

F. Nomdedéu (Agrocantabria): "Vamos a dimensionar la cooperativa, ampliando la venta de cárnicos y lácteos"

Agrocantabria acomete inversiones de más de 5 M€

Lácteos | 25/03/2019 | ANA B. SÁNCHEZ



Agrocantabria es una cooperativa surgida hace más de una década, resultado de la fusión de otras cinco sociedades cántabras: Cooperativa Lechera SAM, Cooperativa Siete Villas, Cooperativa Cuenca del Basaya, Cooperativa Virgen de Valvanuz y S.A.T. Valle de Soba. La sociedad desarrolla actividades comerciales, manufactureras, comerciales y de servicio a través de

cinco líneas de negocio. Actualmente, tiene marcha un plan de expansión que aborda todas sus áreas de actividad, destacando un proyecto de desarrollo en el sector lácteo. En total, invertirá 5,25 M€. Su nuevo director general, Francisco Nomdedéu, en una entrevista concedida a Alimarket analiza el plan lanzado por la sociedad cooperativa.

Alimarket: Recientemente, Agrocantabria ha anunciado un plan de expansión, ¿en qué consistirá?

Francisco Nomdedéu: Se trata de un plan estratégico llamado "Horizonte 2022", que tiene como objetivo potenciar todas las líneas de negocio, a lo largo de los tres próximos años. Actualmente, tenemos cinco áreas de negocio: fabricación y comercialización de alimentos compuestos para animales, recogida y venta de leche de las granjas de los socios, elaboración y comercialización de productos cárnicos, comercialización de productos agroganaderos y de alimentación a través de cinco almacenes y puntos de venta (tiendas agropecuarias) y suministros agropecuarios.

A.: Agrocantabria tiene una fábrica de piensos moderna, que puso en marcha en 2015, ¿qué proyectos hay para la instalación dentro del nuevo plan?

F.N.: Es una fábrica moderna, con pocos años, a la que todavía no hemos podido sacar

rentabilidad y ha llegado el momento de hacerlo. Actualmente, la venta de piensos se circunscribe a los socios de la cooperativa exclusivamente, pero a lo largo de los próximos años nos vamos a abrir al mercado, actuando como un actor más dentro del mercado de alimentación animal. Tenemos capacidad y es una oportunidad para tener una mayor fuente de ingresos. La planta puede fabricar hasta 120.000 t de piensos compuestos y actualmente estamos produciendo al 60%. La intención es producir el 100% de la capacidad en 2022, extendiendo la venta de piensos a todas aquellas provincias limítrofes de Cantabria que tengan cabaña ganadera: Asturias, León, Burgos, Palencia, entre otras, son zonas muy interesantes en el ámbito agroganadero. La idea es convertirnos en un referente en la fabricación de piensos compuestos en el norte de España.

A.: ¿Y en lo que respecta a elaboración y productos cárnicos?

F.N.: La sala de despiece va a recibir inversiones este mismo año por valor de 200.000 €, que se destinarán a nueva maquinaria y desarrollo de nuevas marcas. Queremos producir y comercializar más, tanto en despiece de producto, como en fileteados, además de hamburguesas de distintos tamaños y sabores.

A.: ¿Qué volumen de carne genera ahora la cooperativa y en qué mercados se comercializa?

F.N.: Actualmente, vendemos unas 1.500 t de carne de vacuno, tanto terneros, como vacuno mayor. Nuestro ámbito de comercialización es Cantabria, pero queremos llegar a otras zonas y nos estamos planteando expandir el producto a todo el territorio nacional. Queremos reforzar nuestra imagen de marca e incrementar nuestra penetración en otras zonas de alto consumo de carne, como puede ser Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla. Queremos posicionar nuestra carne en los lineales de los supermercados, englobándola en una categoría de producto de mayor calidad.

A.: De cara a la expansión del producto cárnico, ¿tiene cerrado ya algún acuerdo para su distribución?

F.N.: Solo puedo adelantarle que a lo largo de este mes de marzo o ya en abril es posible que cerremos los primeros acuerdos con al menos dos cadenas de distribución que tienen implantación nacional y que ya conocen nuestro producto. Estas compañías han mostrado ya su interés por nuestra estrategia de expansión y están interesadas en llegar a un acuerdo con nosotros.

Comercialización de quesos y mantequillas, junto a Grupo Santé

A.: Háblenos del proyecto lácteo.

F.N.: Es la parte del plan que mayor inversión va a soportar de los 5,25 M€ que tenemos previsto invertir en los próximos tres años. Se trata de un proyecto de transformación láctea, que figura en nuestros planes como nueva fuente de generar ingresos. La intención es comenzar a transformar el producto este mismo año. En junio empezaremos a elaborar quesos en diferentes formatos y distintos niveles de maduración y para septiembre mantequilla, con las primeras unidades puestas en el mercado, previsiblemente, en las fechas que le estoy diciendo. En un futuro, la idea es producir también otros lácteos como batidos y postres.

Para este proyecto, hemos constituido una filial, en la que participa la cooperativa al 50% con el grupo Santé, como ya adelantó Alimarket.

A.: ¿Con qué nombre operará esa sociedad?

F.N.: Justo se ha registrado hace pocos días y se llama Ibercan, S.L. Será la encargada de la comercialización de todos los derivados lácteos.

A.: ¿Ya se conocen las marcas con las que se van a comercializar los quesos y mantequillas?

F.N.: Ahora mismo estamos en la fase de diseño y modelos de packaging. En estos momentos barajamos varias marcas y aún no hemos tomado la decisión, pero lo haremos antes del 30 de abril. También estamos valorando si salir al mercado con una o dos marcas.

A.: ¿Están barajando también hacer MDD?

F.N.: Podría haber una parte de marca de distribuidor, pero nuestro objetivo prioritario es desarrollar una marca propia.

A. ¿Cómo se va a canalizar la fabricación de estos productos?

F.N.: Agrocantabria no tenemos medios para producir nosotros mismos de inicio, por eso vamos de la mano de Santé. El grupo aportará su estructura empresarial, pero de cara a 2020, tenemos la intención de acometer un proyecto de construcción de unas nuevas

instalaciones, que aún están en desarrollo de ingeniería y no sabemos dónde estarán ubicada definitivamente. En este centro, cuya construcción podría llevarse a cabo a finales de 2020, se pretenden aunar todas las líneas de producción de los derivados lácteos.

A.: El plan que presenta es muy ambicioso para la cooperativa, pero ¿a qué retos se enfrenta como nuevo director?

F.N.: Los retos son altos. Yo fui contratado con una misión muy concreta de transformación de la sociedad y de crecimiento de la misma. Hemos hecho un plan a tres años, donde deberían quedar culminados al 100% o al 90% los planes que nos hemos fijado en cuanto a crecimiento, generación de rentabilidad, elaboración y comercialización de producto. Y luego tenemos un borrador ya, bastante avanzado a cinco años, que complementa a este plan, pero que aún no es posible avanzar nada. La intención es ir paso a paso y más adelante abordar una nueva estrategia de crecimiento.

A.: ¿Y a qué escollos cree que se enfrenta tal y como está actualmente el sector lácteo?

F.N.: Yo creo que a lo que nos vamos a enfrentar no son escollos internos, sino más bien lo que nos ponga el propio mercado. La compañía tiene capacidad financiera para abordar estos retos, tenemos voluntad de abordarlos y luego tenemos los perfiles profesionales adecuados. Por lo tanto, a lo que nos enfrentemos serán las lógicas barreras de entrada que hay en el mercado que, por ahora, son barreras de entrada que tenemos identificadas y planificadas su superación. Luego estarán las dificultades que vayan surgiendo derivadas de la competencia con otros actores del mercado, entre otras cosas.

A.: ¿Y cómo ve el futuro del sector agroalimentario?

F.N.: El sector agroalimentario, en general, y si me habla del sector ganadero, en particular, le puedo decir que no lo veo con pesimismo. Tenga en cuenta que nuestros productos son para consumir habitualmente, que no están condicionados a las preferencias de los consumidores y las modas del momento. Aparte de esto, también vemos que en el sector ganadero se está produciendo una transformación, en el sentido de que se reduce la atomización y se produce una concentración en la explotación, pero la producción láctea no se reduce. Es decir, sí se reduce el número de ganaderos, pero no el número de cabezas de ganado, ni la producción. En España estamos viviendo una transformación del sector ganadero, que va camino de su profesionalización.

A.: Por último, ¿qué previsiones de facturación tiene Agrocantabria para este 2019?

F.N.: En 2018, hemos facturado unos 52 M€, en línea con años anteriores, con 72 MI de leche producida y 70.000 t de piensos compuestos. En 2019, ya comenzará a notarse un crecimiento, en piensos prevemos alcanzar las 85.000 t. Luego ya podemos estar hablando de una facturación de 1 M€ en quesos (en el proyecto que tenemos podemos alcanzar anualmente los 5 M€) y 1 M€ en mantequillas (4 M previstos). Estas últimas cifras se facturarán a través de Ibercan.

Alimarket

Cuestión de confianza