



Equipo de Tactio  
que ha participado en  
la intervención de  
Bon Llevat:  
**Jordi Mas,**  
**David Mejías y**  
**Men Gaspar**

# Bon Llevat

## VOCACIÓN DE SERVICIO

*CRECER EN TIEMPOS DE CRISIS NO ES ALGO RESERVADO A TODOS. JESÚS PÉREZ SUPO PONER LA PROA HACIA EL FUTURO, MANEJAR SU NAVE CON DESTREZA PARA SORTEAR LA TORMENTA Y SALIR DE ELLA NO SOLO ILESO, SINO REFORZADO. AHORA SE PLANTEA AMPLIAR SUS INSTALACIONES PARA CONTINUAR AVANZANDO.*

**>** Bon Llevat ocupa el puesto número 1 en el ranking de la distribución de materias primas para panadería y pastelería en la provincia de Barcelona. Nació hace 27 años de la mano de Jesús Pérez Tortajada, actual gerente y director comercial, de personalidad inquieta y con múltiples intereses. Sin ir más lejos, es el vicepresidente de la Federación Catalana de Petanca, uno de los organizadores de la recién estrenada feria Barcelona Capital Pa y consejero delegado de la asociación de distribuidores Back Europe. Antes de abrir su propia empresa, Jesús ya contaba con una amplia experiencia en el comercio de levadura para panaderías. De hecho, el germen de lo que hoy es Bon Llevat surgió en 1992 bajo el nombre de Levadura Hércules, que era “una de las marcas que comercializaba la firma en la que yo trabajaba por aquel entonces y que tenía su sede en Madrid. El distribuidor en Barcelona cambió de marca y entonces vinimos a recuperar el mercado. Yo tenía muchas ganas de volver a Cataluña y aproveché la ocasión para montar una pequeña distribuidora solo de levadura, junto con mi mujer”, recuerda.

Aquella empresa, que contaba con solo dos repartidores y tenía una facturación estimada de un millón de euros, con

el tiempo se convirtió en lo que es hoy Bon Llevat, una firma que da trabajo a 22 personas y que factura anualmente nueve millones de euros. Con la innovación siempre presente, sus responsables se han preocupado de salir al exterior, acudir a múltiples ferias, ver las novedades que allí se presentan e incorporarlas a su cartera de productos. La preocupación por la clientela y la constante oferta de nuevas referencias son dos de los pilares que sustentan a Bon Llevat. “Yo diría que el cliente siente como si nosotros fuéramos parte de su empresa, en cuanto a la búsqueda de novedades y de cambios en la forma de vender, no solo el pan sino los productos de pastelería y bollería. Para nosotros, el cliente ya no es únicamente un cliente, sino que lo consideramos un partner”, afirma Jesús.

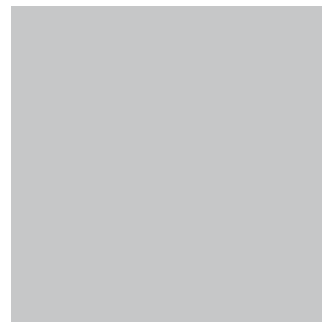
### GRANDES HITOS

Desde su nacimiento, Bon Llevat nunca se había planteado repartir beneficios, puesto que su política era la de reservarlos para futuras inversiones o momentos delicados. Y precisamente eso fue lo que les permitió no depender de los bancos en plena crisis de 2007. Con esos fondos, se pudieron afrontar los impagos, absorber a otras pequeñas empresas y captar a proveedores que estaban en distribuidoras con se-



◀ Hace tres años, Bon Llevat abrió Espai Pa, un espacio donde se hacen demostraciones y se dan conferencias a los clientes. Situado dentro del almacén, cuenta con mesas, fregadero, un horno y diferentes utensilios para hacer productos de panadería en directo. “Es una forma de acercar nuestras instalaciones al cliente y que este nos conozca mejor”, explica Jesús Pérez Tortajada

“CONSIDERAMOS AL CLIENTE COMO UN PARTNER”



▶ Con 34 años, Jesús Pérez hijo cuenta con una experiencia de más de doce en Bon Llevat. Actualmente se ocupa de la operatividad y la logística y está acabando su formación, para tomar el relevo cuando su padre se jubile



rios problemas. “Ese colchón nos sirvió para afrontar la crisis y hacer de ella una oportunidad de negocio”, explica Jesús.

Con el transcurso de los años, el mercado cambió mucho: la panadería artesana fue desapareciendo, las grandes empresas lo copaban todo y “empezamos a diversificar el producto”. Se incorporaron a la cartera los lácteos, chocolates, cremas... con tal éxito que, actualmente, el producto estrella de Bon Llevat son los productos lácteos, especialmente la mantequilla y la nata de la multinacional Lactalis, que se conserva cuidadosamente en una cámara refrigerada instalada dentro del almacén de 800 metros cuadrados que la empresa tiene en Barcelona ciudad.

La actividad allí es frenética. Los empleados no cesan de moverse de aquí para allá, trasladando producto de un lugar a otro y cargando las furgonetas que llegan continuamente a la puerta de la empresa. “Es un no parar desde las cuatro y media de la mañana, cuando abrimos puertas, hasta las cuatro de la tarde, momento en que bajamos la persiana”, reconoce Jesús Pérez hijo, en quien su padre ha depositado todas las esperanzas para que continúe dirigiendo la empresa cuando él ya no esté.

## EL RELEVO, UN RETO

De hecho, ese fue el principal motivo para contactar con Tactio: dotar al heredero de las herramientas necesarias para llevar a cabo el relevo generacional en óptimas condiciones. “Estamos en el proceso final de asesoramiento –explica Jesús padre-. Durante estos años hemos mantenido un contacto constante con Jordi Mas, quien se puso a nuestra completa disposición desde el principio. Gracias a su colaboración hemos adoptado nuevas estrategias de trabajo que nos han llevado a aumentar nuestro volumen de negocio: cuando contactamos con la asesoría teníamos seis millones de euros de facturación y, en este tiempo, hemos crecido en tres millones más. Pero lo que destacaría, por encima de todo, es que Tactio nos ha enseñado a ser disciplinados”.

Y es que había varias cosas por mejorar. Como ejemplo, valga decir que cuando los responsables de Tactio llegaron a la empresa la firma no disponía de Comité de Dirección. Ahora, tras más de dos años de intervención, Bon Llevat cuenta con dicho comité, del que forman parte Jesús Pérez Tortajada como gerente y director comercial, Jesús Pérez Osorio, quien se ocupa del operativo logístico, y Cristina Soler, una trabajadora que lleva 10 años en la empresa, que se siente





◀ La vocación de Bon Llevat es comercial. "Nos adaptamos a las últimas novedades que hay en el sector y vamos a la línea de alto valor añadido", dice el director comercial

## LA RAPIDEZ EN EL SERVICIO HA SIDO UNA DE LAS

muy identificada con ella y que, a día de hoy, es la directora administrativa. Todos ellos disponen ahora de las herramientas necesarias para poder interpretar datos de gestión, tomar decisiones e implementar nuevas estrategias en base a su análisis. En cuanto a la preparación para el relevo generacional, señalan que ya falta muy poco para que esta finalice. En breve terminará la colaboración con Tactio y Jesús Pérez Osorio podrá tomar las riendas del negocio en cuanto su padre –que está a punto de cumplir los 60 años– decida jubilarse.

### OBJETIVO: SEGUIR CRECIENDO

Bon Llevat, como toda empresa que funciona, se plantea seguir creciendo. Su objetivo para este ejercicio es llegar a los 12 millones de euros de facturación y, a más largo plazo, a los 20 millones. La absorción de otras empresas también entra en sus planes. Su cartera de productos no para de aumentar y, actualmente, incluye unas 3.000 referencias, desde lácteos y levaduras a chocolates, harinas, papel para magdalenas, colorantes naturales, azúcar, leche, aromas, cabello de ángel, almendras caramelizadas, aceite...

En este plan de futuro, Tactio ha tenido mucho que ver, pues ha ayudado a ampliar horizontes y a comprender que abrirse camino en el sector HORECA puede ayudar a sortear los vaivenes del mercado. Por otra parte, recientemente Bon Llevat ha incorporado productos de heladería de la mano de la firma italiana Irca, que cuenta con 2.500 referencias, y continúa sumando nuevas marcas a su cartera de productos. Tanto es así, que el almacén donde tiene la sede ha quedado pequeño y, por ello, se ha alquilado otra nave en Sant Quirze del Vallés.

### RETOS DE FUTURO

La logística requiere de un plan eficaz cuando hay que trasladar tantas referencias en tan poco tiempo (se tardan únicamente entre dos y tres horas en servir el pedido desde que el cliente hace la petición) y cuando se trabaja con productos que, en ocasiones, son perecederos. La rapidez en el servicio, por tanto, ha sido clave a la hora de ganar nuevos clientes: "Empezamos con una pequeña furgoneta de urgencias y hemos acabado teniendo muchas, lo que nos ha hecho ser un referente en Barcelona", recuerda el director comercial.



“TACTIO NOS HA ENSEÑADO A SER DISCIPLINADOS”

## CLAVES PARA LIDERAR EL MERCADO CATALÁN

El crecimiento es, por otra parte, una necesidad para sobrevivir en un mercado que pone el acento en las cadenas de distribución. “La progresión se da sobre todo en grandes clientes, que lo están haciendo bien y que cada vez son más potentes”, afirma Pérez padre. Hacia ahí va, por tanto, su estrategia a corto y medio plazo. “La distribución va a cambiar. Este sector busca empresas con facturaciones en torno a los 20 millones de euros y esto hará que muchas distribuidoras desaparezcan, porque no podrán soportar costes fijos que cada vez son más altos, al igual que los requisitos de calidad, riesgos laborales, control de lotes, sanidad... Todo ello encarece el coste y solo se puede compensar si tienes un gran tamaño”, continúa, asegurando que, por lo que se refiere a los comercios, “solo se salvará quien se especialice. El resto será absorbido por las grandes cadenas”.

### HACIA LA DIGITALIZACIÓN

El mercado natural de Bon Llevat es Cataluña y, aunque también suministra harinas belgas y francesas al resto de España, por el momento la empresa no se plantea salir al extranjero. Lo que sí está en proceso, asesorados por Tactio,

es la creación de una página web a través de la cual podrán entrar de lleno en el mundo digital. Aunque el sector de la panadería y la pastelería todavía es muy reacio a incorporar nuevas herramientas tecnológicas, en Bon Llevat saben bien que el e-commerce puede ser una buena apuesta para llegar al cliente final. Jesús Pérez padre no quiere finalizar esta entrevista sin darle un consejo a su sucesor a través de estas páginas: “A mi hijo le diría que se rodee de buenos profesionales, que siga en la línea del crecimiento y de ser partner de buenas empresas y, sobre todo, que cuide mucho a los clientes”. ■

VER EL VÍDEO CON EL REPORTAJE ÍNTEGRO:

<https://youtu.be/iJ0WVv10rQ>

