

“No queremos vender”, asegura el Presidente Ejecutivo del Grupo Fiat

MARTIN RICHENHAGEN CONFIRMA EL INTERÉS DE AGCO POR HACERSE CON CNH



Martin Richenhagen, CEO de AGCO Corporation.

“Sergio Marchionne sabe dónde encontrarme y tiene mi número de teléfono. Y sabe que estamos interesados en CNH (New Holland+Case IH)”. La afirmación, hecha pública el pasado 8 de diciembre, es del Presidente Ejecutivo del Grupo AGCO, Martin Richenhagen, unos días después de reunirse con su homólogo del Grupo Fiat.

La respuesta llegó horas después, el 9 de diciembre. “No, no queremos vender. No tenemos razones para la venta. CNH es un gran negocio”, dijo Sergio Marchionne

Las palabras de Richenhagen tuvieron su efecto en el valor brusátil de la acción del Grupo Fiat, que aumentó con fuerza durante la jornada del día 8 para sostenerse los días siguientes en el entorno de los 14.50 euros, frente a los 13.57 euros con que había cerrado el 6 de diciembre o los 12.75 euros que había marcado el 29 de noviembre.



Sergio Marchionne, CEO de Fiat Group.

MESDAMES ET MESSIEURS, FAITES VOS JEUX (SEÑORAS Y SEÑORES, HAGAN JUEGO)

La situación actual de los mercados, motivada por la crisis financiera, no está afectando de igual manera a todos. El descalabro de los occidentales, no lo es en Sudamérica, ni en Europa del Este o en Oriente; pero es cierto que los tres grandes grupos a nivel mundial –John Deere, AGCO y CNH– buscan no solo mantener su hegemonía, sino cómo salir reforzados de la situación, acaparando más parte de la tarta a costa de sus competidores. Pero antes de analizar cómo se vislumbra la situación, hagamos un poco de reflexión mirando hacia atrás.

AGCO/CNH

La creación de AGCO es realmente muy reciente. Nacida de la venta de los activos de la aventura americana de KHD mediante un *management white out* y basada en una política de adquisiciones de marcas: Hesston, Challenger, Gleaner, Rogator, SparCoup, TerraGator, SunFlwer, White, Wilman y sus marcas globales Massey Ferguson, Fendt, Valtra y recientemente Laverda, sin dejar de lado a AGCO Sisu Power, que va adquiriendo fuerza como suministrador de motores tanto al Grupo como a clientes externos.

Dentro de esta política AGCO también ha tenido que adecuar sus instalaciones fabriles, en Inglaterra –Conventry– y en Dinamarca –Randers–; dada su presencia de liderazgo en el Cono Sur con Valtra y Massey Ferguson, a una política de separación de redes ‘real’ y de políticas de marketing diferenciadoras.



La fuerte implantación de AGCO en Latinoamérica no está en consonancia con sus apetencias en Estados Unidos, que con una cifra de ventas de 2 mil millones de US\$, queda descolgada de CNH que le duplica esa cantidad y más alejada de John Deere con 10 mil millones de US\$.

Pero volvamos a AGCO; su actual Presidente nunca ha ocultado su deseo de hacerse con una de las marcas de CNH –New Holland, Case IH–, con lo que también tendría acceso al mercado de equipos de construcción; pero tal y como me comunicó personalmente Martin Richenhagen, “**Segio Marchionne no desea vender**”... pero ahora la decisión podría cambiar con la autorización de la Bolsa de Valores de Italia para cotizar independientemente la unidad escindida –Fiat Industrial– que aglutinará Iveco, CNH Global, decisión tomada después de la adquisición del 20% de Chrysler, lo que hace prever después de esta escisión, una nueva política de fusiones y de adquisiciones.

Las que sí han sido positivas para Fiat fueron las declaraciones del Presidente de AGCO en días pasados manifestando su interés –de nuevo– en CNH, con la subida de las acciones a su nivel más alto de los últimos dos años y medio.

Pero antes de seguir elucubrando no debemos dejar de lado las Leyes Anti Trust, que obligarían a llevar a cabo una desamortización al igual que le sucedió a CNH con la compra de Case IH, con la venta consiguiente de Laverda (ahora en manos de AGCO), y las fábricas de Saint Dizier y Doncaster a ARGO, y que también ahora está reagrupando la producción en Italia.

La paradoja de esto es que por un lado CNH, no quiere vender y, sin embargo, Daimler confiesa su interés en la división industrial de Fiat... AGCO, por su parte, no cesa de decir que desea crecer su cifra de negocios de unos 8 000 millones US\$ contra los 12 000 de CNH y ya de lejos John Deere con 20 000 millones de US\$, pero lo que está claro es que para que los que ocupan la segunda y tercera posición del mercado se unan, tiene que haber un acuerdo previo como el que se suscitó con la fusión de New Holland y Fiatagri y que en el libro ‘El caso New Holland’, se dan claves que serían de aplicar en un caso como este de similares planteamientos, al igual que la llevada a cabo con la adquisición de Case IH; sería conveniente y aconsejable que los analistas revisasen los pasos de am-

bas situaciones; lo que sí se refleja es la necesidad de AGCO de llevar a cabo un *coup de forcé* si quiere mejorar su posición en Estados Unidos, donde ahora están fuertemente implantados CNH y, cómo no, John Deere. AGCO desea desde hace tiempo duplicar su negocio en este merca-

do, bien mediante adquisiciones o con nuevas instalaciones productivas en el país que le permitiera hacer frente a ello; de todas maneras, la unión de ambos grupos no solo le permitirían sobrepasar al líder John Deere... ¡pero no creo que ‘el Ciervo’ se quede quieto mientras siente sobre sí el punto de una mira telescópica!

Deberemos esperar al 2011 en que esté en el mercado bursátil Fiat Industrial, para ver quién mueve ficha. No podemos olvidar que dos pretendientes –Mercedes y AGCO– aspiran a la mano de la doncella; tampoco debemos obviar que esto le permitiría a Fiat Auto ‘hacer dinero’, para afrontar su desarrollo en el mercado de EEUU.

Mientras tanto, John Deere se centra en los mercados emergentes de manera firme. He tenido la oportunidad de comprobar cómo a nivel fabril y de producto en la ‘locomotora brasileña’ se posiciona cada vez más y mejor, y aquí tiene a un AGCO con una participación con casi un 55% y con una CNH donde no deja arrebatarle un punto de participación en el mercado; John Deere está haciendo su política de manera independiente, estrategias al margen de las de sus dos más directos competidores.

¿Y los demás, qué?

No sería justo olvidar que este mercado no es solo cosa de tres. Hay también otros que hacen sus estrategias: SDF Group, que detenta una mayoría accionarial en Deutz AG; ARGO Tractors, siempre en la polémica sobre su colaboración con AGCO... pero también están Kubota, Kioti y que ambos son también productores de motores... sin dejar de lado al resto de fabricantes chinos e indios, como Mahindra. Lo que está claro es que todos se preparan para una reactivación del mercado que se hace inminente; las previsiones para los europeos son de una tímida subida, los del Mercosur seguirán de momento tirando fuerte, aunque se ven síntomas de ‘calentamiento’ en Brasil, Estados Unidos, más o menos estable, y Europa del Este de momento en *stand by*. Crucemos los dedos y esperemos a los primeros compases del año 2011, que no será tan negativo como lo anuncian.

JULIÁN MENDIETA & EQUIPO AGROTÉCNICA