en sala del Rural Innovation Hub, Esteban y Pedro Navarro desarrollaron los puntos del acuerdo de colaboración que se firmó hace un año entre las dos empresas.

Cañasveras también hizo una presentación bajo el título 'Introducción al cultivo del olivo en alta densidad. Mitos y realidades'. Se habló de cómo ha ido evolucionando el sector del olivar en las últimas décadas desde el olivar tradicional a los nuevos sistemas de olivar en alta densidad, haciendo hincapié en los costes de transformación y manejo de cada uno de los marcos de plantación. Se resaltó la importancia de la variedad para obtener aceites de calidad y cuáles de ellas son las que mejor se adaptan al olivar en seto.



Otro aspecto que se abordó fue los costes de poda y la problemática del sector para encontrar mano de obra para realizarla, y por ello la importancia del programa de mejora genética de UCO-BALAM que se está centrando en la obtención de nuevas variedades de poco vigor como el caso de Sultana.

Por su parte, Teresa Carrillo presentó 'Innovación y desarrollo de productos BALAM' y explicó los distintos proyectos que BALAM Agriculture está llevando a cabo con 23 socios de 7 países diferentes que abarcan distintas líneas de investigación como son la Mejora Genética, Agrotecnología, Optimización de los Recursos y Sostenibilidad.



BALAM también ayuda en el desarrollo de nuevos productos que ayudan a aumentar el rendimiento graso del fruto como reflejan los más de 30 ensayos realizados en el departamento de I+D en los que se conseguía aumentar en 1,7 puntos el porcentaje de grasa sobre materia fresca.

Por último, Jose Luis Vaca y Mariela presentaron los resultados del Programa Cultiva Carbono Modelo Cooperativa, que se ha estado desarrollando entre las dos cooperativas y socios de Oleocampo. Este proyecto pretende monetizar la acción climática del agricultor y las posibles oportunidades que se les presentan.





interOleo[®]
Group

BALAM
| AGRICULTURE |

**TE AYUDAMOS
A TENER UNA
EXPLOTACIÓN
MÁS RENTABLE
MEDIANTE UNA
GESTIÓN MÁS
EFICIENTE**