

fomento

DE LA PRODUCCION

Año LVI N° 1.177 - 1° y 15 de mayo de 2000



Jaime Llopis, nacido para dirigir empresas

GEDAS

“Outsourcing” para cajas medianas



Alberto Novel,
un creador de
industrias y de
puestos de trabajo



IDEAS PARA INVERTIR

Los fondos de bolsa han hecho muchísimos nuevos millonarios

**Renta variable,
la mejor inversión
a largo plazo**

Numerosos fondos están rentando por encima del 30 por ciento en lo que llevamos de año

Jaume Llopis: “De pequeño ya quería ser director de empresa”

Es un ejecutivo español que conoce como pocos las interioridades de la dirección de empresas. En su ajetreada vida profesional, Jaume Llopis ha prestado servicios en compañías familiares, en multinacionales y en la filial aseguradora de un grupo bancario. Asimismo, su etapa de consultor le ha permitido convertirse en un verdadero especialista en reflatamiento de empresas en crisis, y su faceta docente le mantiene al día y le permite actualizar sus conocimientos. Llopis ha conversado largo y tendido con “Fomento de la Producción” sobre su intenso pasado y acerca de las perspectivas del grupo Borges, donde en la actualidad ocupa el puesto de consejero delegado.

Ramón Carlos Baratech



Borges aspira a ser líder mundial en



tas (casi 14 millones de euros) y acabó el ejercicio con un cash flow de 2.364 millones de pesetas (14'2).

Borges es el primer exportador español de aceite de oliva, con 18'3 millones de kilos vendidos al exterior en 1999.

También es líder en la exportación de almendras (17 millones de kilos) y de avellanas (1'6).

El futuro de Borges

Jaume Llopis augura un excelente futuro a Borges, debido a su estratégica

posición en los nichos de mercado que constituyen el núcleo del negocio del grupo y le sitúan en ventaja competitiva con respecto a la competencia.

• En frutos secos, Borges es la única empresa de Europa con campos agrícolas propios, gracias a los cuales el grupo se suministra para gran parte de sus ventas y controla a la perfección los factores internos del sector, como son cosechas, calidades y precios. **“Por poner un ejemplo —explica Llopis— en nueces Borges es el primer operador mundial, con autosuministro del 20 por ciento”.**

• Tanto en aceites como en frutos secos, el grupo catalán posee extensas redes internacionales. **“Estamos presentes, mediante redes propias o a través de distribuidores, en setenta países. No es normal que una empresa situada en Tàrrrega (Lleida) sea el exportador número uno de España en aceite de oliva.**

Ello es posible gracias a las redes internacionales y la aplicación del marketing adecuado en cada país”.

• En aceite de girasol, Borges está implantada en los países del Este, ubicación que asegura el suministro de pipas.

• El grupo tiene el negocio muy centrado en productos de la dieta mediterránea, que están de moda a nivel internacional, entre otros motivos porque se han demostrado los beneficios de las almendras y las nueces para reducir el colesterol y porque el aceite de oliva es ya un producto consumido en todo el mundo.

Posible salida a bolsa

Otro factor que no hace presagiar problemas de futuro para Borges.



En el ejercicio 1999 (cerrado el 31 de mayo) el grupo Borges alcanzó una facturación de 54.000 millones de pesetas (324'6 millones de euros) frente a los 52.700 millones de pesetas (316'7) del año anterior. Cabe destacar que las ventas exteriores superaron a las del merca-

do nacional, al situarse en 28.000 millones de pesetas. Con 895 empleados, el grupo de la familia Pont efectuó inversiones por valor de 2.300 millones de pese-



Jaume Llopis Casellas nació en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) en 1942, es licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona y MBA por el Iese de la Universidad de Navarra. Habla francés e inglés y su trayectoria profesional en diversas y destacadas compañías, le ha convertido en un verdadero experto en dirección de empresas.

En 1970 se incorpora al grupo Agrolimen y cuatro años más tarde accede a la dirección general de Purlom. A partir de 1975, Llopis fue el encargado de poner en marcha la filial española de Moulinex, donde ocupó la dirección general durante ocho años. En 1979, es nombrado además director general para la zona de Iberoaméri-

ca. El actual consejero delegado del grupo Borges afirma que los años en Moulinex “constituyen una de las etapas de la que me siento más orgulloso, porque la empresa tuvo un desarrollo realmente espectacular durante aquellos años de fundación y despegue”.

La multinacional norteamericana del sector alimenticio Carnation, le fichó en el año 1983 para hacerse cargo de sus filiales españolas, Solís y Carnation de España. Dos años más tarde, dicha compañía es adquirida por Nestlé, donde Jaume Llopis llegó a ser director de Nestlé España. “Fue también una época provechosa —explica— y conservo un excelente recuerdo de la empresa. Mi labor allí resultó

muy interesante y me permitió conocer cómo trabajaba una gran multinacional”.

De la Rosa y Mario Conde

En 1990, entra en Sarrió como consejero delegado, una experiencia que fue breve, ya que se interrumpió cuando Torras, con Javier de la Rosa al frente, adquirió la compañía. “De hecho, —rememora Llopis— he vivido de cerca los dos casos más graves acaecidos en la historia económica de España. Uno es el asunto Torras-De la Rosa, aunque yo abandoné Sarrió antes de que llegaran los problemas, porque conocía el asunto bastante a fondo y sabía cómo iba a acabar. El segundo es el caso

“Para dirigir empresas hay que mirar hacia adelante y crear valor de cara al futuro”

Borges es el primer exportador español de aceite de oliva, almendras y avellanas

productos de la dieta mediterránea

es que el grupo familiar ha profesionalizado la gestión. El consejero delegado asegura que “en estos momentos, existe un equipo de más de una docena de jóvenes de alrededor de los treinta años, con excelente formación, que son quienes aseguran la continuidad de la gestión. Entre ellos hay miembros familiares y otros que no lo son”.

Ante un futuro halagüeño, Llopis contempla la posibilidad de que Borges pueda salir a bolsa para financiar una expansión más acentuada. “No hay todavía ninguna decisión al respecto —aclara— pero convendrá estudiar la posibilidad de acudir a bolsa si surgen posibilidades de acometer adquisiciones importantes a nivel mundial”. Para el consejero

delegado del grupo, el problema de acudir a los mercados es que la empresa familiar queda “cogida” por los resultados a corto plazo, que hay que facilitar cada trimestre a la CNMV y son públicos. “En ocasiones, estar en bolsa es negativo para políticas a largo plazo. Por ejemplo, en Borges la política de los actuales accionistas es de no repartir dividendos y reinvertir todo el cash flow. En bolsa, eso ya no puede ser así”.

Las divisiones del grupo

Borges es hoy un entramado de empresas que persigue llegar a ser la marca líder mundial en alimentos de la dieta mediterránea y convertirse en el mayor operador del globo en alimen-

tos de dicha dieta. Las compañías de Borges están repartidas en cuatro divisiones, que son las siguientes:

División agrícola: Integrada por el grupo Frusesa/Frusansa, y la firma Borges of California. Explora fincas de cultivo y su visión de futuro está encaminada a servir a la consecución de los objetivos de calidad y coste del grupo, potenciar la marca Borges y enraizar en el campo al grupo y a la plantilla.

División aceites: Se ha planteado como metas situarse entre los tres operadores más importantes del mundo de aceite de oliva, liderar las exportaciones españolas de aceite envasado y ser la empresa más importante del noreste de España y sur de Francia de aceites de semilla y de pepita de uva. Las

empresas que la componen son Aceites Borges Pont, Aceites Borges Cádiz, Urgell Energía y Crisoliva.

División frutos secos: Integrada por Borges, Borges Andalucía, Almendras de Altura, Gexaval, Porporas, Productos Parés, Uriarte Iturrarte, Cosecha del Campo, Aspil, Crisol de Frutos Secos/Abertal, Crisol de Frutos Secos/Arboreto, Frutos Secos Abrego, Higos y Derivados Extremeños y Envasadora Alavesa. El objetivo planteado es ocupar la posición más importante de Europa tanto en granel como en envasado. Borges quiere ser la marca líder en este ámbito tanto a nivel cuantitativo como cualitativo.

División internacional: Abre nuevos mercados a Borges para ace-

lerar la consecución de los objetivos de crecimiento y rentabilidad. por ejemplo, Star Fine Foods, compañía centenaria de Fresno (California) adquirida por el grupo catalán hace unos años, prevé posicionarse como abanderada de la dieta mediterránea en los EE.UU. Por su parte, Borges Rusia extrae pipas de girasol, con 14 hectáreas de terrenos y plantilla de más de 200 personas. En Australia, la filial de Borges expande los productos del grupo en nuestras antípodas. Y Borges Tunisia se ocupa de reforzar el abastecimiento de aceites y consolidar la posición del grupo en venta de graneles.

Otras filiales de Borges en el exterior son Medist Czech S.R.O., Borges Francia y Borges Marruecos.