

La producción de aceite de Hojiblanca crece un 22%

El Grupo Hojiblanca ha visto hechas realidad sus previsiones de cosecha, según los datos ofrecidos por el director general de esta cooperativa de segundo grado, Antonio Luque, en el marco de las jornadas técnicas de la Feria del Olivo de Montoro, quien manifestó que la sociedad "ha alcanzado una producción de 98.000 toneladas de aceite de oliva y 40.000 toneladas de aceituna de mesa". Esas cifras suponen un incremento de un 22% con respecto a la campaña anterior, en la que la producción fue de 82.000 toneladas de aceite, mientras que el incremento de la producción de aceituna de mesa se ha situado por encima del 70% si se tiene en cuenta que en la campaña precedente se recogieron 23.000 toneladas.

Desde Hojiblanca han manifestado que este notable incremento se ha debido, en parte, a la incorporación de nuevas cooperativas aceituneras al grupo. Y es que Luque insistió en que el futuro del sector pasa inexorablemente por la creación de grandes empresas para afrontar con más garantías mercados como el internacional.

Asimismo, el director general apostilló que "vivimos en España un momento delicado con el tema del fraude y hay que intentar cortarlo". También destacó que el sector está asistiendo a un punto de inflexión tras la decisión de grandes empresas como Grupo SOS o Mercadona de "llegar a una integración vertical invirtiendo en la plantación de sus propios olivares, algo que, por otra parte, es totalmente lícito". "Eso implicará que ciertos grupos de empresas que consiguen financiación de las cajas de ahorros de Andalucía van a conseguir que la producción de aceite cambie porque puede haber zonas más competitivas". Ante esto, Luque resaltó que posiblemente haya que realizar una reestructuración completa del olivar en la comunidad autónoma.

El Rey de Marruecos inaugura un olivar con tecnología española

Recientemente, el Rey Mohammed VI de Marruecos inauguró una plantación mecanizada de olivares (orientada por GPS) de las variedades españolas arbequina y arbosana, y de la variedad griega koroneiki, situada en Beni-Mellal, y que pertenecen a la Sociedad Agro Health. Esta plantación ha sido desarrollada por la sociedad Todo-livo, que forma parte del Grupo SOS.



El objetivo es producir a finales de 2008 aceite de oliva de alta calidad, a partir de sus propios olivares, cuya superficie es de 600 hectáreas situadas al pie de Atlas, cerca de El-Borouj, Marrakech y FkihBenSalah. Este aceite se exportaría a Asia y a EEUU.

Cada finca de olivares en seto (alta densidad) dispondrá de una almazara moderna que permitirá que, en un margen de 20 minutos entre la cosecha y la molturación, se obtenga aceite virgen extra, con sabor frutado y con muy baja acidez (máximo 0,2°).

Agro Healt tiene su origen en una transferencia de tecnología del norte al sur del Mediterráneo con el objetivo de trabajar por un desarrollo sostenible.

La división aceitera de Grupo SOS obtiene buenos resultados

Durante los tres primeros meses del año, la compañía aceitera Grupo SOS ha facturado 344,9 millones de euros, un 1,39% más que en el mismo período de 2007. El Ebitda ha sido de 26,2 millones de euros, un 2,8% más que en el primer trimestre del año pasado, y el beneficio neto ha superado los 6,05 millones, un 1,24% más. Éstos son los resultados que el grupo presentó el pasado 16 de mayo ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), que evidencian el crecimiento de todas las cifras de negocio.

Concretamente, durante este período la división aceitera se ha mantenido estable con unos ingresos de 231,3 millones de euros, un 5,2% más que en el mismo período de 2007. Por su parte, el Ebitda ha aumentado un 11,4%, hasta los 15,2 millones. Los buenos resultados de la división aceitera han venido motivados por el incremento generalizado del consumo de aceite de oliva en este período en el mercado nacional, fruto de la estabilidad de los precios en origen. En este contexto las marcas de Grupo SOS, líderes en sus respectivos segmentos, han logrado mantener estables sus cuotas de mercado.

El mercado italiano, donde las marcas de Grupo SOS mantienen su liderazgo en aceite virgen extra y en aceite refinado, ha arrojado nuevamente resultados muy positivos. En general, las ventas internacionales de las marcas aceiteras del Grupo han crecido un 6,7%, con especial mención para las exportaciones de las marcas italianas.

En aceites de semillas, el descenso de la producción mundial, el aumento de la demanda y el empleo de oleaginosas para biocombustibles han provocado una situación que ha perjudicado la facturación y las ventas de las marcas de Grupo SOS.



FLEXITANK

La solución de transporte marítimo de aceites a granel.

- Descarga inferior: facilidad de vaciado, ausencia de mermas
- Fácil extracción de muestras
- Monocapa traslúcida: facilidad de carga
- Total seguridad y flexibilidad del polietileno alimentario

TIBA



Agentes para:



RhinoBulk BD