

XXIII JORNADA MALAGUEÑA DE APICULTURA

Antequera, 12 de febrero de 2023

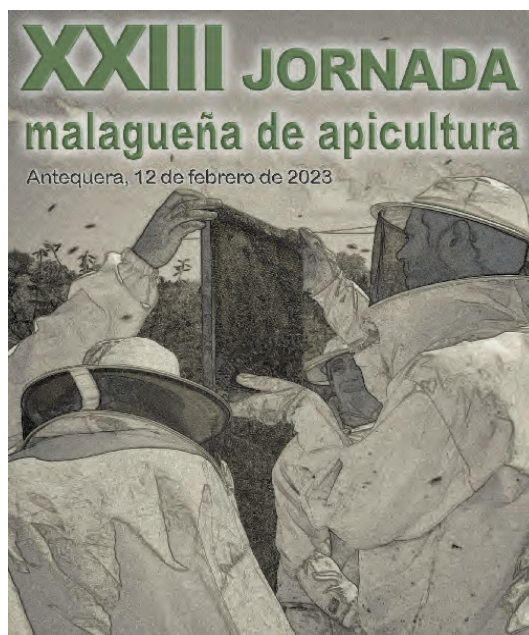


asociación **MALAGUEÑA** de apicultores
www.mieldemalaga.com

ANTONIO GUZMAN DE LA ROZA

Departamento Comercial

DCOOP

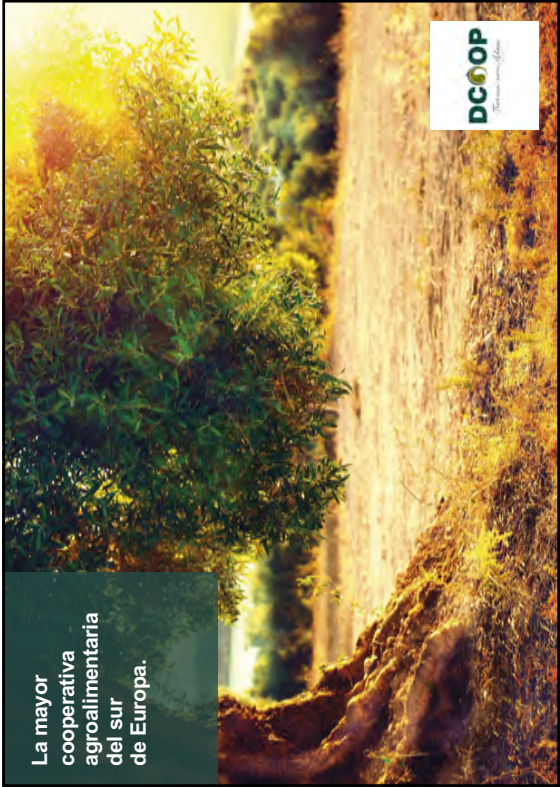


COMERCIALIZACIÓN DE LA MIEL

La mayor
cooperativa
agroalimentaria
del sur
de Europa.

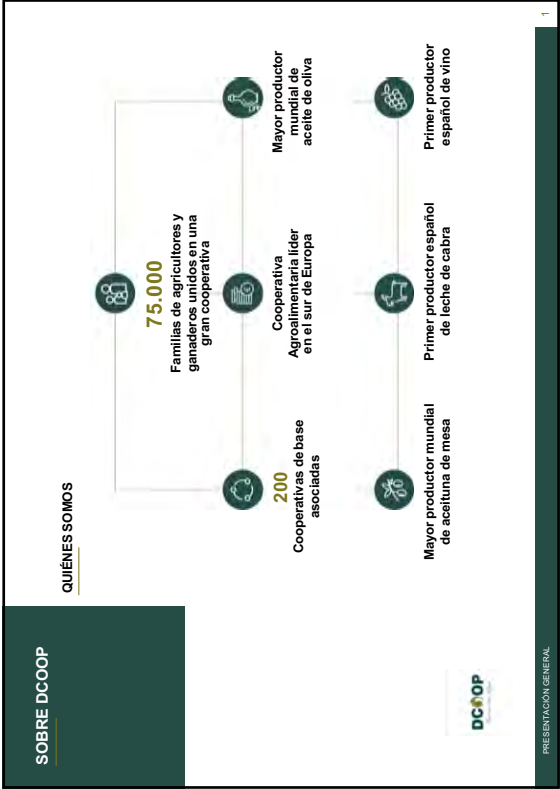
DCOOP
Desarrollo - Cooperación - Oportunidad

La mayor cooperativa agroalimentaria del sur de Europa.



SOBRE DCOOP

QUIÉNES SOMOS



75.000 Familias de agricultores y ganaderos unidos en una gran cooperativa

200 Cooperativas de base asociadas

Cooperativa Agroalimentaria líder en el sur de Europa

Mayor productor mundial de aceite de oliva

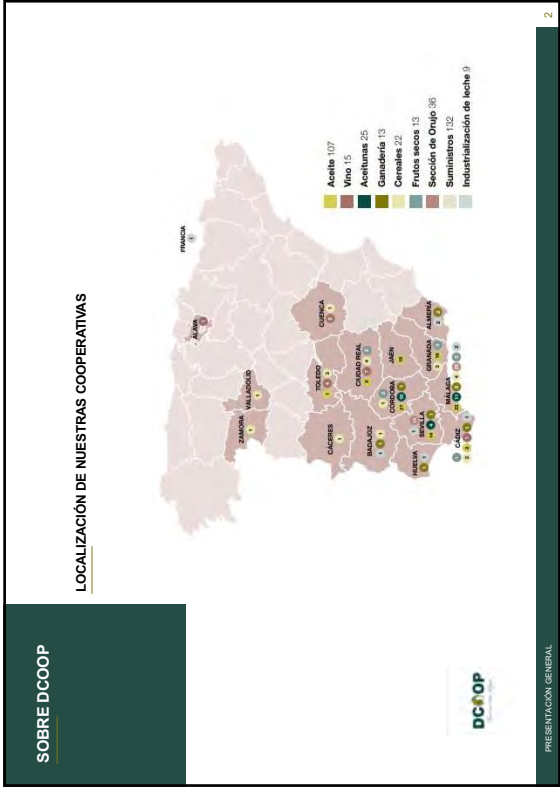
Mayor productor mundial de aceituna de mesa

Primer productor español de leche de cabra

Primer productor español de vino

SOBRE DCOOP

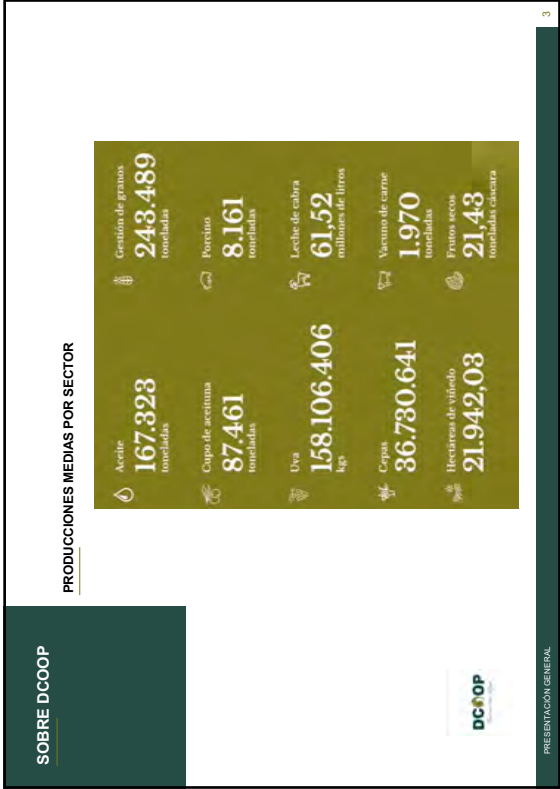
LOCALIZACIÓN DE NUESTRAS COOPERATIVAS



Acitille 107
Vino 15
Aceitunas 25
Ganadería 13
Cereales 22
Frutos secos 13
Sección de Orujo 38
Suministros 132
Industrialización de leche 9

SOBRE DCOOP

PRODUCCIONES MEDIAS POR SECTOR



Acitille 167.323 toneladas

Capo de aceituna 87.461 toneladas

Uva 158.106.406 kg

Cepas 36.730.641

Hectáreas de viñedo 21.942,03

Gestión de granos 243.489 toneladas

Porcinos 8.161 toneladas

Leche de cabra 61.52 millones de litros

Vacuno de carne 1.970 toneladas

Frutos secos 21,43 toneladas cáscara

SOBRE DCOOP

HITOS

A horizontal timeline with a central line and arrows at both ends, marked with years from 2001 to 2018. Each year is associated with one or more key events in the organization's history.

- 2001**
 - Porcupián se consolida como marca líder en aceite vegetal extra en Galicia.
 - Nueva división de palta/oliva en triles unicos.
 - Se comienza trabajando en la gestión de subproductos del olivo.
- 2010**
 - Puesta en marcha de la palta/oliva de almendra.
 - Nueva botella de almacenamiento de aceite en Aneirosa.
 - Comienzan a operar las líneas de industrialización de leche de cabra.
- 2011**
 - Reapertura del nuevo laboratorio de aceite y palta en marcha de la marca de aceite de oliva Herminoso.
- 2017**
 - Anunciación al 50% del aumento de participación en Porcupián, líder nacional en Estados Unidos.
 - Fusión con la Ojreja Interprovincial de Puente de Piedra.
 - Creación de las secciones de triles unicos, industrialización de leche y trigo tras la fusión con la Ojreja.
 - Venta de la empresa de salmón Agrosalmonia Mutua.
 - Integración de nuevos socios internacionales: la marca Apal (leche de cabra) y la marca de aceite de oliva en Córdoba, Chile y Portugal (almendra de mesa, triles unicos y aceite).
- 2018**
 - El Ministerio de Agricultura reconoce a DCOOP como Entidad Asociativa Privada.
 - DCOOP recoge el Premio a la Mejor Cooperativa que otorga Cooperativas Agrarias de los Euzkides.
 - Se crea el primer consejo de calidad La Hija Jaimina Unión de Consumidores de Labastida (Vizcaya).

PRESENTACIÓN GENERAL

85

ESQUEMA DE ACTIVIDAD

- En Dcoop facilitamos a nuestros agricultores y ganaderos todo lo necesario para el desarrollo de su actividad en el campo.
- Estos entregan la materia prima a las cooperativas de primer grado, donde se transforman en productos agroalimentarios de más valor.
- Dcoop, como cooperativa de segundo grado, gestiona la comercialización de estos productos en los mercados, añadiendo más valor que reverte en las 75.000 familias de agricultores y ganaderos.

MISIÓN Y VISIÓN DCOOP

Nuestra ambición es llegar a ser una empresa agroalimentaria líder mundial

- Trabajamos para generar riqueza y empleo en el campo, favoreciendo un intercambio comercial de la producción agraria y ganadera sostenible, innovadora, justa y de calidad en todo el mundo. - MISIÓN
- Ser la respuesta que necesita el campo -agricultores y ganaderos- y los consumidores a los desafíos que plantean el mercado global, el cambio climático y los nuevos estilos de vida. - VISIÓN

“

En Dcoop trabajamos para generar riqueza y empleo en el campo, favoreciendo un intercambio comercial de la producción agraria y ganadera sostenible...

PRESENTACIÓN GENERAL 9

11

PRESENTACION GENERAL

DCOP

COOPERATIVA DE CREDITO Y OPORTUNIDAD

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

DCOP EN CIFRAS

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS EN 2021

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

FACTURACION

PRINCIPALES INDICADORES ECONOMICOS

Año	Facturación
2020	926
2021	1,021
2022	1,021
2023	926
2024	1,021
2025	926
2026	1,021
2027	926
2028	1,021
2029	926
2030	1,021
2031	926
2032	1,021
2033	926
2034	1,021
2035	926
2036	1,021
2037	926
2038	1,021
2039	926
2040	1,021
2041	926
2042	1,021
2043	926
2044	1,021
2045	926
2046	1,021
2047	926
2048	1,021
2049	926
2050	1,021
2051	926
2052	1,021
2053	926
2054	1,021
2055	926
2056	1,021
2057	926
2058	1,021
2059	926
2060	1,021
2061	926
2062	1,021
2063	926
2064	1,021
2065	926
2066	1,021
2067	926
2068	1,021
2069	926
2070	1,021
2071	926
2072	1,021
2073	926
2074	1,021
2075	926
2076	1,021
2077	926
2078	1,021
2079	

NUESTRAS SECCIONES



NUESTRA PROPUESTA DE VALOR



CONFIANZA



INFORMACIÓN DE MERCADO



COMPETITIVIDAD

Máximo control de calidad, empezando en el campo.
Trazabilidad completa desde el campo hasta la botella.
Máximos estándares de seguridad alimentaria.

La más avanzada tecnología en instalaciones industriales.
Plantas de envasado eficientes y personal especializado.

Tomas de posición a largo y corto plazo en el mundo.
Nos permite recomendar coberturas..

PRESENTACIÓN GENERAL

12

13

NUESTRAS SECCIONES



CAPACIDADES INDUSTRIALES

2 Envasadoras

Málaga

1 Refinería

Córdoba

2 Bodegas cubiertas

Antequera - Málaga

(80.000 tm)

2 Bodegas de Aceite

Jáen y Granada

BÚSQUEDA DE LA EXCELENCIA

LABORATORIO

más de 3.500 m2 y equipado con la última tecnología.

Acreditado por ENAC.

CERTIFICACIONES DE CALIDAD



PRESENTACIÓN GENERAL

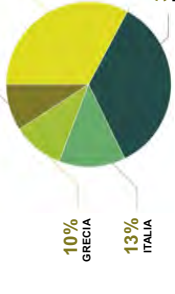
14

15

NUESTRAS SECCIONES



% PRODUCCIÓN MEDIA MUNDIAL DE ACEITE DE OLIVA



Productores Españoles (Media últimos 4 años)

Más de 1.700 almazaras

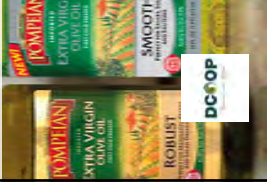
	TOTAL ALMAZARAS	PRODUCCIÓN (TONELADAS)	% PROD. DCOOP PROD. TOTAL ESPAÑA
DCOOP SCA	112	225.000	18,08%
Jiencoop SCA	28	80.000	6,69%
Intercoop Picual SA	23	50.000	3,89%
TOTAL GRUPOS	219	327.000	0,323
Resto Almazaras Coops.	733	478.000	40%
TOTAL Almazaras Coops.	952	805.000	67,00%
Resto Almazaras No Coops.	808	390.000	33,00%
TOTAL ALMAZARAS	1.760	1.495.000	100,00%

PRESENTACIÓN GENERAL

13

14

NUESTRAS SECCIONES



Un grupo líder: primer productor mundial de aceite de oliva y líder en el mercado americano



4 plantas de envasado (2 plantas en EEUU)

Bodega de 250.000 mt (8.000 mt en Baltimore)

Map of the USA with location pins in California, Texas, and Florida.



PRESENTACIÓN GENERAL

15

16

4

ACEITUNAS

NUESTRAS SECCIONES

CAPACIDADES INDUSTRIALES

PRIMER PRODUCTOR MUNDIAL

1

Plantas de envasado
Córdoba

1

Plantas de envasado
Sevilla

1

Plantas de aderezos
Málaga

BÚSQUEDA DE LA EXCELENCIA

LABORATORIO CERTIFICADO
con la más moderna tecnología
3.000 MUESTRAS ANALIZADAS
cada año

17






ACEITUNAS




Primer productor mundial de aceitunas
y líder en el mercado americano de aceituna de mesa



PRESENTACIÓN GENERAL

18

NUESTRAS SECCIONES

PRIMERA BODEGA COOPERATIVA ESPAÑOLA

1 Planta de envasado
Ciudad Real

1 Concentrador de mosto
Ciudad Real

CAPACIDADES INDUSTRIALES

Ciudad Real
Planta de Envasado y
Planta de Concentración de Mosto
Adejar de San Juan (Ciudad Real)

VINO

6 DENOMINACIONES DE ORIGEN
La Mancha, Rioja, Manchuela,
Valdepeñas, Ribera del Júcar, Jerez

1 INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA:
Tierra de Castilla

VARIETADES
Tempranillo, Gamacha, Syrah,
Merlot, Cabernet Sauvignon, Airén,
Macabeo, Moscatel, Verdejo

PERFILES DE VINO
Joven, Roble, Crianza, Reserva,
Gran Reserva

Logos: D.O.P. (Denominación de Origen Protegida), A.O.P. (Indicación Geográfica Protegida), and various wine labels including 'La Mancha', 'Rioja', 'Manchuela', 'Valdepeñas', 'Ribera del Júcar', and 'Jerez'.

PRESENTACIÓN GENERAL

18

19

NUESTRAS SECCIONES



GANADERÍA



Ejes de actividad

- La comercialización de todos los ganados que producen sus socios.
- La adquisición de insumos ganaderos y productos zootécnicos en común para ofrecérselo a los ganaderos al mejor costo posible.
- La adquisición de materia prima en común para las fábricas de piensos de sus socios: 220.000 toneladas anuales.



8.161 tm
Porcino blanco
en vivo

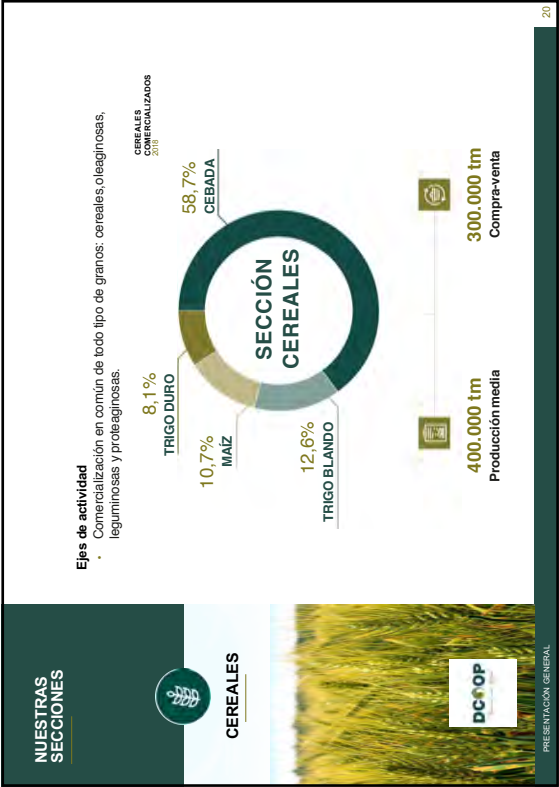


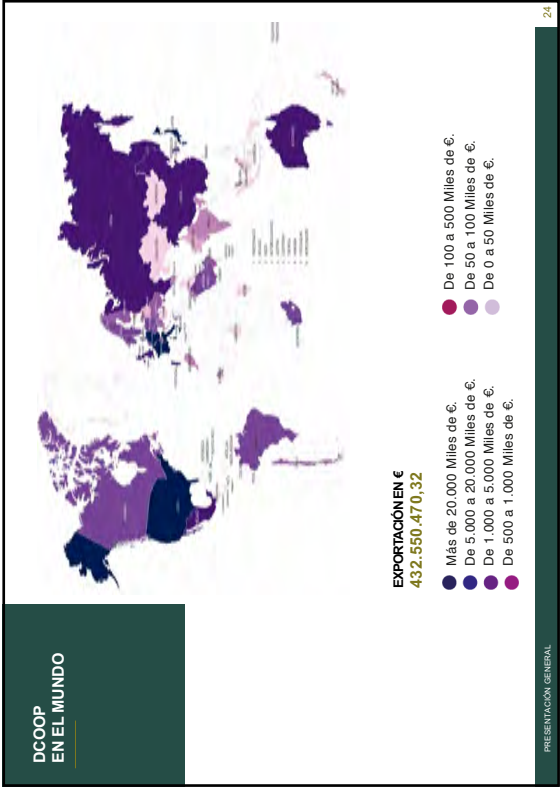
1.970 tm
Vacuno
de carne



61,5 ML
Leche
de Cabra

20



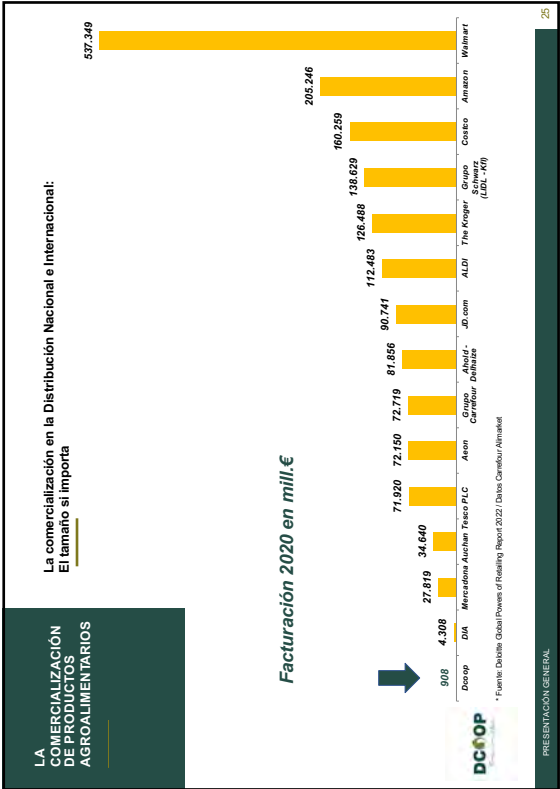


LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS TRANSFORMADOS

La comercialización de productos agroalimentarios transformados

- ¿Es una necesidad?
 - Búsqueda de un mayor valor añadido.
 - Dar salida a producciones crecientes.
 - No depender de un puñado de compradores.
 - Reconocimiento del trabajo de agricultores y ganaderos
- El plan de negocio.
 - Coste de puesta en marcha de un proyecto de transformación (terrenos, obra civil de instalaciones, maquinaria, exigencias sanitarias, certificaciones de calidad...).
 - Coste de desarrollo del producto.
 - Coste de producción (personal, insumos, materia prima...).
 - Costes Financieros.
 - Coste de comercialización.
 - Previsiones de ingresos reales.

26



LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS TRANSFORMADOS

La comercialización de productos agroalimentarios transformados: La importancia del precio del producto

- El punto de equilibrio de mercado: la ley de la Oferta y la Demanda:

- Situación económica adversa:
 - Inflación disparada.
 - Caída del consumo.
 - Guerra de precios.
 - Necesidad de productos económicos.
- La clave: reducción de costos de producción / comercialización.

27

LA
COMERCIALIZACIÓN
DE PRODUCTOS
AGROALIMENTARIOS
TRANSFORMADOS

Las Denominaciones de Origen como apoyo a la comercialización.

- Identificativo de Calidad
- Identifican productos originario de un territorio con características distintivas propias: organolépticas, origen de la materia prima, procesos de elaboración específicos...
- Su calidad está ligada al ámbito geográfico donde se produce.
- Garantía adicional por el doble control: legal del producto y específico del Consejo Regulador.
- Concepto eminentemente europeo.



PRESENTACIÓN GENERAL28

LA
COMERCIALIZACIÓN
DE PRODUCTOS
AGROALIMENTARIOS
TRANSFORMADOS

Las Denominaciones de Origen: Dónde vender.

- Atomización de la oferta: 7 DOP's de Miel – 29 de Aceite de Oliva
- Conocimiento del producto: autoconsumo.
- Clientes con cierta cercanía al territorio
- Clientes que estén dispuestos a pagar la calidad. No todas las DO's se perciben igual.
- Clientes que perciban en el proyecto de DOP valores más allá del precio: un compromiso con el desarrollo sostenible del medio rural, compra al origen, precios justos al productor, tradición....
- Empresas integrantes de la DOP.
- Distribución moderna: Cadenas provinciales o nacionales con políticas de apoyo a los productos locales.
- Distribución tradicional, tiendas especializadas y hostelería provincial.
- Venta On-Line: tienda propia / marketplaces.



PRESENTACIÓN GENERAL29

DCOOP
EN EL FUTURO

La cooperativa agroalimentaria líder del sur de Europa, capaz de ofrecer a los consumidores de todo el mundo lo que producen sosteniblemente en su entorno 75.000 familias de agricultores y ganaderos, mejorando así la calidad de vida de los consumidores y de sus asociados.



PRESENTACIÓN GENERAL30



PRESENTACIÓN GENERAL32

