

“Podemos estar diez años en Polibol”

Eduardo Navarro, consejero delegado de Sherpa Capital

Juanjo Guisado

Se cumple un año de la entrada de Sherpa Capital en Polibol, una de las firmas históricas del sector de flexible con más de 50 años a sus espaldas, que ha formado parte de grupos empresariales como Renolit, Soplamil, Pechiney o Alcan. La entrada de Sherpa en su capital era un primer paso para formar un importante grupo en el sector de flexible a nivel europeo, con una dimensión que podría alcanzar en unos años los 60 M€.

Alimarket: Se cumple un año de la entrada de Sherpa Capital en Polibol, ¿cómo está siendo hasta ahora su experiencia en el embalaje flexible?

Eduardo Navarro: Hasta ahora estamos muy contentos con los resultados. El sector del embalaje flexible es muy competitivo y claramente paneuropeo. Por ello, Polibol es una empresa muy interesante ya que se mueve en un segmento de mayor valor añadido, está muy internacionalizada y que está presente en áreas con grandes oportunidades de crecimiento.



A: ¿Qué objetivos se han marcado en Polibol y cuáles se han cumplido?

E.N.: Ante todo, la compañía tiene una clara vocación internacional que se ha mantenido en estos dos años. Actualmente el 60% de nuestros ingresos (10,14 M€) se obtienen por ventas en el exterior y es algo que va a seguir así en los próximos años. En ese sentido, hemos aumentado nuestra red comercial tanto en el extranjero (fundamentalmente Europa, América y África) como en España con muy buenos resultados. De hecho, hemos conseguido que las ventas se eleven un 8% en 2010 hasta los 16,9 M€ y vamos a volver a elevarlas otro 18% en 2011 hasta los 20 M con 10 M€ de exportación y un 13% en 2012 hasta los 22,6 M€, de las cuales 11 M procederían de mercados exteriores..

A.: ¿Cómo se ha conseguido este crecimiento?

E.N.: Hemos hecho una apuesta firme por los mercados técnicos. A la impresión de materiales rígidos, hemos unido la posibilidad de fabricar materiales con “cold seal”, de fácil apertura y resellable, realizar impresión de barnices activos y aromatizantes o producir complejos destinados a productos esterilizables. Además, hemos optimizado nuestros recursos productivos, lo que nos ha posibilitado ser más competitivos en los clientes de gran volumen y precios ajustados, ganando cuota de mercado.

A.: Cuando Sherpa entró en Polibol, uno de los objetivos declarados por la compañía era la posibilidad de crecer a través de nuevas inversiones.

E.N.: Tenemos mucho interés en ganar tamaño tanto a nivel nacional como internacional. En ese sentido no cerramos puertas a ninguna posibilidad ya que esperamos que nuestro crecimiento sea tanto a nivel orgánico como a través de inversiones, que puede ser tanto de carácter productivo como a través de compras, tanto en España como, sobre todo, en Europa. También valoramos la posibilidad de abrir nuevas delegaciones o montar proyectos conjuntos con nuestros clientes en países a los que exportamos. En ese sentido quizá Latinoamérica sea la zona comercialmente más interesante, seguida de Europa, que es un mercado fuerte pero maduro.

A.: ¿Se han marcado un plazo para estos proyectos?

E.N.: No, aunque esperamos que en los próximos meses pueda haber planes más claros al respecto.

A.: ¿Pero se trataría de una adquisición en el sector del flexible o en otros campos del plástico?

E.N.: Como Polibol, la única compra que contemplamos es otra empresa de este mismo sector y que pueda aportar sinergias comerciales u operativas a la compañía. Pensamos que hay muchas oportunidades ya que es un sector atomizado y donde el tamaño genera sinergias claras. Desde Sherpa Capital estamos abiertos a otras inversiones que efectivamente podrían venir del sector plástico.

A.: Y eso a pesar de que el sector plástico es de los más dañados por la crisis.

E.N.: En esta industria hay que analizar muchos factores. En el plástico hay muchas posibilidades, pero también problemas. En algunos casos estas dificultades son sistémicas del nicho del que hablemos y hay poco que hacer, pero en otros es simplemente un problema de gestión en el que podemos aportar nuestra experiencia. Nosotros no somos una compañía inversora al uso sino que creemos en los proyectos a largo plazo. Podemos estar perfectamente en Polibol diez años.

A.: Ha mencionado Europa como mercado maduro y todos los estudios sobre el futuro del flexible en el Viejo Continente hablan de mucha estabilidad en el sector alimentario y más movimiento en campos como la farmacia o la cosmética.

E.N.: Efectivamente, aunque la alimentación es el grueso de nuestra actividad (70% del negocio entre seca y fresca) también tenemos presencia en campos como la higiene, la cosmética y la farmacia, una experiencia que queremos acrecentar. No obstante hasta la fecha hemos obtenido las mismas tasas de crecimiento tanto en el sector alimentario como en el resto de campos por lo que no prevemos concentrarnos en sólo uno de nuestros sectores de trabajo.

Titulares Última Edición Impresa

Últimas noticias del sector