



ENTREVISTA A MARTA PUIGGENÉ, DIRECTORA FINANCIERA DE ABELAN CATALANA

Abelan Catalana es una empresa de origen familiar fundada en 1927 dedicada en la fabricación y manipulación de cartón gráfico (Graphic Board).

Formando parte del grupo europeo Abelan, uno de los principales grupos en la fabricación, tratamiento y manipulación de cartón y papel para embalajes, cartón gráfico, tubos y mandriles, cuenta con siete plantas industriales en cuatro países diferentes.

Con más de 80 años de trayectoria, Abelan Catalana es líder del mercado del Graphic Board en España, ocupa el tercer lugar del mercado europeo en capacidad productiva y exporta sus productos a más de 40 países en todo el mundo.

Las aplicaciones más importantes de su cartón gráfico son los libros o cuadernos, juegos y puzzles, archivadores y carpetas, packaging de lujo y displays.

En la actualidad, de la mano de PHI Industrial, el grupo Abelan se concentra en consolidarse como uno de los grupos europeos líderes en su actividad, en el que se conjugan la experiencia, la profesionalidad y el saber hacer de más de sus 500 profesionales.

La esencia del liderazgo del grupo Abelan, se basa en los tres pilares: compromiso con la calidad, innovación constante, adaptabilidad y rapidez.

Agenda de la Empresa: ¿Han tenido dificultades para obtener financiación durante los últimos años?

Marta Puiggené: En los años de crisis todas las empresas hemos sufrido de una forma u otra la falta de liquidez en los mercados y la ausencia de crédito y financiación por parte de las entidades bancarias. Por suerte, esa etapa parece ser que se está quedando atrás y hoy día, aun existiendo todavía mucha aversión al riesgo por parte de los bancos, el grifo del crédito se ha abierto. En concreto, en nuestro caso, la falta de financiación o una financiación excesivamente cara retrasó temporalmente nuestros planes de reconversión tecnológica necesaria para seguir conservando nuestra posición como líderes en el mercado nacional y poder proseguir con la expansión internacional. Planes que ya actualmente estamos ejecutando y concentrando nuestras inversiones en el proceso productivo y en otras áreas clave de la compañía para seguir ofreciendo a nuestros clientes la calidad propia de nuestros productos y el valor añadido de nuestros servicios.

A.E.: ¿Qué estrategias han implementado para hacer frente a la ausencia de crédito bancario?

M.P.: Diversificar lo máximo posible nuestras fuentes de financiación para seguir manteniendo un adecuado flujo de caja y además poder afrontar los proyectos de inversión. Paralelamente, desde un punto de vista más operativo, procedimos a implementar planes de optimización de costes y control estricto de gastos, además de una gestión de tesorería permanente y extremadamente rigurosa. Todo ello nos está dando resultados satisfactorios.

A.E.: ¿Por qué optaron por la solución CESCE Fondo Apoyo a Empresas?

M.P.: Decidimos utilizar CESCE Fondo de Apoyo a Empresas por ser una muy buena alternativa al crédito bancario y que se adapta perfectamente a las necesidades de nuestra empresa. Por medio de este canal podemos encontrar financiación a un interés muy competitivo del 2,75%, uno de los más bajos del mercado, a través del descuento de facturas comerciales, lo que se denomina factoring sin recurso. Además, con esta solución no tenemos ninguna responsabilidad frente a la posible insolvencia del deudor, evitando así caer en los temidos periodos de incertidumbre y traspasando a CESCE Fondo Apoyo a Em-

presas el riesgo de impago de la operación, al tratarse de una financiación sin recurso.

A.E.: ¿Cómo les ha ayudado este canal de financiación?

M.P.: El Fondo de CESCE nos está permitiendo reducir mucho los tiempos del cobro y contar así con la liquidez necesaria para acometer nuestro plan de reconversión y consolidación de nuestra internacionalización.

A.E.: ¿Nos puede concretar su plan internacional?

M.P.: Nuestra visión para los próximos tres años es la de liderar el mercado de fabricación y manipulación del cartón gráfico en España y también en los países del área mediterránea. Nuestra fórmula para conseguirlo es la de focalizarnos en los productos alternativos y complementarios al cartón gráfico tradicional (cartón gris). Además del área mediterránea, queremos ganar terreno en términos de cuota y posterior consolidación en los mercados hegemónicos de nuestro sector, Alemania y Reino Unido, con gran potencial en el Luxury Packaging. Finalmente, fuera de la UE, nuestra gran apuesta son los Estados Unidos.

A.E.: ¿Qué le han parecido las condiciones de la solución?

M.P.: La mejor cualidad del Fondo de CESCE es su diseño que, respondiendo a la situación económica y empresarial actual, cuenta con herramientas de financiación para satisfacer las necesidades de tesorería e inversión y además, con un coste financiero

asociado muy ajustado y competitivo. Otro de los aspectos que me gustaría resaltar son los trámites, ya que acceder a CESCE Fondo Apoyo a Empresas es tan sencillo como cómodo. Una vez que se realiza la solicitud a través de la plataforma digital de CESCE, se efectúa una cesión genérica de las facturas de nuestros deudores que previamente hemos seleccionado. En menos de seis días, CESCE nos informa de que nuestra solicitud ha sido aceptada y realizada la transferencia de los fondos.

A.E.: ¿Y los requisitos?

M.P.: Suscribir un contrato de cesión con el Fondo Apoyo a Empresas y disponer de facturas comerciales.

A.E.: ¿Qué destacaría de CESCE Fondo Apoyo a Empresas?

M.P.: A parte de su flexibilidad, destacaría la comodidad y agilidad. La solución ofrece su servicio de manera cómoda y fácil por medio de un circuito online de contratación automatizado (plataforma CESNET). En este sentido, el contrato solo se firma la primera vez que se solicita el Fondo Apoyo a Empresas y, a partir de este momento, todo el proceso se puede realizar por medio de la web. Además, quisiera destacar la gran profesionalidad del personal que hay detrás de este proyecto CESCE Fondo Apoyo, ofreciéndonos atención personalizada, gran espíritu de colaboración y búsqueda persistente de soluciones a nuestras necesidades.

A.E.: ¿Mejoraría la solución en algún elemento?

M.P.: Nuestra propuesta de mejora sería la de poder ampliar el ámbito de actuación de esta solución, y poder abarcar también a clientes de zonas geográficas fuera de la UE. ●

Manuel Bellido

