Estrategia Empresarial Cooperativa

Antonio Luque Luque

Congreso de FAECA

Granada, 2 de octubre de 2013

Introducción

- Las cooperativas son empresas y su misión es conseguir la mayor rentabilidad para sus socios a través de la mejor comercialización posible de sus producciones y el abaratamiento de costes.
- En el contexto actual, más que nunca, debemos pasar de la orientación a la producción a la orientación al mercado .
- El entorno nos empuja, con la concentración en la industria y la distribución; las cooperativas europeas ya han realizado ese paso.
- No sólo hay que decirlo, sino hacerlo

Estrategia que seguir

- Las cooperativas han de ser empresas sólidas, viables, consolidades, capitalizadas…capaces de afrontar los retos de la economía actual.
- Intentar conseguir el máximo valor añadido posible; eso no significa empezar desde cero, sino que se pueden aprovechar trabajos ya hechos.
- No crear estructuras nuevas, usar las existentes y potenciar las sinergias.
- Tener una línea estratégica clara y una estructura profesionalizada
- Siempre, deberse a sus socios. La cooperativa no es un fin, sino una herramienta.

De COOPerativa

Estrategia de Dcoop

- Dcoop es fruto de la unión de nueve cooperativas (ocho de Hojiblanca más Tierras Altas) y la incorporación de varias entidades individualmente.

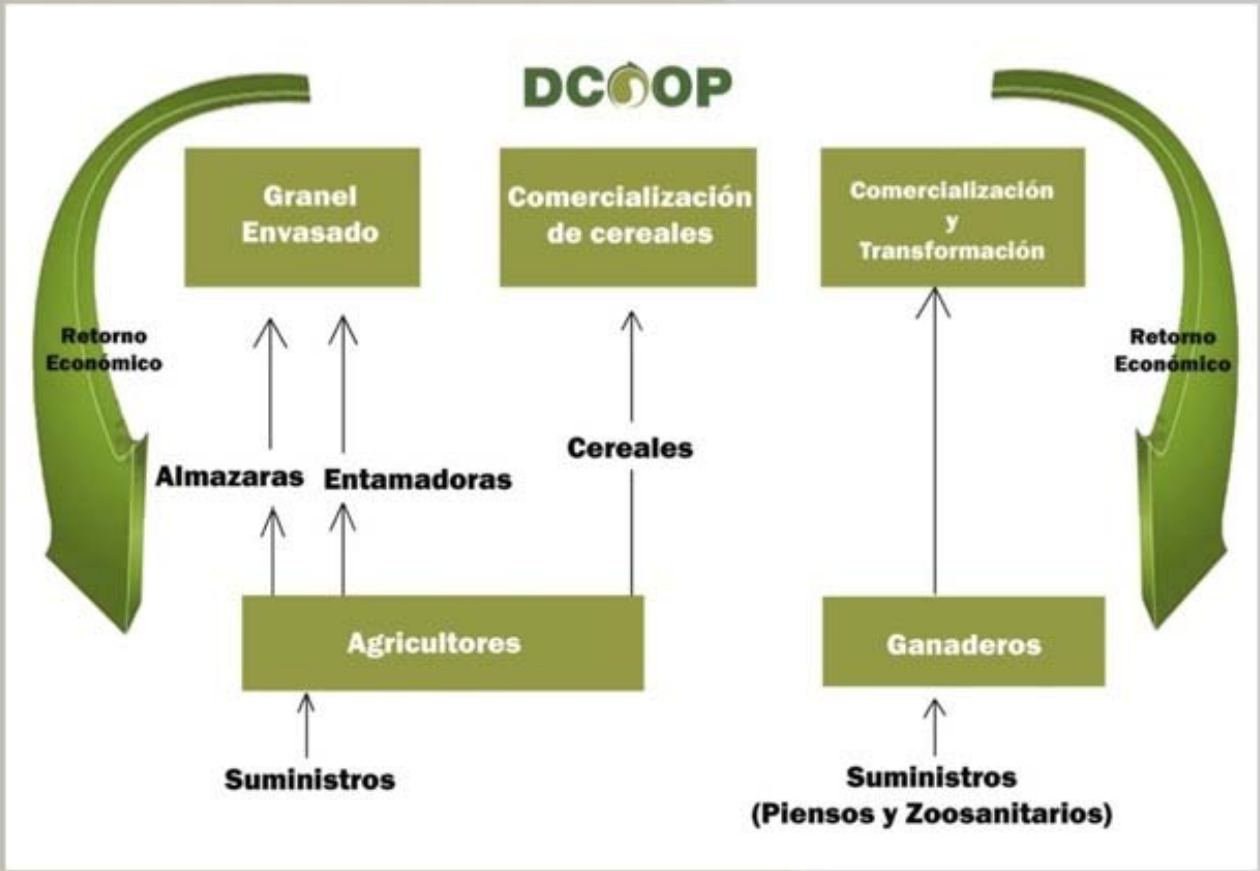
– Dcoop, de cooperativa:
  – Somos una coopertiva de agricultores y ganaderos
  – Multisectorial para satisfacer las necesidades de nuestros socios, consumidores y clientes
  – Implantada en el sur de España, pero internacional con ventas en 60 países(delegaciones en EEUU y China).

Estrategia de Dcoop

- Somos la mayor cooperativa agraria andaluza, pero aspiramos a ser cooperativa líder mundial, para lo que:
  - Somos líderes en producción oleícola, aspiramos a crecer más y tener presencia activa en la comercialización.
  - Estamos diversificando en la comercialización; fuertes en exportación
  - Avanzando en el abaratamiento de costes: insumos y servicios
- Abiertos a seguir creciendo
  - Compartiendo los objetivos
  - Teniendo mejores oportunidades en el mercado.

Estrategia de Dcoop

- Cómo es Dcoop
  - Una cooperativa transparente y parcipativa
  - Opera en el mercado y da a cada uno lo suyo
  - Responde a los intereses de sus socios.



Dcoop es un grupo cooperativo (Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura) formado por:

-110 aceiteras con una producción media de 250.000t

-22 aceituneras con un cupo de 67.000t

-120 cooperativas de suministros.

-7 cooperativas ganaderas

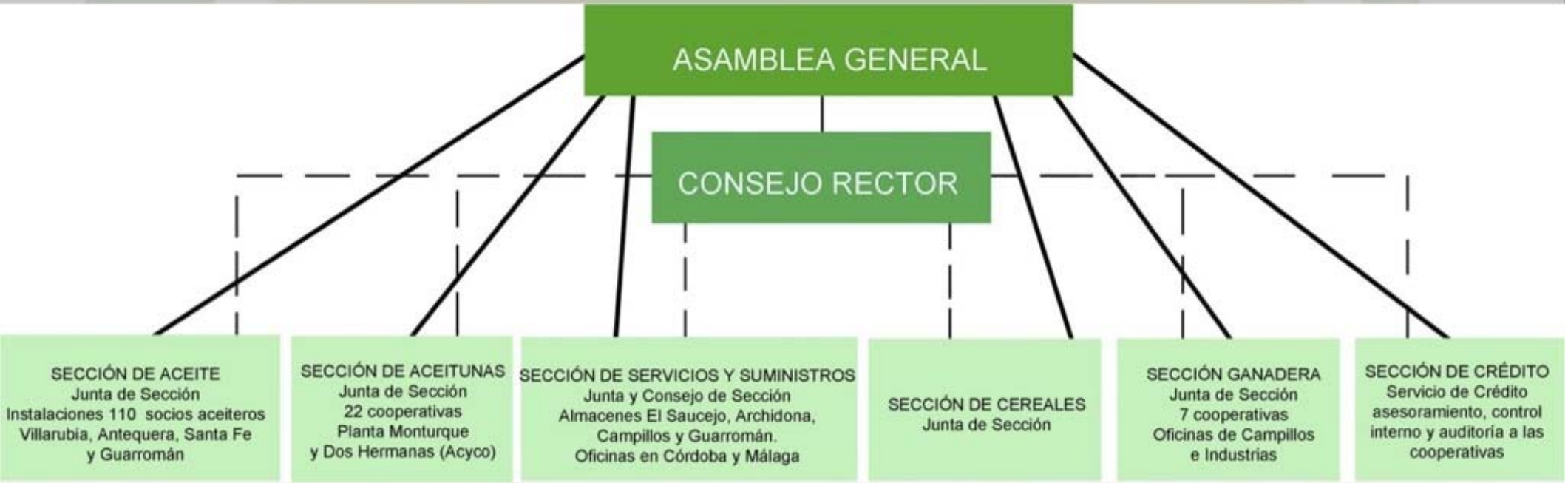
-nueva sección cerealista

-65.000 agricultores y ganaderos

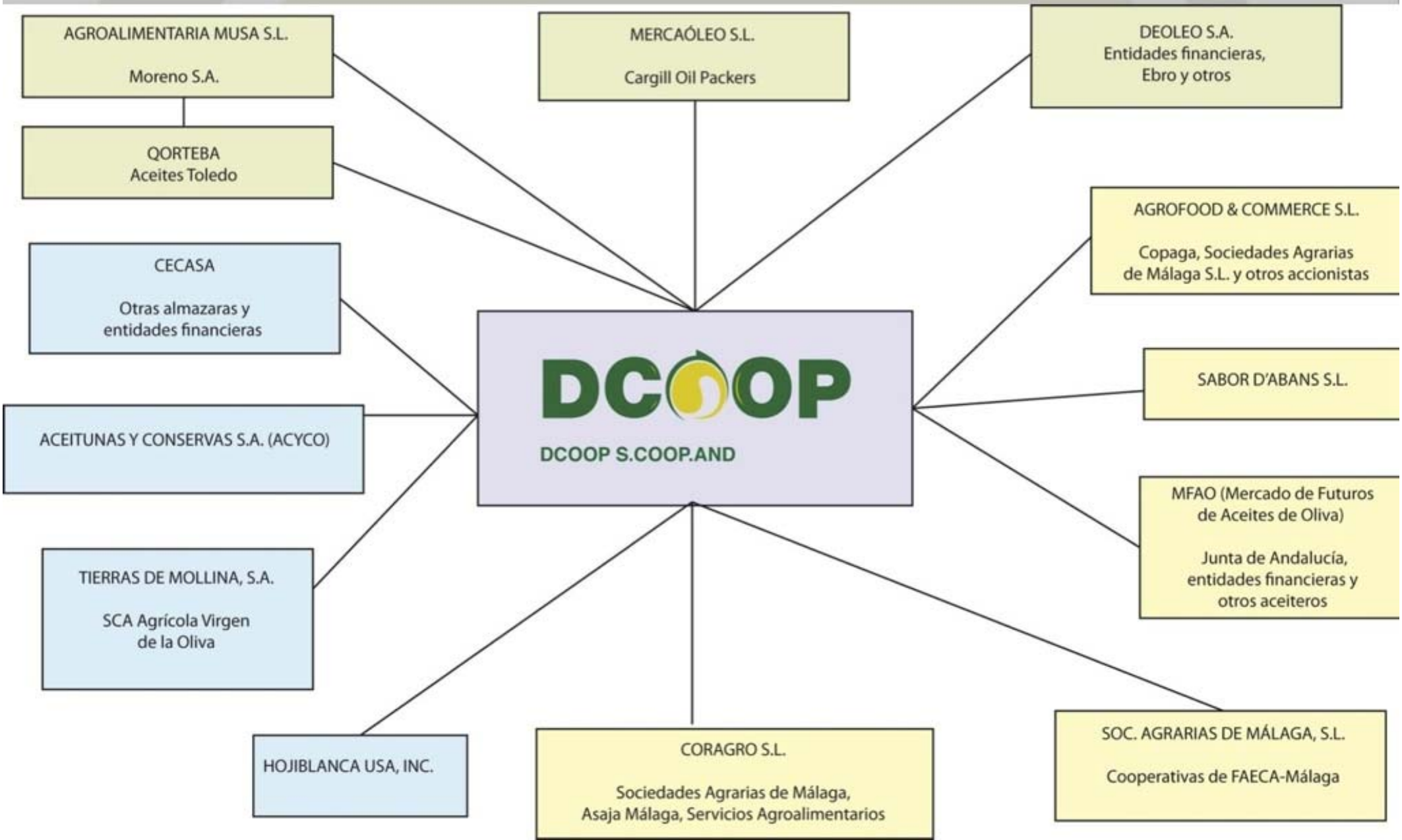
-mayor productor oleícola mundial.

<u>...pero no somos nadie</u>

Participación y diversidad

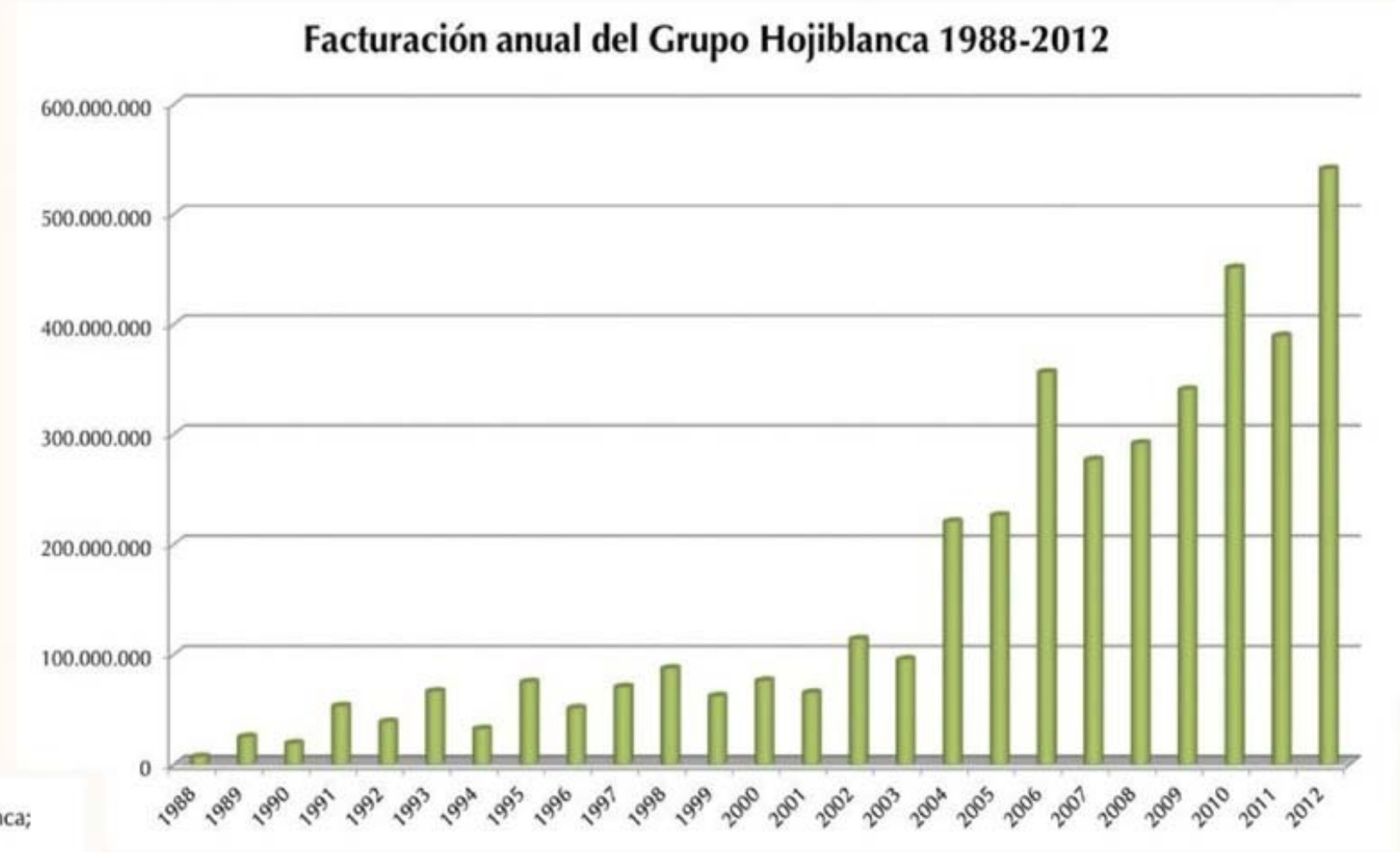


Buscar mayor valor añadido DCOOP



Año	Facturación €
1988	6.789.970
1989	24.823.632
1990	19.034.966
1991	52.798.318
1992	38.536.258
1993	66.307.082
1994	32.131.910
1995	74.745.076
1996	50.942.523
1997	70.255.468
1998	87.098.301
1999	61.950.585
2000	75.968.609
2001	64.958.150
2002	113.868.037
2003	95.235.369
2004	220.296.135
2005	226.041.699
2006	356.087.683
2007	276.669.017
2008	291.437.293
2009	340.446.616
2010	451.077.149
2011	389.069.728
2012	541.040.651

Hasta 2003, SCA Oleícola Hojiblanca; desde 2004, Hojiblanca SCA



Facturación media consolidada en 600M€:

Aceite 480M€, Aceituna 70M€,Ganadería 30M€, Suministros 20M€

Dcoop cuenta con instalaciones:
10 centros de trabajo con 475 empleados directos

Hacia la mayor rentabilidad

Comercialización:

concentración de la oferta, capacidad de atender las necesidades del mercado, proyectos…

Abaratar costes en toda la cadena:

en el campo, en la industrias, en las gestiones comerciales, en los servicios a los socios que son consumidores

Producción en toneladas de la campaña 2011/12

Provincia	Hojiblanca	Coop.	%	Total	%	Alm.H	Alm.coop	%	Alm.total	%
Jaén	70.645	523.061	**13,51**	681.043	**10,37**	21	194	**10,8**	327	**6,4**
Córdoba*	68.783	194.606	**35,34**	322.912	**21,50**	25	74	**33,8**	184	**14,1**
Málaga	74.128	83.807	**88,45**	94.532	**78,42**	25	42	**59,5**	65	**38,5**
Sevilla	10.205	64.425	**15,84**	88.791	**11,49**	11	49	**22,4**	78	**14,1**
Granada	7.739	98.247	**7,88**	150.644	**5,14**	4	45	**8,9**	108	**3,7**
Cádiz	3.445	7.087	**48,61**	7.620	**45,21**	2	4	**50,0**	12	**16,7**
Andalucía*	234.945	978.008	**24,02**	1.360.683	**17,31**	88	429	**20,5**	817	**10,9**
C-La Mancha	11.145	75.019	**14,86**	123.606	**9,02**	10	125	**8,0**	243	**4,1**
Extremadura	111	31.270	**0,35**	54.705	**0,20**	1	59	**1,7**	116	**0,9**
España*	246.201	1.129.094	**21,81**	1.611.291	**15,32**	99	948	**10,4**	1.741	**5,7**

*Se excluye 1 almazara en los datos de Hojiblanca; sí contemplado en el total.

La unión de las cooperativas no es una utopía, es posible

DCOOP

Avanzar en la cadena de valor:

- costes + comercialización posible

55.000 Agricultores

97 almazaras

1 grupo operadores

GRUPO HOJIBLANCA

deoleo

mco OLIVE OIL

DCOOP

GRANELES

Qorteba

de oleo

Envasado gran distribución.
Marca Hojiblanca
Carbonell, Carpelli,
Bertolli

DCOOP

Aceite

mco

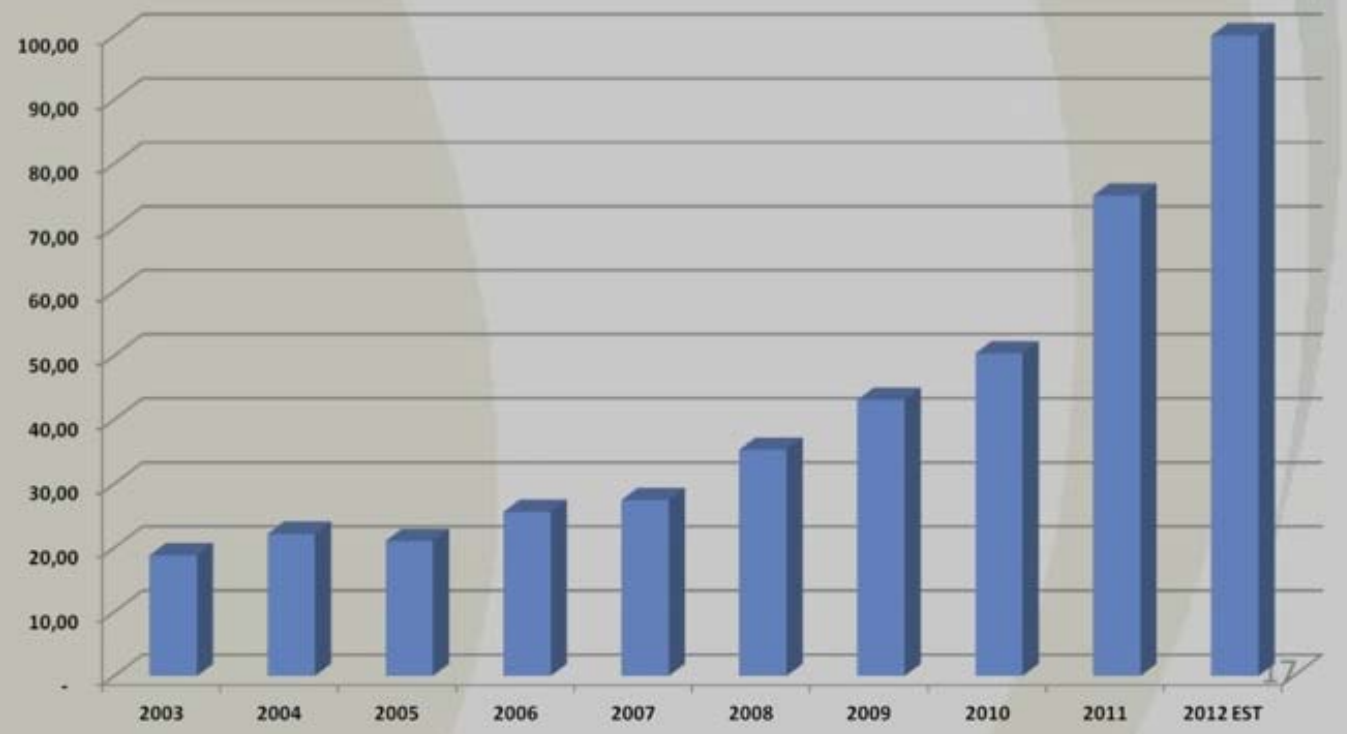
Cargill 50%
Marca de la distribución

OTRAS MARCAS

Dcoop, Cordoliva,
Unioliva, Musa
y cooperativas.
Exportación.
Apoyado por otros
productos: aceituna,
salsas, cárnicos.

Aceituna

- En aceituna: consolidar nuestro liderazgo como principal productor, potenciar nuestras industrias para vender cada vez más envasado con valor añadido. Tenemos un volumen de negocio de 88.000.000M€ en 2012. Ya producimos 100.000.000 envases.



Suministros y Servicios

- Fitosanitarios, producción integrada, Departamento Técnico Agrícola
- Servicio de reparación de maquinaria oleotécnica
- Tiendas y otros servicios (telefonía, electricidad, carburantes…)

Suministros y Servicios

- Fitosanitarios, producción integrada, Departamento Técnico Agrícola
- Servicio de reparación de maquinaria oleotécnica
- Tiendas y otros servicios (telefonía, electricidad, carburantes…)

ACORSA®

OLIVE OILS AND TABLE OLIVES

DCOOP

MUSA SAUCES & MAYONNAISES

DCOOP

SERRANO HAM PRODUCTS

/e monitors and supervises: genetic selection, careful food monitoring, nimal well-being and sanitary control and production parameter control • raceability and maintenance of records about the origin of the animals, feed oo-sanitary treatments and medicated feed • Identification of animal by atches and items associated with the origin • 122,000 m2 or premises and ver 1084 professionals • 2 hamdriers (100,000 m2) • 1 slaughterhouse / cutting / slicing • 1 sausage factory

IN FIGURES(2012)	
PIGS SLAUGHTERED (per day)	5,360
SERRANO HAM (millions of ham)	3,761,000
FRESH MEAT (tonnes)	97,620
SAUSAGES (millions of units)	47,740,000
HAMS PROCESSED (per day)	15,000

The minimum fresh product curing time: 14 months.

1

RANO HAM
0g "OLAS"

2

SERRANO HAM
BIPACK 240g

3

SERRANO
HAM 240 g

4

CEBO IBERICO HAM
BIPACK 100 g

5

CEBO IBERICO
HAM 100 g

6

CEBO IBERICO
SHOULDER 100 g

7

SMALL DICED
HAM PIECES

8

DICED H

DCOOP

Estrategia:
Avanzar hacia una gran cooperativa agroalimentaria

- Mejor posición negociadora en el mercado
- Mayor capacidad económica y eficiencia
- Concentrar esfuerzos en la promoción del producto.
- Internacionalización
- Afrontar seriamente proyectos de I+D+i
- Liderar el sector
- El futuro depende de nosotros

PARA SERVIR A NUESTROS SOCIOS

Muchas gracias por su atención