

# Capresa celebra su 50 aniversario tras superar un concurso de acreedores

- Calibrados de Precisión, S.A. (CAPRESA) celebró su 50 aniversario y la Cambra de Comerç de Barcelona, en el evento más importante de su calendario anual, reconoció la relevante trayectoria de la empresa con la entrega de una placa conmemorativa en la gala de “El Día de la Cambra”, que tuvo lugar el pasado mes de octubre.
- Hablamos con Manuel Alonso, director de la empresa, sobre la solidez de un proyecto que ha permitido crecer un 60% tras superar una situación de concurso de acreedores.

**P** Aunque Calibrados de Precisión es un nombre totalmente descriptivo, hablemos sobre la actividad de CAPRESA

**R** Nos dedicamos a la calibración de acero para el mercado de la automoción. El objetivo es conseguir que el producto cumpla con las especificaciones técnicas y dimensionales que especifican nuestros clientes. Sus dos aplicaciones principales son las suspensiones y los amortiguadores. CAPRESA fabrica mediante el proceso de estirado y torneado en una misma línea, un método patentado y único en el mundo de calibración, con lo que la empresa se encuentra en una posición muy competitiva dentro de su sector.

**P** Nos remontamos 50 años atrás ¿Cómo fueron aquellos primeros momentos en los que la arranca su actividad?

**R** CAPRESA se crea como empresa familiar cuyo principal activo era el profundo conocimiento del producto que ofrecían. De hecho, fue la

primera empresa española del sector en conseguir la ISO TS de automoción y era la que más experiencia tenía en detección de grietas mediante sistemas de corrientes inducidas.

**P** Aquel mercado de los 60 dista un abismo del escenario actual ¿Cómo afrontó Capresa la necesaria exigencia de adaptación para ser competitivos en momentos tan diferentes?

**R** La historia de CAPRESA no ha seguido siempre el camino del éxito. La aparición de nuevos competidores maduró el mercado y la dirección de la empresa optó por la internacionalización como la alternativa para mantener su posición de crecimiento. La familia Pascual, fundadores de la empresa, abre nuevas plantas en México y Estados Unidos, sin embargo no consiguieron rentabilizar estas inversiones y sufrieron una importante descapitalización. EL final de la gestión de los fundadores fue la venta de Capresa a Arques Industries, un holding alemán que adquirió el grupo en 2007, inclu-

yendo las plantas de México y España. Los pasos siguientes fueron la reestructuración, la nueva orientación hacia productos rentables y la venta de la planta de México.

**P** Todavía no hemos llegado a la etapa de su gestión al cargo de la empresa. ¿Cuál ha sido el principal reto para la empresa su nueva trayectoria?

**R** Cuando empezaba a conseguir buenos resultados, la crisis del sector, iniciada en 2008, arrastra la empresa a la insolvencia y en Febrero de 2009 CAPRESA entra en Concurso de Acreedores. Durante el año 2009 el Holding Alemán vende su participación al Holding español que pasa a llamarse PHI Industrial Acquisition. A pesar de la difícil situación la empresa, apoyada por la nueva matriz, realiza una nueva reestructuración y consigue salir del Concurso de Acreedores en Noviembre de 2009. Evidentemente superar el concurso de acreedores ha sido un reto de enormes dimensiones, ya que tan



Manuel Alonso, en el centro, rodeado del equipo humano, principal activo de CAPRESA.

solo un 10% de empresas logran salir de estas situaciones. En el momento de la aprobación del convenio CAPRESA ya tenía EBITDA positivo. ¿Cuál es la posición actual de Capresa en su mercado?

CAPRESA es la única empresa de calibrados del sector de automoción que no está integrada en ninguna acería, lo cual le proporciona un posicionamiento único en el mercado y estratégico tanto para sus clientes como para los proveedores que carecen de calibrado integrado. CAPRESA está enfocada al sector de automoción y creciendo en exportaciones, actualmente exporta a Brasil, Francia, Alemania, Inglaterra, Polonia y Túnez.

**P** ¿Dónde estará Capresa en un futuro, a medio plazo?

**R** Desde la salida del Concurso, hemos crecido un 60% y en 2011 es-

peramos duplicar el volumen de ventas de 2009. Este crecimiento está basado en un posicionamiento sólido con sus clientes y en un férreo control de costes. Esperamos seguir creciendo con nuestros clientes actuales y recuperar a clientes tradicionales a medida que el mercado se recupere. Estamos gestionando la apertura nuevos mercados y buscamos para el futuro una empresa diversificada tanto en productos como en mercados, por eso ya estamos apostando por productos de mayor valor agregado (productos que no fabrica ningún otro calibrador, para lo que ya estamos realizando las inversiones necesarias) y por la exportación (apostando por países como Inglaterra, Francia, Alemania y Brasil).

T. 935 742 592  
[www.grupcapresa.com](http://www.grupcapresa.com)