

Propuesta de Cooperativas Agro-Agroalimentarias de Andalucía: CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA EN ORIGEN

ÍNDICE

1. Misión y Objetivos del Proyecto
2. Sistema de representación/votación. Órganos
 - 2.1. Consejo de administración/Rector
 - 2.2. Comisión permanente de ventas
3. Sistema de Funcionamiento
4. Sistema de Liquidación
5. Cronograma de Actuación

1. MISIÓN Y OBJETIVOS DEL PROYECTO

La misión del Proyecto es la de **concentrar la mayor cantidad posible de Aceite de Oliva Español** con el fin de regular la oferta y, en particular, regular los enlaces entre campañas. **Para ello es objetivo del grupo concentrar, al menos, un volumen equivalente al 60% de dicho enlace.**

La misión del Proyecto **no es la de sustituir a los Grupos Cooperativos existentes** sino la de **reducir el número de oferentes y aprovechar las estructuras profesionalizadas** para mejorar los márgenes en la comercialización del aceite de oliva.

A pesar de que el Aceite de Oliva envasado por las empresas productoras de aceite de oliva es un porcentaje pequeño del total de aceite envasado en España, existen muchas iniciativas locales e inversiones comprometidas que hacen **muy difícil compatibilizarlas con un proyecto común.**

Por otro lado el aceite de Oliva a Granel cuenta con un mercado mucho más maduro y donde la demanda está mucho más concentrada. Por tanto consideramos que **el Grupo de Concentración debe abarcar la comercialización de la totalidad de los aceites a granel de cada uno de los integrantes.**

Un proyecto común para todos los aceites a granel aporta ventajas:

- Los **contratos incluyen varias categorías** de aceite porque la gran mayoría de los clientes cuando salen a comprar quieren variedad de producto.
- **Elimina suspicacias y conflicto de intereses** al no haber operaciones fuera del grupo.
- Hay un solo vendedor, por lo que conseguimos **eliminar ofertantes**.
- La relevancia del proyecto es mucho mayor por la suma de las bodegas.
- Puede actuar como **proyecto tractor al que se sumen otras empresas** y regiones productoras.
- **Abierto a Almazaras Industriales**

Pendiente de definir la fórmula empresarial a seleccionar (Coop o SL)

2. SISTEMA DE REPRESENTACIÓN/VOTACIÓN. ÓRGANOS

2.1. CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN/RECTOR

Dado que el objetivo del proyecto es la comercialización en común de todo el aceite de Oliva a granel aprovechando las estructuras de comercialización de los integrantes, las decisiones estratégicas del Grupo serán, a priori, muy escasas. En cualquier caso es necesario por Ley el establecimiento de un sistema de asignación de votos.

El Consejo Rector/Administración del Grupo estará formado por un **miembro de cada una de las empresas participantes**. A él corresponderá el **establecimiento de las estrategias y directrices de comercialización** y estará informado puntualmente de los contratos realizados y los informes de situación de mercado.

Se considera necesario, al menos inicialmente, **una frecuencia de reuniones, presenciales o telemáticas, quincenal**.

Las estrategias acordadas por el Consejo serán trasladadas a la Comisión de Ventas para que las ejecute.

El sistema de reparto de los votos entre los miembros será:

1.- Proporcional a la actividad (Volumen de aceite de Oliva) que cada integrante pone a disposición del grupo.

2.- Limitado a que ningún socio ostente más del 50%.

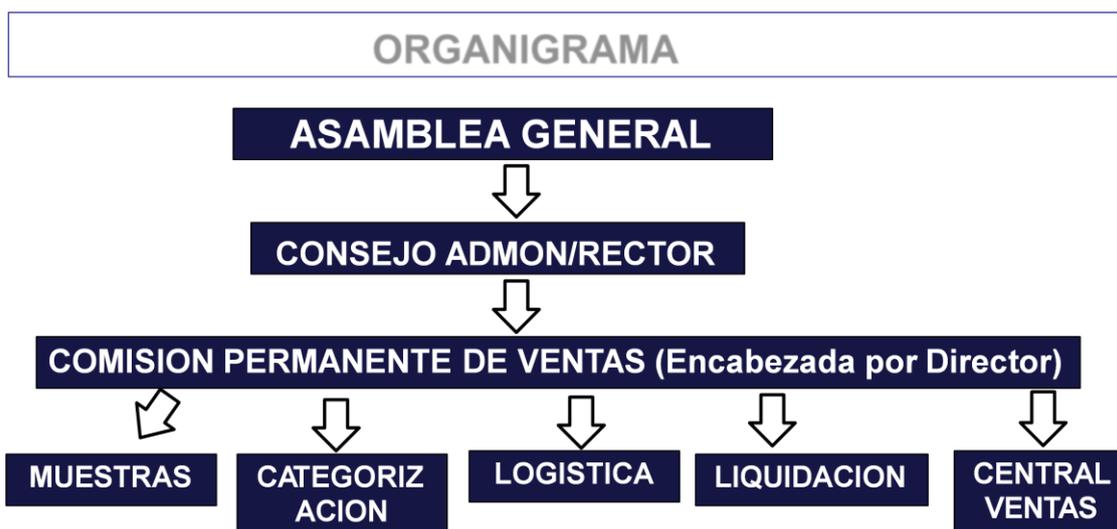
Por ejemplo, en el caso de que el proyecto iniciara con 3 integrantes, toda decisión deberá contar con el visto bueno de 2 de ellos.

El punto de partida para la determinación de los votos de cada integrante del grupo es la Media de Aceite a Granel (Total – Envasado) declarada a la AICA durante las últimos 4 campañas.

Al finalizar cada campaña se actualizará esta representación

2.2. COMISIÓN PERMANENTE DE VENTAS

- Se creará una comisión permanente de venta que estará formada por profesionales de experiencia en grandes cuentas, designados por los participantes en el proyecto.
- Se aprovechará el potencial comercial de cada una de las empresas. Se persigue no incurrir en gastos duplicados respecto de las empresas
- Aunque es posible que no todas las empresas participantes dispongan de un miembro en esta comisión, la comisión deberá **coordinarse** con todas las empresas participantes para **aprovechar toda la fuerza de venta**.
- La comisión de ventas será la encargada de llevar a las prácticas las estrategias y decisiones adoptadas por el Consejo de Administración/Rector.
- Dicha comisión de ventas deberá trabajar buscando el mayor equilibrio posible en la proporción de aceite comercializado de cada bodega.
- La comisión de ventas elaborará **un informe para cada reunión del Consejo** con las actuaciones y operaciones realizadas y con el análisis de la realidad del mercado para facilitar las decisiones del Consejo Rector/Administración.



3. SISTEMA DE FUNCIONAMIENTO

- En la actual situación (sin inversiones) Muy fácil y rápida Entrada y Salida del Grupo.
- La participación en el proyecto supone el compromiso para, al menos una campaña. Las empresas que no deseen continuar la campaña siguiente deberán comunicarlo a más tardar en el mes de Julio año.
- En caso de salida, la liquidación de los aceites de la campaña en curso se realizará con las condiciones establecidas por el grupo. Los aceites de la siguiente campaña los comercializará la empresa saliente de manera autónoma.
- Aunque el proyecto no incorpora el aceite de oliva envasado es vital que, con el fin de aportar confianza y transparencia, todo el aceite producido sea identificado, categorizado y conocido por todos los demás.
- La información correspondiente a la totalidad de los aceites de oliva producidos será suministrada al grupo a través de una plataforma web común donde se volcará tanto la ubicación del aceite como su categoría y boletín analítico.
- Para generar confianza dentro del grupo las muestras enviadas a los laboratorios deben ir sin identificar el origen.
- Por tanto se deberá hacer un gran esfuerzo de coordinación entre los distintos laboratorios, con protocolos comunes de toma de muestras, identificación, métodos de análisis y valoración de resultados. En el caso del panel test esa coordinación es vital.

- En función de los boletines analíticos aportados a la plataforma se determinará el IGC para cada depósito.
- En el anexo 1 se regula el procedimiento de toma de muestras
- El grupo comercializará el aceite de oliva en función de las calidades y categorías facilitadas por cada almazara. El método propuesto es el ÍNDICE GLOBAL DE CALIDAD porque proporciona una escala continua de calidad y viene definido por parámetros físico-químicos y la cata.
- Para los aceites a comercializar por el grupo, **el IGC calculado inicialmente será el que se use para la liquidación del depósito.**
- No obstante, **será obligatorio que cada bodega lleve a cabo un mantenimiento de los depósitos** a comercializar por el grupo según un procedimiento común para todas las empresas participantes.
- En el anexo 2 se detalla el procedimiento de clasificación de depósitos por IGC, estratificando tanto en función de la calidad como de los distintos estratos que reconoce el mercado.
- Se establece la **obligación** por parte de todos los integrantes de la comercialización de **todo el aceite a granel** a excepción de los turbios, borras y otros aceites de inferior categoría que serán comercializados por cada integrante pero facturados por el Grupo. Estos aceites no entrarán dentro del IGC y se liquidarán a cada empresa participante según el precio que haya acordado con el comprador.

4. SISTEMA DE LIQUIDACIÓN

- En lo que respecta al flujo de caja, el dinero cobrado se distribuirá semanal ó quincenalmente.
- El dinero se repartirá proporcionalmente al volumen de aceite que aporta al proyecto según se vaya cobrando. Al final de campaña se realizará una **liquidación final a precios medios** de cada categoría e Índice Global de Calidad según se haya vendido.
- El sistema de liquidación **garantiza un precio igual para una calidad igual**, independientemente del momento de venta del aceite.
- La liquidación a cada depósito se hará para el aceite realmente vendido.
- Los aceites sobrantes de las operaciones de carga podrán conformar un nuevo lote que deberá ser analizado y categorizado con su nuevo IGC.
- Cada depósito será categorizado y remunerado según su IGC para todos los miembros por igual, al margen del momento de venta.

- Así pues, para cada categoría concreta con su IGC se liquidará según el precio medio de venta.
- El Grupo podrá actuar, en caso de ser aprobado, como Central de Ventas, comercializando el aceite de oliva a demanda de la almazara industrial.
- Ese aceite no entrará dentro del sistema general de liquidación por IGC. La liquidación de este aceite se realizará al precio aceptado por la bodega interesada descontando el importe de los gastos de gestión de la comercialización.
- En caso de acordarse, el grupo podrá decidir la adquisición de dicho aceite para su comercialización posterior.
- La liquidación o pago final a cada integrante vendrá determinado por la diferencia algebraica entre los ingresos generados por la venta del aceite frente a los gastos generados por la gestión hasta su venta (toma de muestras, analíticas, gestión comercial y logística, gastos de administración y gastos operativos).
- En ningún caso los gastos superarán los que actualmente están soportando las cooperativas integradas en grupos de comercialización.

- El gasto máximo por Tonelada para la gestión de la Comercialización será de 30 €

5. CRONOGRAMA DE ACTUACIÓN

- 2 de Junio de 2020. Presentación del proyecto en Cooperativas Agroalimentarias de Jaén
- 12 de Junio de 2020. Presentación del proyecto en el Consejo Sectorial de Aceite de Oliva de Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía y de España.
- 25 de Junio de 2020. Reunión con las empresas interesadas en el proyecto.
- Durante el mes de Julio. Constitución de la empresa de manera que el 1 de Octubre esté operando en el mercado a pleno funcionamiento.