



Nota de Prensa.

- UNIPAPEL S.A ha celebrado su Junta General Ordinaria de Accionistas el día 27 de Mayo de 2000.
- Se han aprobado las cuentas del Ejercicio 1999 destacando un incremento del 30% en ingresos y del 47% en beneficios.
- Se ha aprobado la distribución de un dividendo de 50 ptas. por acción con cargo a reservas voluntarias, con lo que la retribución total al accionista será de 66,50 ptas. por acción, un 5% superior a la del año pasado.
- Se comentaron diversos aspectos de la evolución del Grupo Unipapel y del reciente compromiso de venta de Papelera Peninsular alcanzado con HOLMEN AB.
- Destacamos los siguientes contenidos del discurso del Presidente D. Angel Moreno de Tejada y del Consejero Delegado D. Juan Antonio Lázaro.

Del discurso del Presidente D. Angel Moreno de Tejada Oliva.

“Tal como en su día acordó la Junta General, constituimos el 30 de junio de 1999 la sociedad Unipapel Transformación y Distribución, que ya en el segundo semestre del año se hizo cargo de la actividad de fabricación y comercialización hasta entonces llevada a cabo por la Matriz.

Este hecho ha convertido a Unipapel, S.A. (la empresa de la que los aquí presentes somos accionistas, y que cotiza en Bolsa) en una holding, tenedora de acciones de una serie de filiales a través de las cuales ejerce indirectamente su objeto social.”

“Afortunadamente en el año 2000 el comportamiento de nuestras acciones en Bolsa está resultando muy positivo y ayer, con una cotización de 10,50 euros, llevamos acumulado un incremento del 30% desde principio de año, muy superior al de la Bolsa en su conjunto.”

“En abril dimos a conocer al mercado un hecho de extraordinaria trascendencia como es el acuerdo alcanzado con el Grupo Papelero Sueco Holmen AB para la venta de la totalidad de nuestra participación en Papelera Peninsular.

Recordarán que en la Junta del año pasado les hicimos partícipes del deseo del Consejo de Administración de buscar un socio industrial que tomara una participación minoritaria en Papelera Peninsular.

Había varias razones, todas importantes, que lo justificaban. En primer lugar, la propia dimensión de Papelera Peninsular, que a pesar de haber multiplicado por cinco su capacidad de producción era una empresa muy pequeña en comparación con lo habitual en el mercado del papel prensa. Una sociedad como Holmen, que no está entre los mayores a nivel mundial, tiene prácticamente diez veces más de capacidad.

Además Papelera Peninsular estaba muy endeudada como consecuencia de desviaciones importantes en el proyecto de inversión, lo que en una empresa típicamente cíclica como es ésta podría suponer en un momento concreto algunas dificultades para el Grupo en su conjunto.

Y finalmente, necesitábamos algún tipo de colaboración técnica y comercial con un gran grupo mundial para llegar a ser algo importante en un mercado cada vez más globalizado como sin duda Uds. conocen y como ponen de manifiesto las operaciones de compra, absorción, etc. llevadas a cabo recientemente entre los grandes operadores mundiales.

En todo este contexto decidimos, como ya he indicado, buscar un socio industrial que mediante una ampliación de capital solucionara todos nuestros problemas y carencias.

Pero tras un año de contactos con seis grandes grupos, ya que el Proyecto Papelera tuvo un gran eco y despertó extraordinario interés, hemos llegado a la conclusión de que ningún socio industrial estaba dispuesto a participar minoritariamente en Papelera Peninsular.

Y en consecuencia el Consejo de Administración tuvo que decidir entre continuar como estábamos, ceder la mayoría o vender totalmente la empresa.

Y una vez sopesados los pros y los contras de cada alternativa, hemos considerado la venta de la totalidad como la mejor opción. Y el 5 de abril firmamos con Holmen un acuerdo de compraventa sobre el que estamos trabajando y que materializaremos en cuanto se pronuncie sobre la operación La Dirección General de Política Económica y Defensa de la Competencia, ya que este trámite es necesario debido a la cuota de mercado que Holmen adquiere en España como consecuencia de la compra de Papelera Peninsular. Se trata, no obstante, de un trámite previo que difícilmente puede afectar a la validez de la misma, aunque puede llegar a aplazarla en el tiempo aproximadamente un mes.

Creemos que la venta es la mejor solución tanto para Unipapel como para Papelera Peninsular y su personal. Y por supuesto para todos Uds. como accionistas de Unipapel.

¿En qué ha consistido la operación?

Pues resumidamente en una valoración de Papelera Peninsular de 40.000 millones de ptas. lo que supone un valor neto, descontada la deuda, de 18.500 millones de ptas., a percibir por los socios. Corresponden, por lo tanto, a Unipapel 16.650 millones, es decir el 90%, a los que habrá que añadir más de 1.000 millones más, importe de la máquina vieja y de un terreno de Alcalá de Henares que no han formado parte de la transacción.

Esta operación supone para Unipapel un beneficio neto del orden de 8.700 millones de ptas. y una tesorería adicional de más de 12.000 millones después de pagar impuestos, aparte de, como es lógico, un saneamiento total de su balance consolidado que queda libre de endeudamiento financiero.

Supone, además, la salida de nuestro grupo de las actividades de fabricación de papel y de recuperación de papel viejo ya que ambas son las que entran en el acuerdo con Holmen.”

“La venta de Papelera Peninsular nos proporcionaría una tesorería adicional de más de 12.000 millones de ptas. cantidad ciertamente importante y muy superior a las necesidades de la sociedad para hacer frente a sus inversiones de futuro.

Además, el año 2000 es para nosotros nuestro ejercicio económico número veinticinco, es decir que estamos en plenas bodas de plata.

Y ambas circunstancias pienso que bien merecen una celebración de la que nuestros accionistas deben ser los principales beneficiarios.

Por ello vamos a proponer a todos Uds. en una Junta Extraordinaria que celebraremos lo antes posible, una vez cerrada del todo la venta de Papelera Peninsular y cumplidos los oportunos trámites, repartir mediante el sistema financiero-fiscal más beneficioso, una parte muy importante de dicha tesorería.

Estamos estudiando los pormenores de la operación para presentarla y consensuarla con la C.N.M.V. y como acabo de decir, una vez diseñada la someteremos a la aprobación de nuestros accionistas.”

Del discurso del Consejero Delegado D. Juan Antonio Lázaro Lázaro.

“Las ventas de la actividad de transformación de papel y cartón, distribución de consumibles de oficina y de productos para las artes gráficas alcanzaron un récord en la historia de Unipapel, superando las de 1995, las más altas hasta el momento, y situándose en 17.376 millones de pesetas, con un incremento del 5% sobre el año anterior.”

“En 1999 hemos seguido avanzando de acuerdo con la estrategia ya comentada en años pasados en un doble sentido:

Primero incrementando la oferta de nuestro catálogo introduciendo en el mismo productos fabricados por terceros y de consumo habitual por parte de nuestros clientes; Y segundo, extendiendo nuestras actividades a otros mercados vía exportación directa, o indirecta a través de sociedades filiales o participadas.

La primera actuación pretende aprovechar el potencial de la red comercial y logística de Unipapel logrando una masa crítica de negocio capaz de garantizar nuestra estabilidad, consiguiendo diluir los gastos de estructura que crecerán menos que los ingresos y sobre todo, aportando a nuestros clientes más valor añadido en su relación con nosotros.

La segunda actuación (exportación), pretende hacer frente a la madurez y falta de crecimiento de los mercados interiores y va dirigida sobre todo, aunque no exclusivamente, a los productos de nuestra propia fabricación.

1999 ha sido un año en el que hemos avanzado, una vez más, en ambas direcciones.”

“El Grupo Papelera, por su parte también ha tenido un buen comportamiento abandonando las pérdidas de ejercicios anteriores y pasando a beneficios de forma gradual a medida que avanzaba el año. Por una parte la actividad de fabricación de papel prensa llevada a cabo ya en la nueva instalación ha ido consolidándose a medida que nuestra experiencia y formación como fabricantes aumentaba. Además, la receptividad que los clientes han mostrado ha sido total con lo que hemos podido incrementar de forma importante nuestra presencia en el mercado nacional, e incluso exportar a los países cercanos. Como consecuencia de todo ello la producción neta ha sido de 127.000 Tm, con aumento del 120% sobre el año anterior, la exportación ha alcanzado el 41% de nuestras ventas y el cash-flow ha ascendido a 1.525 millones de pesetas.”

“Espectacular ha sido la mejora de la actividad de recuperación de papel viejo que, como saben, es una inversión estratégica encaminada a la obtención de la materia prima necesaria para fabricar papel. Los mercados han reaccionado con precios al alza ante un importante aumento de la demanda consecuencia de la mejor situación económica internacional y del aumento de necesidades de materia prima en Asia.

La consecuencia ha sido un importante beneficio en nuestras sociedades de recuperación que, además, han avanzado de forma significativa en la prestación de servicios de recogida de residuos urbanos, nicho de gran futuro relacionado con la nueva legislación medioambiental sobre envases y embalajes. El cash-flow total ha sido superior a 400 millones de pesetas que, además de sanear la situación financiera, permitirá seguir invirtiendo en elementos necesarios para la ampliación de la actividad.”

“Dentro del año 2000 estamos a punto de abandonar las actividades de fabricación de papel y de recogida de papel viejo en cuanto cerremos definitivamente la venta a Holmen AB.

Por ello, en el presente ejercicio vamos a tener un beneficio muy importante como consecuencia de esta operación y un incremento de tesorería que en la forma más adecuada vamos a distribuir entre nuestros accionistas.

Pero es nuestra obligación pensar en el futuro y en la continuidad de nuestra sociedad para desarrollarla de forma tal que sigamos creando valor, garantizando su desarrollo en lo sucesivo y también una retribución anual creciente en línea con lo que estamos acostumbrados.

Papelera Peninsular deja de pertenecer al Grupo y además repartiremos un dinero sobrante. Pero ello no debe ser interpretado como la entrada en un proceso de empequeñecimiento de Unipapel ni presupone la venta de otras actividades.

Al contrario, queremos asumir ante Uds. el reto de desarrollar lo que nos queda, que tiene mucho que aportarnos, y también de apostar por otras actividades más en consonancia con los nuevos tiempos.

¿Qué nos ha quedado tras la venta de Papelera Peninsular y sus filiales?

Permítanme que se lo recuerde ya que da la sensación de que no somos nada o al menos esto es lo que está opinando la Bolsa al otorgarnos una capitalización bursátil prácticamente equivalente a la tesorería procedente de la venta de Papelera Peninsular.

Además de esta tesorería, Unipapel, S.A. es el propietario de Unipapel Transformación y Distribución que es la empresa líder del mercado español del sobre y está entre las primeras como fabricante de material escolar y de archivo.

Tenemos, también, una amplia red comercial y de distribución con la que abordamos el mercado de consumibles de oficina y productos para las artes gráficas. Todo ello dirigido a más de 22.000 clientes la mayoría de los cuales son intermediarios que a su vez llegan al consumidor final. A través de ellos el producto Unipapel está en todas las oficinas y hogares.

Llegamos también directamente a un importante sector de la clientela como son las oficinas a través de una empresa especializada llamada Ofiservice en cuyo capital participamos en un 50%.

Estamos presentes en Portugal, Andorra y Francia con sociedades propias cuyo objetivo fundamental es colocar en estos países nuestros productos sin perjuicio de que, además, tengan autonomía propia para adaptar su oferta a las circunstancias específicas de cada mercado.

Exportamos prácticamente a todo el mundo a través de nuestra propia División Internacional y de Hispapel, S.A.

Estamos presentes en el mundo de la informática con una participación financiera del orden de 5% en ADLI uno de los principales mayoristas de hardware de la Península Ibérica y a través de Nextel que se dedica al desarrollo software y a trabajos informáticos de valor añadido en general.

Y finalmente, dejando al margen pequeñas participaciones en otras empresas, tenemos un importante patrimonio inmobiliario que sin contar nuestras instalaciones de fabricación está valorado en torno a 2.500 millones de pesetas. Aunque su destino final es la venta, mientras se lleva a cabo nos producirá importantes ingresos por alquileres.

Todo esto tiene un gran valor aunque, como ya hemos repetido, la Bolsa no lo reconozca. Pero estamos seguros de que cuando el mercado conozca nuestra estrategia de futuro y las posibilidades que a partir de ahora se abren, las cosas van a cambiar sustancialmente. Sobre todo teniendo en cuenta que los fondos invertidos van a ser menores que en la actualidad, como consecuencia de la distribución que estamos estudiando.”

“Dedicaré unos minutos a analizar nuestra estrategia de futuro.

En principio, y una vez abandonadas las actividades de fabricación y recuperación de papel vamos a centrarnos en lo que ha sido nuestra actividad tradicional. Vamos a mantener nuestra actividad industrial dotando a las fábricas de medios productivos evolucionados y de última tecnología. Queremos evolucionar con el mercado ya que aunque trabajamos con productos de bajo potencial de crecimiento todavía tienen bastante recorrido, sobre todo el sobre y dentro del sobre el publicitario.

Somos conscientes, no obstante, de que el poco potencial de crecimiento de los productos que fabricamos (sobres, material escolar y material de archivo), unido a que nuestra cuota de mercado en España es muy elevada, impiden basar el desarrollo de Unipapel en estos productos.

Por ello, y como ya dije antes, estamos potenciando la exportación y la incorporación a nuestro catálogo de productos fabricados por terceros y relacionados con la oficina y las artes gráficas.

Y es precisamente en estos dos aspectos en donde debemos seguir invirtiendo.

La exportación tanto directa como indirecta a través de filiales, está teniendo desarrollos importantes y vamos a potenciarla más en los próximos años incrementando los equipos humanos e invirtiendo en empresas en el exterior cuando encontremos alguna que merezca la pena y se adapte a nuestras necesidades. Estamos muy satisfechos de nuestra reciente inversión en Francia y es un modelo a seguir.

El otro aspecto es decir, la distribución es aun más importante y puede ser fuente de crecimiento constante y estable para Unipapel porque aquí, a diferencia de lo que fabricamos, nuestra cuota de mercado es pequeña y por lo tanto nuestras posibilidades de crecimiento son muy importantes.”

“Los nuevos tiempos están propiciando nuevas formas y tecnologías para abordar el mercado.

Y en este punto tengo que referirme a Internet y todo el conjunto de retos y oportunidades que este concepto conlleva.

Los responsables de Unipapel tenemos claro que no podemos quedar al margen de esta realidad porque pensamos que no se trata de una moda pasajera. Tenemos que tomar la iniciativa inmediatamente aunque sabemos que es un negocio que entraña riesgos y que puede, incluso, no tener resultados positivos en el inicio. Pero si no lo hacemos, alguien nos tomará la delantera y probablemente, en un futuro próximo nos arrepentiremos por esta omisión.

Por ello estamos trabajando en el “e-commerce” con objeto de que Unipapel Transformación y Distribución pueda a corto plazo emplear la red como una forma alternativa de acercar nuestros productos a la clientela. Deberíamos estar operativos a finales de año y compaginaríamos esta forma de vender con los métodos tradicionales.

Pero queremos ir más lejos y aunque aun no hemos tomado la decisión definitiva, estamos en estudio para crear, con un grupo especializado importante, un portal donde una serie de clientes, generalmente pertenecientes al mismo sector puedan relacionarse con un conjunto de proveedores que ponen a su disposición un catálogo electrónico con sus productos.”

“Me gustaria haberles podido transmitir un mensaje de optimismo para el futuro así como la idea clara de que Unipapel no se acaba con nuestra salida de Papelera Peninsular. Al contrario, los retos y oportunidades siguen siendo muy importantes y aunque a corto plazo se produzca la lógica caída de volumen de negocio y de beneficio consolidado, vamos a neutralizar esta caída con un mejor comportamiento de todo lo que nos ha quedado.”