

**EMPRESAS Y SECTORES**

Instalaciones de la fábrica de Caiba en Valencia. Debajo, José Luis Baños, consejero delegado.

El amo español del plástico

La empresa valenciana Caiba produce 1.500 millones de envases para alimentación y factura casi 90 millones

POR MARÍA FERNÁNDEZ

José Luis Baños está muy enfadado porque, dice, el plástico es el enemigo público número uno, “pero a nadie le interesan las explicaciones técnicas sobre el asunto”. Hijo del fundador de la empresa valenciana Caiba y actual consejero delegado, Baños lleva las riendas de un grupo que produce 1.500 millones de botellas plásticas cada año para la industria alimenticia —lo que se traduce en 89 millones de euros en ventas— y es el segundo mayor fabricante de España en su clase tras la estadounidense Plastipak.

Baños se encuentra en una situación compleja, igual que todo su sector: su empresa va bien, con clientes estables y una producción avalada por años de historia, pero el cerco al odiado material puede depararle un futuro que quizá no espera. Sentado en una gran mesa de reuniones en sus impecables oficinas de Valencia, Baños sostiene una botella vacía y repite que “vale mucho dinero”, y cree que la solución pasa por fórmulas para mejorar el reciclaje. “Hay sistemas para todos los gustos. En Alemania, por ejemplo, el consumidor paga el envase cuando lo compra y le reembolsan su importe al devolverlo”. También habla de bonificaciones en impuestos aplicadas por otros países a ciudadanos concienciados.

Asépticas como un laboratorio, sus instalaciones son la base de un negocio que nació en 1955 como distribuidora de carbón.

José Luis, su padre, pronto olió el rastro de los nuevos tiempos en la fabricación de polímeros y en 1967 Caiba fue la primera empresa en sacar al mercado una botella para envasar aceite —todavía conservan a su primer cliente, Aceites del Bajo Aragón y Coloniales (Abaco)—. A partir de entonces el desarrollo de estos productos fue explosivo, igual que el crecimiento de Caiba. Ahora, con un mundo inundado de residuos y el cambio climático enviando alertas dramáticas, Baños dice que, hoy por hoy, el plástico PET (polietileno tereftalato) que ellos fabrican, “es la opción más ecológica del mercado”.

Según ANEP, el lobby de los productores de este tipo de material, se duda de su reciclabilidad, pero “por su condición de termoplástico es totalmente reciclable y es utilizado en diversas aplicaciones”. Puede volver a la vida como materia prima para nuevos envases, prendas textiles, calzado o bases de pinturas de poliuretano. Pero, volviendo al inicio, la industria tiene un problema formidable: que el sistema funcione sin aumentar los residuos. “Para 2020 estaremos usando 3.500 toneladas de [materia prima para] PET recicladas en la fabricación; este año ya son 1.200 toneladas”, ex-

plica el consejero delegado de Caiba. Para su producción actual necesitan 40.000 toneladas de materia prima, de modo que ahora solo el 4% procede de material reutilizado. “El problema es que no hay, no podemos conseguir PET reciclado en grado alimentario. El 90% lo importamos, la demanda duplica a la oferta y es un 40% más caro”.

El reloj avanza y pronto el sector tendrá que cumplir con una directiva europea que obligará a que, a partir de 2025, los envases tengan un porcentaje de material reutilizado del 25%. La industria europea tiene unos desafíos muy grandes, cree Baños. “Hay que trabajar para una economía circular. No se pueden plantear soluciones para contentar a la opinión pública con políticas de gestos”. Para él,

uno de esos gestos sería prohibir las botellas de plástico. “El debate está mal enfocado: no es un problema de materiales, sino de residuos, de su gestión. Una botella no es un envase de un solo uso, y eso hay que trasladarlo a la gente. La industria europea plástica emplea a 1,5 millones de personas y factura 350.000 millones”.

Caiba es, en ese contexto, un actor mediano que ha ido creciendo centrado en la alimentación, creando productos para



CAPITAL RIESGO

Las diez compañías de Nazca

Carlos Carbó y Álvaro Mariategui fundaron Nazca en 2001 como un fondo de capital riesgo orientado a invertir en empresas medianas y pequeñas. Tras entrar y salir de firmas como Rodilla o Lizarrán, contabilizan ya 29 inversiones directas en compañías, 17 adquisiciones de empresas desde sus participadas y 19 desinversiones. El dinero procede de varios fondos que están en manos principalmente de inversores institucionales internacionales. Ahora, su cartera de participadas está formada por Caiba y otras nueve compañías: Cinelux (de iluminación en cine y TV), Grupo OM (comunicación visual y merchandising), FoodBox (restauración), Distribuciones Juan Luna (alimentación), McBath (platos de ducha), Phibo (implantes dentales), Herbex (hierbas aromáticas), Terra-test (construcción) y Diater (biofarmacia).

Baños: “No hay ninguna alternativa más ecológica que el plástico”

La industria europea ingresa por valor de 350.000 millones de euros

sustituir otros menos eficientes. En 1998 inauguraron la planta de Alcalá la Real, en Jaén, porque querían estar cerca de las empresas aceiteras a las que servían. En 2016 dieron entrada a un socio financiero, el fondo de capital riesgo Nazca que, a través de la empresa Pack New Co, compró el 76% del capital. La gestión sigue en manos de la familia. “Entendemos que una sociedad de capital riesgo tiene una vida limitada, de entre cinco y siete años, dentro de una empresa como la nuestra”, admite Baños. Nazca lleva en el consejo tres ejercicios, pero el directivo cree que no se irán de inmediato. “Tenemos un proyecto: llegar a 100 millones en ventas en 2021 y a 15 millones de resultado de explotación”. Cuando entró Nazca, Caiba facturaba 72 millones.

Más que fábricas

No solo tienen esas dos fábricas: una decena de clientes, como empresas de bebidas, tiene líneas de maquinaria de Caiba en sus propias instalaciones para transformar lo que llaman las “preformas” de las botellas (una especie de cilindros de pequeño tamaño) en el envase final. De este modo se ahorran el coste del transporte. Con 210 trabajadores, han incorporado a 21 personas este año y esperan crecer un 5% en facturación. En un sector muy competitivo, creen que su ventaja sobre los rivales está en el conocimiento que les da su larga trayectoria. “Hemos sido pioneros en el estudio de retirada de aditivos; trabajamos con los clientes para mejorar lo que llamamos el ecodiseño, de modo que el envase sea lo más ecológico posible”. Y para crecer no se plantean salir a Bolsa —como acaba de hacer otra empresa de su sector, Kompuestos—, sino que tantean la posibilidad de comprar empresas que les complementen, pero siempre siguiendo una regla comercial: que ninguno de sus clientes, ahora 800, suponga más de un 5% de la facturación, algo que les obliga a trabajar con volúmenes más pequeños y tecnologías distintas.

Por ahora, las imágenes de mares de plástico no contradicen su cuenta de resultados. Preguntado por si no será insostenible su empresa si el material que genera no vuelve a la cadena, Baños contesta escuetamente: “Correcto”. E insiste: “Hay que pensar y actuar de una manera distinta. Hoy no hay ninguna alternativa más ecológica que el plástico”.