Cirilo Arnandis: "Estamos buscando nuevos consumidores de caqui para el crecimiento de la producción"

Cirilo Arnandis es el presidente de la D.O.P. Kaki Ribera del Xúquer y también el máximo responsable de Cooperativas Agroalimentarias de la Comunidad Valenciana. El pasado 5 de octubre dirigió el acto de presentación de la campaña 2015 de la D.O.P, un evento clausurado por la consejera de Agricultura valenciana, Elena Cebrián. Durante el evento, Arnandis anunció que durante esta campaña se prevé alcanzar las 230.000 toneladas de producción, una cifra que en cinco años se duplicará sobradamente, ya que se calcula que para ese año se llegarán a las 550.000 toneladas.

Ante un numeroso auditorio, el presidente conjuró el temor a que tal crecimiento termine por provocar un colapso en las ventas. Según sus propias palabras: Explicó que la burbuja "no llegará" si se consigue que los consumidores valoren el producto. Por eso, el principal objetivo en materia de promoción para este año es aumentar el conocimiento de la marca entre los consumidores, que de momento está en el 11,7%.

En e-Comercio Agrario, entrevistamos a Cirilo Arnandis en su doble condición de presidente de la D.O.P. y también de Cooperativas Agroalimentarias de la Comunidad Valenciana.

e-Comercio Agrario: ¿El caqui de la DOP Ribera del Xúquer se vende mejor dentro o fuera de España?

Cirilo Arnandis: Estamos vendiendo en todos los sitios. Está claro que el mercado nacional es nuestro mercado por proximidad, pero estamos entrando ya en otros. De hecho, estamos ya en toda Europa -Inglaterra incluida-, con diferentes volúmenes de consumo. Y estamos entrando en países como Canadá, Estados Unidos y Emiratos Árabes. Es decir, que estamos buscando nuevos consumidores que nos permitan adecuar el crecimiento que tenemos y vamos a seguir teniendo a un incremento del consumo.

ECA: ¿Qué porcentaje de las ventas corresponden a la exportación?

C.A.: Aproximadamente el 80% de la producción la exportamos. Y va a seguir creciendo.

ECA:¿Qué papel juega Latinoamérica?, ¿es un mercado receptor o es un rival?

C.A.: Latinoamérica no es rival porque es contraestación. Por tanto, nuestra producción no compite con Latinoamérica. Hay países grandes consumidores y grandes productores como Brasil, lo que nos permite en periodos que ellos no tienen fruta poder acceder a ellos. De hecho, se está accediendo poco a poco a países como Brasil, como Chile.

ECA: En el caso del caqui, ¿qué fuerza exportadora están teniendo las cooperativas?

C.A.: En la DEO, el 90% es producto cooperativo. Por lo tanto, el papel de las cooperativas es importantísimo. Lo que nos gustaría es que el comercio que está fuera y trabaja también producto de la DEO estuviera también dentro de la DEO y trabajáramos todos en un mismo sentido y apoyando la promoción.

ECA: ¿En qué medida está el caqui sustituyendo al cítrico en la Comunidad Valenciana? ¿Está siendo un salvavidas o un rival?

C.A.: Yo creo que el caqui nunca podrá sustuir al cítrico. Es un complemento. Es un producto que no funciona bien en todas las zonas. Tiene una respuesta extraordinaria en la zona de la Ribera de Júcar. Pero nunca será un sustituto porque el cítrico es la primera producción en producción y exportación en España, porque producimos más de siete millones de toneladas. Sí es un complemento en algunas zonas, que ha permitido al agricultor tener una cierta salida para diversificar las producciones.

ECA: La UE y el Ministerio de Agricultura piden con insistencia una concentración de la

oferta, que las cooperativas se concentren y que sirvan de vehículo para la renovación varietal. ¿Esto se está consiguiendo?

C.A.: Las cooperativas son empresas, empresas cooperativas. Nosotros tenemos muy claro que la concentración de la oferta es importante, pero más importante es la gestión. Pequeñas empresas familiares bien gestionadas funcionan bien y grandes empresas bien gestionadas funcionan bien. Y pequeñas o grandes empresas mal gestionadas funcionan mal. Al final sabemos que la concentración de la oferta es importante pero la fusión de empresas siempre pasa porque haya un convencimiento de las partes de que va a haber una mejora. Desde Cooperativas lo apoyamos, pero sabiendo que al final es una decisión empresarial que tendrán que tomar en cada momento las empresas que decidan llevar el proyecto adelante.

ECA: Pero según el Ministerio, la concentración de la oferta es la única manera de que el cítrico valenciano sea rentable.

C.A.: Bueno, yo creo que hay otras maneras de que sea rentable. Concentración estamos haciendo continuamente, pero habrá que hacer eso y otras medidas políticas que permitan que el producto cítrico pueda competir en el mercado con dignidad, que no sea un producto *commodité* en las grandes superficies para vender otros productos.