



Antonio Luque,
Director General de Grupo Dcoop

“La internacionalización ha de servirnos para tratar de buscar la salida a nuestras producciones agrarias con el mayor valor añadido posible”

“El sector agroalimentario, en general, y el oleícola, en particular, siempre han sido exportadores”, manifiesta Antonio Luque. Grupo Dcoop exporta, de media, un tercio de su producción a más de 60 países de manera continuada. El seguro de crédito, en su opinión, es “una herramienta importantísima para asegurar los cobros en las relaciones comerciales, y una fuente de información muy valiosa”.

Solución: Dcoop – la antigua Hojiblanca- es una gran cooperativa agroalimentaria, líder mundial en el sector oleícola, y está creciendo en otras actividades. ¿Qué reflexión nos haría de la evolución del sector agroalimentario español, en los últimos años?

Antonio Luque: Creo que se han dado pasos importantes, pero insuficientes a la hora de

apoyar a las empresas agroalimentarias españolas a posiciones de liderazgo mundial. También, en estos momentos de crisis, se ha rescatado del olvido el papel tan importante de la actividad agroindustrial española como fuente de creación de riqueza y empleo.

Por nuestra parte, en Dcoop siempre hemos pensado que

es importante tener grandes cooperativas capaces de responder a los retos del mercado actual, y por eso hemos trabajado por concentrar la oferta, por abaratar costes, por llegar a acuerdos y alianzas que generen valor añadido, y por diversificarnos en sectores y territorios. En ello estamos, pero tenemos un gran camino por delante.

S: ¿Cómo está afrontando este sector su internacionalización?

A.L.: El sector agroalimentario, en general, y el oleícola, en particular, siempre han sido exportadores, si bien es cierto, que todavía depende mucho de los graneles y lo interesante es el envasado, donde se está avanzando poco a poco. En nuestro caso, exportamos mucho aceite



Perfil

Antonio Luque es director general de Dcoop desde la fundación de una de las cooperativas integrantes, la SCA Oleícola Hojiblanca de Málaga, en 1987. Ingeniero Agrónomo por la Universidad de Córdoba, ha estado vinculado siempre al sector agropecuario a través de una explotación familiar, y al cooperativismo agrario español, especialmente en el sector oleícola.

que vamos a potenciar nuestras exportaciones, buscando la comercialización envasada que genera mayor valor añadido.

En 2013, nuestras exportaciones han ascendido a más de 150 millones de euros, de los que 57,7 millones corresponden a aceituna y 92,3 a aceite, que cuantitativamente es mucho más importante en nuestra cooperativa. El pasado año fue de una cosecha corta, pero en años normales el valor de la exportación se sitúa entre 250 y 300 millones de euros.

S: ¿A cuántos países exportan y cómo está evolucionando su cartera de clientes fuera de España?

A.L.: Entre aceite y aceitunas estamos exportando a más de 60 países de manera continuada hasta superar el centenar de destinos con envíos puntuales, y creciendo, tanto en destinos como en clientes: China, Japón, México, Italia, Portugal, Arabia Saudí, Senegal... Contamos con dos delegaciones propias en Estados Unidos y China.

S: ¿Cómo ve el posicionamiento de nuestro aceite de oliva en el extranjero? ¿Qué

considera clave para potenciar la imagen del "oro líquido" en otros mercados?

A.L.: El aceite de oliva es un producto que tiene una buena imagen por sus propiedades saludables, muchas de las cuales están aún por descubrir. Tenemos un gran potencial de crecimiento puesto que no supone más de 4% del consumo mundial de grasas a vegetales comestibles. La marca España está también creciendo en muchos destinos y tiene recorrido, siendo líder en algunos países. Queda mucho trabajo por hacer y en ello estamos, como sector y como Dcoop.

S: Junto al aceite, Dcoop completa su cartera con productos cárnicos, salsas, vinos, cereales y aceitunas de mesa, que producen los socios pertenecientes al grupo. ¿Qué planes tienen para cada uno de estos productos en el exterior?

A.L.: Hemos creado y estamos consolidando una base sólida, una herramienta que es Dcoop, para darle salida a las producciones de nuestros agricultores y ganaderos, y en ellos vamos a seguir trabajando, porque hay mucho potencial. En aceituna de mesa estamos centrados en el mercado exterior, en aceite hay posibilidad de crecimiento, no descartamos comenzar en productos cárnicos, y el vino también se va a desarrollar. Todo ello sin olvidar que nuestro objetivo es conseguir la mayor rentabilidad posible para nuestros socios.

S: En su opinión, ¿está preparada la pequeña o mediana

empresa española para afrontar la internacionalización? ¿Qué pautas hay que seguir para alcanzar el éxito en estos procesos?

A.L.: Creo -y así lo hemos podido constatar- que es necesario tener una dimensión adecuada para poder afrontar procesos de internacionalización. Es fácil oír que una empresa exporta porque manda unas cajas de aceite al extranjero, pero eso no es la internacionalización que necesita recursos y estrategias, y cada vez tenemos más claro que es más fácil con estructuras consolidadas y viables. Dcoop tiene ahora mucho más potencial que hace diez años.

S: ¿Qué aporta a un Grupo como Dcoop el seguro de crédito?

A.L.: Es una herramienta importantísima para asegurar los cobros en las relaciones comerciales, y una fuente de información muy valiosa, más aún en el mercado internacional donde la distancia es mayor.

S: ¿Por qué optaron por la oferta de Solunion?

A.L.: Es una empresa profesional, sólida, competitiva y con experiencia, cuatro puntos clave a la hora de optar por un proveedor de este tipo.

S: ¿Cuáles son sus aspiraciones en materia de internacionalización? ¿Qué objetivos tienen a corto, medio y largo plazo?

A.L.: La internacionalización ha de servirnos para tratar de buscar la salida a nuestras producciones agrarias con el mayor valor añadido posible.

a granel y envasado, siendo líderes en países como Italia, China o Estados Unidos muchos años. En cuanto a la aceituna, prácticamente Dcoop exporta toda la producción envasada.

S: ¿Qué representa para el Grupo Dcoop el mercado exterior, en términos de crecimiento y facturación?

A.L.: De media, podemos exportar un tercio de nuestra producción, destacando la sección aceitunera. De cara al futuro, el mercado español está muy maduro en aceite de oliva, por lo

“Solunion es una empresa profesional, sólida, competitiva y con experiencia, cuatro puntos clave a la hora de optar por un proveedor de este tipo”

