

Grupo AGCO

Alcanzó en 2004 los 5 273 millones \$

LOS MAYORES INGRESOS DE SU HISTORIA

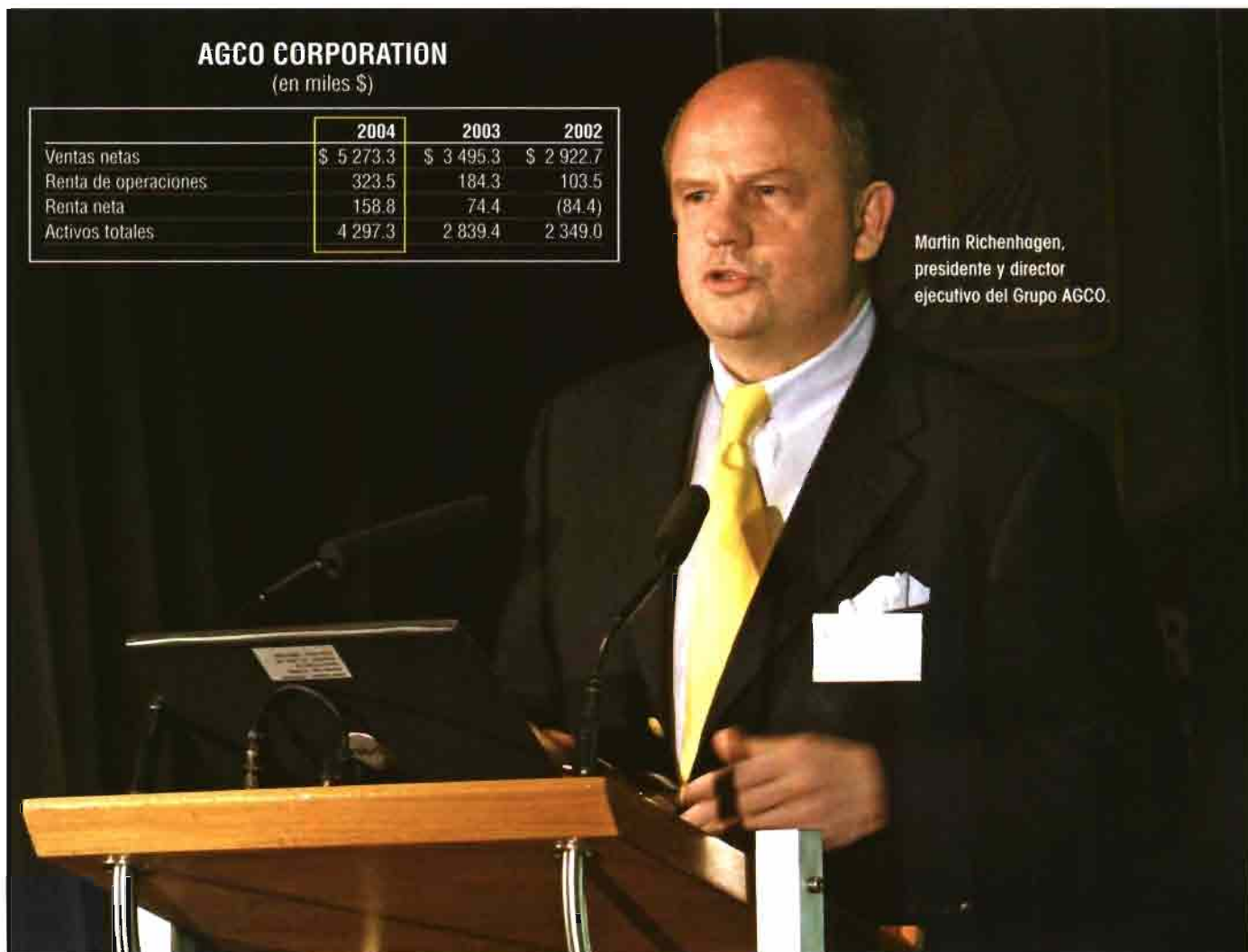
El Grupo AGCO convocó en París a diferentes medios de comunicación europeos para presentar y comentar sus resultados económicos correspondientes al ejercicio 2004, y de paso avanzar los planes de futuro que maneja la compañía.

El presidente y director ejecutivo, Martin Richenhagen, junto al vicepresidente y director general para Europa, África y Medio Oriente, Gary Collar, se ocuparon de comentar los resultados económicos obtenidos por el Grupo AGCO en 2004, que destacan por el crecimiento

AGCO CORPORATION
(en miles \$)

	2004	2003	2002
Ventas netas	\$ 5 273.3	\$ 3 495.3	\$ 2 922.7
Renta de operaciones	323.5	184.3	103.5
Renta neta	158.8	74.4	(84.4)
Activos totales	4 297.3	2 839.4	2 349.0

Martin Richenhagen,
presidente y director
ejecutivo del Grupo AGCO.





“NUESTRO ACUERDO CON EL GRUPO ARGO PARA COSECHADORAS NOS PERMITE CONTAR CON UN PRODUCTO BIEN POSICIONADO”

mostrado en las ventas netas, que alcanzó el 51%, lo cual generó los mayores ingresos de la historia del grupo, con 5 300 millones de dólares.

Las importantes adquisiciones de marcas del prestigio de Valtra en tractores y Sisu en motores, el crecimiento mostrado por Massey Ferguson, cuya renovación de gama ha comenzado a dar los frutos esperados en algunos mercados –entre ellos el francés– y el desarrollo de los tractores Challenger en mercados de Europa del Este, son algunos de los factores que explican los resultados presentados.

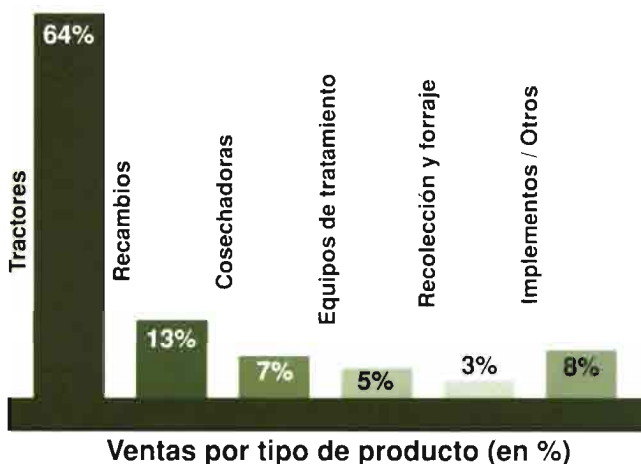
Cosechadoras. En lo que se refiere específicamente al capítulo de cosechadoras, Martin Richenhagen aseguró que el mercado global es de 26 000 unidades/año, del que Claas acapara el 15% “y nosotros nos encontramos en un nivel parecido”, matizó. AGCO produce 3 000 máquinas en Brasil y 800 en Estados Unidos. “Tenemos un fuerte posicionamiento en Sudamérica y EEUU, y ahora nuestra estrategia se basa en adecuar nuestra producción, entre la que llevamos a cabo nosotros y la que nos suministran los distintos grupos industriales”, afirmó Richenhagen.

El Grupo AGCO no sólo comercializa sus productos bajo la marca Massey Ferguson, también dispone de la marca Gleaner, de gran importancia en

EEUU y Sudamérica. El presidente de AGCO también destacó la importancia que para su Grupo tienen el acuerdo firmado con ARGO respecto a Laverda, “que nos permite contar con un producto bien posicionado en un

realidades”, puntualizó Richenhagen.

Motores. Otro negocio estratégico para AGCO son los motores SISU, de reciente adquisición junto a la marca de tractores Valtra. Según explicaron los



segmento muy especializado”. “Pero todo esto no sería posible sin contar con personas cualificadas, que no sólo conocen la tecnología, sino los niveles de producción necesarios y adecuados para optimizar la venta de este tipo de productos a nivel mundial. Basta con observar las características de nuestras cosechadoras para ver cómo pocos grupos tienen una gama tan extensa adecuada a los distintos mercados mundiales como nosotros. Quizá podamos ser ambiciosos, pero nos basamos en

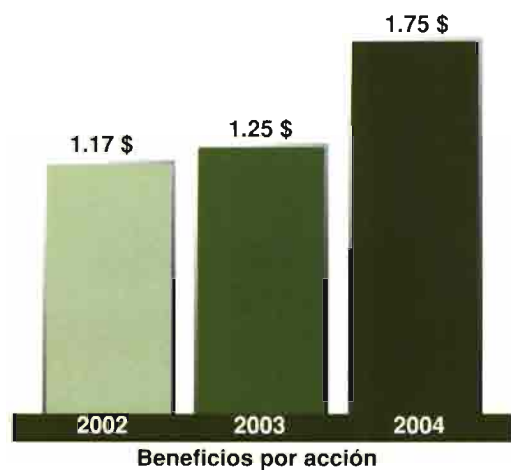
Crecimiento

El Grupo AGCO ha mostrado un rápido crecimiento en sólo unos años. De los 220 millones de dólares en que estaba valorado en 1990 ha pasado a los 5 300 millones en 2004. Hoy en día es uno de los principales fabricantes y distribuidores mundiales de maquinaria agrícola y componentes, capaz de ofrecer una línea completa de producto agrupada bajo un total de 13 marcas, con 3 900 concesionarios en más de 140 países.

directivos, SISU incrementó su producción el pasado año en un 10% hasta las 27 000 unidades y el objetivo es alcanzar en tres años las 55 000 unidades, con una inversión de 36 millones de dólares.

“NO HAY MUCHAS POSIBILIDADES EN ESTOS MOMENTOS PARA ADQUIRIR NUEVAS MARCAS”

GIMA. Los directivos de AGCO se mostraron “muy contentos” con los resultados que está obteniendo su compañía en la *joint venture* que mantiene con Claas, en lo que se conoce como GIMA (Grupo Internacional de Maquinaria Agrícola). Ambos grupos trabajan juntos en el desarrollo de programas y han lle-



Nuevas tecnologías

Se llama *Global Technologies by AGCO (GTA)* y es la división creada por el Grupo para desarrollar modernos sistemas que permitan la aplicación de nuevas tecnologías. Gary Collar, vicepresidente y director general para Europa, África y Medio Oriente, dejó claro que la adaptación de estos avances se realizará según las necesidades de cada gama de producto independientemente de la marca, ya que todas ellas participan de esta nueva división, con la que pretenden estar en primera línea de innovación tecnológica.



gado a una serie de acuerdos que estiman muy interesantes para producir buenas transmisiones a costes reducidos. “En el futuro todos saldremos ganando”, dijo Richenhagen, que junto a Collar se mostró muy sorprendido el excelente funcionamiento de la fábrica de Beauvais, que tuvieron oportunidad de visitar.

Objetivos 2005. Se invertirán 120 millones de dólares. La prioridad es reforzar la línea de equipos para la recolección en Europa y las cosechadoras para el mercado americano. Estos planes también afectan directamente al Departamento de I+D, cuyo presupuesto aumentará en un 20% para, entre otras cosas, buscar la adecuación práctica para los mercados europeos de muchos productos que se venden en EEUU. Invertir en productos de alta calidad, y en especial ampliar la gama de Valtra son otros retos en los que ya se trabaja. También se está trabajando en lo que calificaron como la

“próxima generación” de la gama Fendt, para afianzar a la marca como referencia en materia de innovación.

Fábricas en Europa. Martin Richenhagen repasó también las diferentes plantas productivas que AGCO tiene en Europa, y resaltó la integración, elevado nivel de productividad y, sobre todo, la eficacia mostrada en la planta finlandesa de Valtra. Una línea de trabajo semejante pretenden aplicar en la planta francesa de Beauvais, donde cuenta con otra fábrica muy importante para el Grupo.

Mercados de futuro. Durante la conferencia de prensa internacional se anunciaron también los planes de la compañía para ampliar su presencia a los crecientes mercados de Rusia y China. Ya se conoce el acuerdo establecido por la marca Fendt con un holding ruso para el desarrollo, distribución y comercialización de maquinaria en este mercado.

¿Más adquisiciones? Massey Ferguson, Fendt, Valtra, Challenger... ¿Pueden llegar más marcas? “No hay muchas posibilidades en estos momentos”, advirtió Richenhagen. “Queremos cerrar una adquisición en Brasil para completar nuestra oferta de pulverizadores. No veo ninguna otra adquisición por ahora, por lo que centraremos nuestros esfuerzos en una mayor productividad y eficiencia”.