

Sapa Profiles potencia la planta del Baix Camp

ANÁLISIS

por Paloma San José

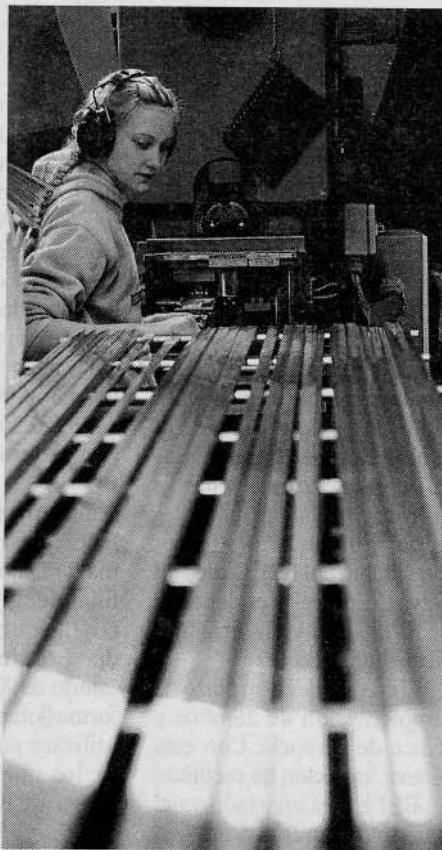
El grupo sueco Sapa Profiles ha creado un área comercial de competencia europea para vender productos especiales procedentes del aluminio en su planta de La Selva del Camp (Baix Camp). El director general de Sapa Profiles en España, Matteo Luppi, explica que se trata de una iniciativa pionera en la compañía, ya que las divisiones comerciales actúan normalmente en cada país. El departamento está inicialmente formado por seis personas, encargadas de comercializar nuevos productos especiales con aplicaciones en la óptica, la electrónica y los productos médicos. "La planta de La Selva no tenía antes una identidad tan clave como ahora", apunta Luppi.

El proyecto se enmarca en la nueva estrategia de Sapa Profiles de diversificar su negocio y codesarrollar productos para sus clientes ante la caída de ventas registrada por el pinchazo de la construcción. La compañía sufrió un descenso de su facturación en España del 36% el año pasado, tras registrar unas ventas de 110 millones de euros. Este año, la cifra se reducirá aún más, ya que Luppi prevé obtener un volumen de negocio de entre 90 millones y 100 millones de euros.

Sapa Profiles, filial del grupo noruego Orkla, cuenta con oficinas centrales en Barcelona y con tres plantas de producción en España: La Selva del Camp, Irurtzun (Navarra) y Arteixo (La Coruña). La firma cerró el año pasado un centro de producción en Noblejas (Toledo) y redujo su plantilla en España de 550 a 350 personas. Según Luppi, este cierre fue necesario para reorganizar una empresa que estaba sobredimensionada.

Los planes de Sapa Profiles coinciden con una concentración del mercado y una agresividad comercial creciente por parte de la mayoría de fabricantes. La matriz de Sapa Profiles, Orkla, ha protagonizado este mismo año la compra del productor de aluminio estadounidense Indalex. Tras esta operación, Orkla pasará a fabricar 900.000 toneladas anuales, frente a las 700.000 actuales. El segundo productor mundial, según Luppi, es Hydro. En el mercado español, muy fragmentado, Sapa calcula que su cuota de mercado es del 8%.

Cada planta está especializada en un segmento de producción diferente. La de La Sel-



Planta de Sapa Profiles en La Selva del Camp.

Sapa Profiles espera obtener este año un volumen de negocio que oscile entre 90 millones y 100 millones

va del Camp, con 65 empleados, se encarga de las especialidades e incluye artículos como embellecedores de coches, piezas de patines y pistas de hielo, señalización de interiores y equipamiento médico. Por su parte, la de Navarra, con una plantilla de 140 personas, está orientada a la automoción, el transporte y la industria solar; y la de La Coruña cuenta con 110 empleados y abastece al sector de la construcción.

Proyectos

Luppi asumió la responsabilidad en junio de 2008 con el cometido de reorientar la estrategia de la compañía. La firma ha decidido invertir cinco millones de euros al año en España y ha creado un centro de investigación y desarrollo (I+D) en Navarra. Además, también han decidido activar sus proyectos en el mercado de la energía solar.

Con esta nueva política, la compañía ha entrado en beneficios en el último trimestre, según Luppi, quien confía en mantener la rentabilidad y elevar la plantilla en 30 personas a lo largo de 2010.

La compañía ha decidido invertir cinco millones anuales en España y espera elevar su plantilla en 30 personas