



Interoleo, primera lonja virtual del aceite de oliva

Interoleo, empresa nacida a través de CREARA y de su competición de Planes de Negocio 50K, ha puesto en marcha el primer mercado electrónico de aceite de oliva virgen. Se constituye como una lonja virtual de intercambio donde los compradores y vendedores de aceite de todo el mundo efectuarán sus transacciones sin intermediarios. Para ello, expondrán un sistema de subasta en el que la mercancía quedará adjudicada a la mejor puja. En sus primeros meses de vida ha gestionado más de 10 millones de kilos de aceite.

RAQUEL MARTÍN LÓPEZ-SOLDADO

Jesús Cuervas, Consejero Delegado de Interoleo, conoció la existencia de la competición de Planes de Negocio 50K a través de la prensa. Había sido alumno del Programa Intensivo de Dirección de Empresas (PIDE), que imparte el Instituto Internacional San Telmo, el cual concluyó satisfactoriamente y del que se sentía muy satisfecho.

Tras una entrevista con Juan Martínez Barea, Director de CREARA, Jesús Cuervas se concienció de la necesidad de crear un proyecto innovador, que tuviera la posi-

Con una inversión inicial de 440 millones de pesetas, la empresa jienense nace con una perspectiva global e internacional.

bilidad de alcanzar una dimensión importante, cuya premisa básica fuera generar trabajo y riqueza.

Apostó por perfeccionar un proyecto competitivo que tenía «in mente», y participar en 50K. «La competición auspiciada por San Telmo ha sido el motor de la idea. Si no hubiera habido competición posiblemente no nos hubiéramos sentado» -manifestó Cuervas-. «San Telmo nos ha motivado y dado ganas de superación».

Para el fundador de Interoleo, la competición de CREA-



RA ha tenido la virtud de convertir un proyecto local en una «ambición» a nivel internacional. Y esto, a pesar de que haya supuesto para él, asumir el riesgo de crear una nueva empresa y abandonar un puesto de ejecutivo estable, desarrollado hasta el momento con éxito.

Jesús Cuervas, había trabajado durante siete años como Director General de Oliasa, una de las mayores empresas del mercado del aceite de oliva, en la que gestionó en el Mercado Internacional una cantidad media anual de 40.000 Tm. de aceite por lo que conocía bastante bien el sector, todo su mecanismo y los problemas con los que se encontraban los almacenistas y proveedores.

Había un plazo de entrega de los proyectos y gracias a este conocimiento del sector, empezó a pensar como innovar, intentar crear algo y dar solución a los problemas con los que tantas veces se había encontrado. Nació el Proyecto Interoleo.

Según su promotor «la idea inicial era mucho mas modesta de lo que Interoleo es hoy, nunca pensé en un proyecto de inversiones como las que tiene ahora». La iniciativa resultó ganadora en la fase de

lanzamiento del certamen 50 K. Esto fue gracias al trabajo duro, reforzado por su conocimiento exhaustivo del sector y las habilidades adquiridas en el Programa PIDE. El proyecto empezó a conformar un Plan de Negocio real.

En palabras del consejero delegado: «La aportación del 50K ha sido muy importante para nosotros y destacaría de la organización el apoyo personal en los momentos difíciles, el rigor aportado a la hora de realizar el plan de negocios, el foro de inversores y el asesoramiento de los empresarios y empresas colaboradoras».

Se fue desarrollando el concurso y llegó el momento de presentar el proyecto al Foro de inversores. Fueron muchos los que se interesaron por financiar esta creativa idea.

Una vez conseguido el capital para el desarrollo del proyecto, Interoleo empezó a ser una realidad. No obstante buscaban un socio tecnológico dispuesto a invertir en la empresa. Alguien con capacidad para desarrollar el sistema de compensación técnica con la última tecnología y a la vez financiar el crecimiento.

El Banco Santander Central Hispano, a través de Capital Riesgo Internet (CRI) participó con una inversión de 2 millones de euros (334 millones de pesetas). Esta inversión del BSCH, garantiza para Interoleo una capitalización suficiente para impulsar su plan de negocio con un rápido y eficaz desarrollo internacional, así como el apoyo del primer grupo bancario de España.



Jesús Cuervas, consejero delegado e Iñaki Arcos, director de Marketing.

Para el fundador de Interoleo la competición de la Fundación San Telmo ha convertido un proyecto local en una «ambición».



Plano general de las oficinas de Interoleo en Jaén.

Actualmente el accionariado se reparte de la siguiente manera: Banco Santander Central Hispano 30%, Fernando Franco, Grupo Tecnológica 30%, Jesús Cuervas 25%, Agustín Torres 15%.

Con una inversión inicial de 440 millones de pesetas, Interoleo nace con una perspectiva global e internacional, con oficinas en algunos países productores como son España, Italia y Túnez, y con la finalidad de reunir a 4.000 empresas en torno a este proyecto y alcanzar una facturación de 200.000 millones de pesetas.

La actividad principal de Interoleo es crear el primer mercado electrónico mundial de compra-venta de aceite de oliva en origen con la finalidad de innovar y mejorar el actual sistema de contratación basado en corredores o agentes intermediarios independientes que estaban generando un mercado poco eficiente, lento y no transparente. Este nuevo sistema basado en Internet ofrece mayor eficiencia en las relaciones de inter-

cambio, además de una mayor agilidad y seguridad en las transacciones.

Entre las ventajas que aporta esta iniciativa destaca la capacidad de reunir en un único lugar toda la información del mercado necesaria para que un comprador o vendedor de aceite de oliva tome sus decisiones y sean plenamente eficientes.

Las diferencias competitivas que Interoleo ofrece para productores y envasadores se basan en ofrecer una información completa, transparente y eficaz; una gran seguridad en sus transacciones debido a la firma electrónica; la globalización del mercado que comporta Internet; además de reducirse los costes logísticos, comerciales y de búsqueda de información.

Esta plataforma de comercio electrónico B2B integra un software de comunicación, que además de realizar de forma segura y eficiente una transacción, permite que comprador y vendedor puedan intercambiarse toda la in-

formación referente a la operación realizada.

En sus primeros meses de vida la primera lonja virtual del aceite de oliva, ha gestionado ya más de 10 millones de kilos de aceite. Desde julio hasta hoy han construido una plataforma tecnológica con la oficina central en Jaén, zona donde se concentra un 20% de la producción de aceite de oliva. Están cerca de empezar a trabajar con 200 clientes y han conseguido realizar la primera transacción electrónica.

El consejero delegado concluyó: "Tenemos mucha confianza en nuestro modelo de negocio que está con los pies muy en el suelo. Digamos que somos innovadores, somos aventureros como cualquier empresario que comienza un nuevo proyecto. Nuestro plan es muy ambicioso y queremos ser prudentes consolidando las actividades actuales antes de meternos en un camino de inversiones demasiado fuertes y de resultados demasiado a medio plazo. Con ambición pero también con sobriedad y con solidez".

La actividad principal de Interoleo es crear el primer mercado electrónico mundial de compra-venta de aceite de oliva.