



Borges descarta reducir precios y apuesta por la internacionalización

BARCELONA EFE

El presidente del grupo Borges, Antoni Pont, aseguró ayer que el principal objetivo de la compañía no es el de reducir precios, como están haciendo las marcas blancas, sino apostar por la internacionalización y los mercados emergentes de India, Brasil y China.

En una conferencia en Esade, Pont anunció que el grupo pretende hacerse un hueco en estos tres países, al considerar que es en "los mercados emergentes en los que está el futuro".

Asimismo, el presidente de Borges afirmó que la reducción de fronteras es una tendencia irreversible y es ahí donde se tienen que preparar, según un comunicado de

El grupo quiere hacerse un hueco en los mercados emergentes de India, China y Brasil

la escuela de negocios.

Pont se mostró también preocupado ante la situación actual del sector agroalimentario y el temor a que se produzca "una cierta desaparición de la cultura agrícola".

El 29% de las ventas de los hipermercados y el 59% de los supermercados corresponde a productos agroalimentarios procedentes del

extranjero, es decir, de importación, y consideró que estas cifras son muy negativas para los agricultores españoles.

Antoni Pont también habló sobre las marcas blancas y su futuro en el mercado español. "Sufrimos los precios de las marcas distribuidoras", criticó. En su opinión, lo más importante es "invertir en producción y en publicidad, en lugar de darle prioridad al precio".

El directivo explicó que Borges no contempla su entrada en el sector de la distribución, aunque remarcó la importancia de adaptarse a los gustos y a la demanda de los consumidores de todo el mundo.

Por último, Pont apostó por impulsar el concepto "Made in Spain".