



Imagen de una de las plantas de José Sánchez Peñate (JSP).

## JSP lleva su negocio lácteo a la Península y busca inversor

Víctor M. Osorio. Madrid

José Sánchez Peñate (JSP), uno de los mayores grupos de alimentación de Canarias, acelera sus planes de reestructuración y negocio para dar un vuelco a la situación de la empresa, que tuvo pérdidas de 8 millones y 10,7 millones en 2018 y 2017, los dos últimos ejercicios con datos en el Registro Mercantil.

El grupo controlado por María José Sánchez ha puesto en marcha un plan de negocio con el que espera “elevar un 25% las ventas en cinco años, pasando de 80 a 100 millones de facturación, y volver a beneficios en 2021 y 2022”, explica Ángel Pinacho, su director comercial.

El plan incluye cuatro palancas de crecimiento: el desarrollo de nuevas líneas de negocio en Canarias; orientar la división de yogures a la innovación (bio); elevar la exportación, con el foco puesto en África, donde ya tiene apalabrados varios contratos; y desarrollar su negocio lácteo en la Península.

### Acuerdo con Carrefour

JSP acaba de lanzar la primera parte de este plan con la intención de elevar sus ventas fuera de las islas, que suponen ahora el 80% de la cifra de negocio con 65 millones. La facturación del grupo está muy diversificada por categorías, entre las que se incluyen los yogures (15 millones), la pastelería congelada (11 millones) o el café (6,5 millones), pero el principal negocio de JSP es la leche (21 millones).

No obstante, la actividad de esta categoría se circunscribía hasta ahora a Canarias, a diferencia de otras, como la paste-

### PLANES

El objetivo de JSP es elevar un 25% su facturación en cinco años, **para alcanzar una cifra de negocio de 100 millones**, y salir de pérdidas en 2021 o 2022. El principal hándicap para la empresa es su alta deuda, que supera los 40 millones.

lería congelada, donde ya tenía presencia en Madrid. JSP acaba de sellar un acuerdo con Carrefour para desembarcar en la Península con su marca de leche Artelac, una alianza que se extenderá a todo el país y tanto a los supermercados como a los hipermercados del grupo galo.

La enseña se venderá en los lineales de leche, batidos y productos biológicos. La intención de JSP, que se encuentra en negociaciones con toda la gran distribución, es llegar a acuerdos similares con otros grupos en breve.

“La marca de leche Millac se seguirá potenciando en Canarias, pero toda la apuesta en Península será con la enseña Artelac. De igual forma, la exportación se hará con la enseña Anita y Celgán se centrará en yogures”, señala Pinacho.

El directivo reconoce, además, que la crisis del Covid-19

**La compañía está en conversaciones con otros distribuidores para alcanzar acuerdos similares**

está teniendo un impacto importante en la empresa. “La fábrica de pastelería congelada de Madrid está trabajando al 40% de su demanda habitual, lo que nos ha obligado a adaptarnos a nivel de personal. Además, la hostelería supone el 14% de nuestro negocio en Canarias y ahora está parada, aunque se ha compensado en parte con el aumento de las ventas en el canal de alimentación”, asegura el directivo.

La empresa afirma que tiene capacidad industrial más que suficiente para abordar el crecimiento planteado sin necesidad de ampliar sus plantas o elevar su número. “Hay margen hasta para triplicar la capacidad”, explica Pinacho.

### Reestructuración

JSP ha realizado una fuerte reestructuración societaria en los últimos años con la ayuda de KPMG. Sus cinco fábricas operaban casi como empresas diferentes, lo que complicaba la gestión y generaba ineficiencias. Ahora, trabajan como un solo grupo y se ha profesionalizado la gestión.

Pese a ello, la compañía arrastra una deuda de más de 40 millones de euros, lo que ha hecho que se encuentre a la búsqueda de un socio inversor. Su intención es que no entre adquiriendo *equity*, ya que la empresa no quiere abrir su capital, sino que se trate de un socio financiero que compre su deuda.

El siguiente paso será abordar una refinanciación con los acreedores de la compañía. El tamaño de ésta dependerá de la entrada del citado socio y de la cantidad de deuda que adquiriera.

# “El motor se puede recuperar rápido si la crisis no se alarga”

**ENTREVISTA RUGGERIO MUGHINI Director de Iveco España** / Considera que “la economía no estaba mal antes de la pandemia”.

Denís Iglesias. Madrid

Nunca el tráfico fue tan ligero, sin atascos, y tan pesado a la vez, por el protagonismo de los camiones. “El sector del transporte se ha adaptado en tiempo récord a una situación que cambia día a día”, declara Ruggerio Mughini, director de Iveco en España y Portugal, cuyos vehículos “están en todas las actividades esenciales: reparto urbano, trasnacional, basuras, ambulancias...”.

Iveco se ha volcado en la lucha contra el coronavirus fabricando pantallas 3D en las plantas de Madrid y Valladolid, y mantiene sus talleres abiertos para los camiones. Antes de la crisis, lideraba las ventas en todos los segmentos. “Si dura poco, nos recuperaremos rápidamente. Porque no estamos ante una situación como la de 2008. La economía no estaba mal hasta la pandemia”, confía Mughini, en un diagnóstico que hace extensible a la economía en general. “Esto volverá a funcionar y tenemos que estar preparados. También necesitaremos ayudas de los gobiernos y los bancos”.

Si su previsión se cumple, se volverá a hablar de energías alternativas. “Con los camiones no sucede como con los coches. No está tan claro. Por eso nuestra estrategia pasa por tener todo: diésel, gas, eléctrico e hidrógeno”. Las dos últimas gracias a la alianza con Nikola, el *Tesla de los camiones*, en lo que el directivo define como el “matrimonio perfecto”. “Nosotros ponemos nuestras fábricas e ingeniería y ellos su experiencia en cadenas cinemáticas alimentadas por baterías”.

El primer modelo de esta asociación será el Tre a pilas que llegará en 2021, mientras que el *fuell cue* lo hará en 2023. Para Mughini, el hidrógeno es una mejor solución de futuro por su mayor autonomía y rapidez de repostaje. “Ahora mismo, un camión eléctrico no responde a los requisitos del sector en cuanto a tara, peso, precio o prestaciones. Cargamos 40 toneladas a 90 km/h. Si tenemos que hacerlo con energía eléctrica, necesitaríamos un semirre-



Ruggerio Mughini, director de Iveco en España y Portugal.

“Hay que pensar en un camión como si fuera un móvil. Si no está conectado, solo podrás encenderlo o apagarlo”

“La conducción 100% autónoma está muy lejos. Sí será útil para aliviar y ganar eficiencia en viajes largos”

“La energía eléctrica no cumple hoy en día con los requisitos del sector del transporte en cuanto a carga o prestaciones”

molque para las baterías”. Si lo ve como una alternativa para el transporte urbano o de última milla, catapultado por el auge del e-commerce, “que durante estas semanas se ha incrementado de modo bestial. Ya lo venía haciendo porque notamos un aumento de las ventas de nuestro Daily –comercial que fabrica en Valladolid– debido al cambio en la logística, que ha pasado de un aprovisionamiento a grandes superficies a servir directamente al cliente final”.

La apuesta presente y realista de Iveco es el gas, una tecnología que introdujeron en su gama hace más de dos décadas, “y que hemos perfeccionando con autonomías de más de 1.000 kilómetros. Los vehículos de gas natural

licuado ya representan entre el 25% y el 30% de nuestras ventas”.

En cuanto a la conectividad, Mughini es directo: “Sin Internet, lo único que puedes hacer con un móvil es llamar. En los coches y camiones pasa lo mismo. Si no están conectados, solo puedes encenderlos o apagarlos, pero no disfrutar de todos los servicios asociados” que ya incorporan todos los S-Way, su cabeza tractora internacional. “Podemos reparar de modo remoto un problema incluso con el camión en marcha. Por ejemplo, una actualización de *software*. Tenemos toda la información del vehículo. Advertimos a un transportista de que no haga un viaje sin pasar por el taller si intuimos que va a tener problemas. Solucionarlos en una posventa cercana reduce mucho los costes”.

### Un avión sin piloto

En rutas largas, por vías de altas prestaciones, Mughini ve una aplicación de la conducción autónoma para camiones: “Como un avión, será necesaria la intervención en el arranque, para salir de un entorno urbano y maniobrar hasta destino. Por autovía, con el piloto automático, se ganará eficiencia, reducirá el tiempo de viaje y el transportista estará descansado. Pero un entorno 100% sin conductor lo veo muy lejos. ¿Te montarías en un avión sin piloto?”.