

IV EDICIÓN PREMIOS IMPLICACIÓN SOCIAL - FORO DE LOS CONSEJOS SOCIALES DE LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE ANDALUCÍA

Candidatura presentada por: INTEROLEO PICUAL JAÉN, S.A.

Entidad que la propone: CONSEJO SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE JAÉN

Modalidad: GRAN EMPRESA

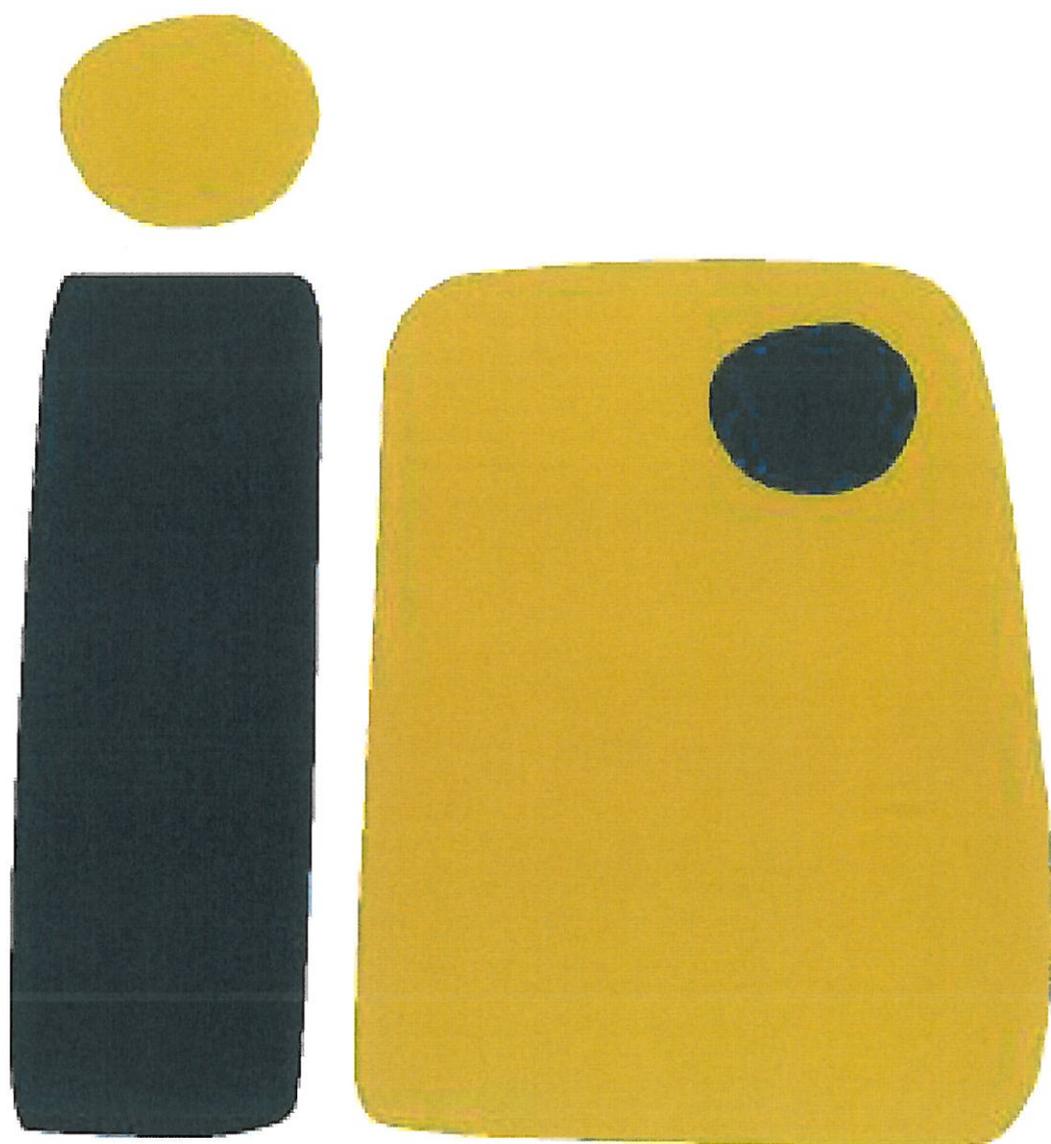
Proyecto publicado en:

- Plataforma específica para la IV Edición del Consejo Social de la Universidad de Málaga
- Página web del Consejo Social de la Universidad de Jaén



Manuel Anguita Peragón

Secretario del Consejo Social de la Universidad de Jaén



interóleo

P I C U A L J A É N

DOSSIER INTEROLEO PICUAL JAEN, S.A.



Interoleo Picual Jaén, nace en 2009 como una opción diferente de las existentes hasta la fecha, amparada bajo la colaboración y participación de la Universidad de Jaén, en dicho proyecto, y bajo los principios recogidos en sus estudios sobre centrales de ventas y centrales de compras. La figura mercantil por la que se rige Interoleo es la de sociedad anónima, siendo esta estructura una opción que permite la libertad de entrada de socios con personalidades jurídicas diferentes a las de una cooperativa. En este sentido, la sociedad consigue una diferenciación clave al aunar en un mismo ente estructuras cooperativistas e industriales, permitiendo por tanto una mayor agilidad en la toma de decisiones. De hecho, es la primera vez que un grupo de cooperativas y almazaras industriales se concentran bajo la forma jurídica de una sociedad anónima.

El objetivo social de la entidad abarca diversos aspectos;

- a) Organización y gestión de la totalidad de los aceites a graneles producidos o comercializados por sus socios
- b) Organización y gestión de *input* necesarios para la llevanza de las fábricas y explotaciones olivareras
- c) La promoción nacional e internacional de los aceites de oliva producidos por los socios
- d) Investigación, ensayos y estudios sobre el cultivo del olivar. En una apuesta constante y firme por la calidad, con el firme propósito de mejorar precio y características de los aceites producidos por los socios
- e) La gestión administrativa de explotación olivarera de los socios, en los órdenes, administrativa, laboral, social, jurídico-privada y de seguros. En definitiva, otorgar servicio a nuestros socios.
- f) La participación en consorcios, federaciones, asociaciones, agrupaciones, sociedades mercantiles con objeto idéntico o análogo.

Actualmente Interoleo está integrado por 19 socios, de los cuales 16 son productores y 3 son institucionales. De los socios productores la empresa cuenta con 13 cooperativas y 3 almazaras industriales, que comercializan de forma conjunta la totalidad de sus graneles, aglutinando un volumen de 50 mil toneladas de aceite y una facturación de 80 millones de euros anuales. Entre los 16 socios productores reunimos a más de 15.000 agricultores de la provincia que comprende términos municipales de toda la zona, Torredelcampo, Torredonjimeno, Alcala Real, Noguerones, Cambil, Jimena, Bedmar, Baeza, Úbeda, Torreperogil, Mogón, Villargordo y Pozo Alcón. En una sola campaña estos agricultores aportan más de 200 millones de kilos de aceituna.

Es la primera vez que un grupo de cooperativas se unen con almazaras industriales en un entramado empresarial de estas características; en el corto



periodo de vida la empresa ha negociado 120 millones de kilos de aceite ascendiendo la facturación a 200 millones de euros.

Las cifras de la sociedad pueden llevar a pensamientos de estructuras administrativas desorbitadas, pero la empresa tiene presente la profesionalidad, imprescindible y necesaria en el sector oleícola. La plantilla de Interoleo está constituida por tres trabajadoras, licenciadas y con estudios de postgrado, menores de 40 años y con experiencia en el sector. Con este equipo humano la empresa se nutre de profesionalidad, dinamismo, iniciativa y experiencia. Además, en todo el grupo los profesionales ascienden al número de 100 trabajadores durante todo el año, aumentando esta cifra en época de campaña.

El grupo Interoleo profundiza en una filosofía básica y primordial, aumentar la competitividad del sector oleícola, y en definitiva, de sus socios. Convirtiéndose en el departamento comercial de todos y cada uno de ellos, pero dejándoles plena autonomía en la gestión de sus fábricas y en la elaboración de su producto, actuando el grupo en los puntos más débiles o menos profesionalizados de los socios.

De todos es sabida la incipiente comercialización pasiva frente a la comercialización activa que durante años acompaña a dicho sector, siendo esta última la que otorgará una implicación más efectiva de los productores en las actividades de comercialización y por tanto una mayor orientación al mercado.

La orientación al mercado es uno de los pilares fundamentales de Interoleo, llevando a cabo una integración hacia destino –CENTRAL DE VENTAS- y hacia el origen – CENTRAL DE COMPRAS-, con el objetivo final de aumentar el poder de negociación en el mercado y conseguir una mayor participación en el mismo. Interoleo permite el aprovechamiento de economías de escala al poder desarrollar actividades y funciones de mayor envergadura de forma conjunta, mejora la coordinación de los socios dejando estos de ser competidores para aunar esfuerzos, se mejora el poder de negociación hacia el destino y hacia el origen y permite el desarrollo de nuevos productos al estar los socios centrados en lo que son profesionales, producir.

La forma de actuar de la central de ventas de Interoleo es bajo el modelo de Gestión Única de su bodega. Esta Gestión Única de las ventas es la base universal de la empresa. Este concepto resume el espíritu de la central de ventas y es aceptado por todos los Socios, independientemente de si sus aceites se comercializan por Bodega Única o por Venta Individualizada, distinción que dependerá de la condición de socio, del tipo de aceite y de los acuerdos llegados por Interoleo.

Se le denomina Bodega Única al conjunto de aceite aportado por los socios para la creación de una bolsa de aceite común, la cual se comercializa de



forma unitaria y en función de los criterios comerciales establecidos por los socios que componen dicha Bodega Única.

Todos los socios Almazaras Cooperativas están obligados a aportar la totalidad de los aceites producidos para su venta a granel, a través de la Bodega Única.

Como excepción a esta regla están los siguientes aceites:

- .- los destinados al envasado propio
- .- los DOP
- .- los IGP
- .- los aceites extra-tempranos
- .- otras variedades distintas del Picual
- .- los aceites de segunda centrifugación
- .- los turbios

Estos aceites no entran dentro de la consideración de Bodega Única, por lo que su venta recibirá un tratamiento diferente de aquella. No obstante, la comercialización de los mismos está sujeta a la obligatoriedad de comercializarlos a través de Interoleo, pero fuera de dicha Bodega Única y en la modalidad de Venta Individualizada.

En cuanto a la modalidad de Venta Individualizada y como alternativa a la Bodega Única, se crea esta modalidad de venta, con el objetivo de dar cabida a aquellos socios que no puedan acogerse a la Bodega Única por sus particulares necesidades de venta.

En esta modalidad podrán entrar los Socios Almazaras Particulares que así lo deseen y los Socios Almazaras Cooperativas por los aceites que no se puedan vender en la modalidad de Bodega Única.

Se trata de una venta a demanda del socio donde se fijan unos plazos y condiciones para su ejecución.

Una vez que el aceite entra en los depósitos, Interoleo comienza su trabajo de muestreo de las bodegas, analizando todos los aceites en el laboratorio socio del grupo para conocer al detalle la mercancía que pone a la venta y poder obtener el mejor precio para cada categoría de aceite.

En mejora de la competitividad y para una mayor orientación al mercado, Interoleo puso en marcha una central de compras, cuyo objeto es la gestión de la compraventa, importación y exportación de todo tipo de artículos relacionados con la actividad de los socios y la sociedad.



Interoleo ejerce como central de compras basando su estrategia comercial en el aprovechamiento del mercado y la racionalización del gasto. Estando formada por asociados adheridos teniendo como dedicación actividades relacionadas con el sector del aceite de oliva.

La central de compras lleva la siguiente política de compras;

- a) La gestión de las compras de género las realizará tanto en el mercado nacional como en el mercado extranjero.
- b) Trabajar preferentemente las marcas ya existentes en el mercado.
- c) Evitar en la medida de lo posible tener stock de reposición siendo un objetivo básico eliminar este tipo de cargas.
- d) Convocar las jornadas de compras precisas para facilitar las compras a sus asociados en momentos puntuales.
- e) Entregar a sus asociados un dossier con las ofertas de temporada y condiciones de los proveedores.
- f) Poner en conocimiento de sus asociados las ofertas concretas a medida que vayan surgiendo durante el año.

Desde Interoleo se apuesta en todo momento por la disciplina, en este sentido, la central de compras tiene estipulado un funcionamiento respecto a los proveedores;

- a) Vela por el mantenimiento de las buenas relaciones comerciales con los proveedores.
- b) Defender los intereses de sus asociados respecto a las desavenencias que algún proveedor pueda mantener con los mismos.
- c) Obligación de informar a todos sus asociados en relación a cualquier política comercial contraria a la sociedad o algún asociado llevada a cabo por algún proveedor.
- d) Solicitar a los proveedores el envío de información que consideren necesarias para mejorar las relaciones comerciales, tomando las medidas pertinentes para obtenerlo.
- e) Velar para que los proveedores no modifiquen las condiciones de venta ni la comisión en función de sus ventas.



- f) Impedir que ningún proveedor ofrezca mejores condiciones a un asociado que a la Central, sin previo conocimiento de ésta.

Son muchos los esfuerzos que se han hecho en cuanto a la central de compras, pero podremos detallar que Interoleo ha conseguido cerrar acuerdos en numerosos aspectos intentando y apostando por la mejora de nuestros socios, acuerdos en materias como: biomasa, cartonaje, envases y embalajes, ingeniería, inspección, maquinaria, prevención, seguros y suministros –material de oficina, desengrasantes, ferretería, cribas, martillos, EPIs...etc.-

A pesar de nuestros pocos años de bagaje empresarial, la empresa apuesta por el futuro y el crecimiento, siempre en mejora de nuestros socios y pensando en una mayor competitividad dentro del sector oleícola. Se apuesta por el desarrollo de nuevos productos desencadenantes de los residuos y de los subproductos del olivar. Interoleo ha cerrado un acuerdo para todos sus socios en cuanto a la venta de hueso con una empresa internacional, y está sentando las bases y los medios para aprovechar al máximo dichos subproductos.

En una segunda fase se tiene previsto comenzar con el envasado empleando los medios de los que disponemos entre los socios para compartir los recursos y no tener que entrar en desarrollos empresariales que puedan suponer un riesgo elevado. La calidad siempre está presente en el grupo.

En definitiva, desde Interoleo se propone una opción diferente de concentración para que los productores puedan elegir el modelo que mejor se adapte a sus necesidades, estando en todo momento orientados al mercado.

Además del trabajo diario de comercialización, Interóleo apuesta por la innovación y la calidad de su trabajo. Por eso ha iniciado un proyecto de estudio de la evolución y comportamiento de los parámetros químicos más novedosos en el aceite, de manera conjunta con el laboratorio parte del grupo y la Universidad de Jaén.

En resumen, se trata de una opción profesional, innovadora desde el liderazgo y valores que aportan las personas como principal recurso. Una opción ligada en sus conceptos al mercado, la competitividad, el cambio en los procesos productivos, la calidad como estrategia... Y en el nuevo papel del directivo.