

DR. FRANZ-GEORG VON BUSSE*Director General de Lemken*

“Lemken es una empresa familiar que busca un crecimiento sostenible”

NIELS VELTMANN*Director de Ventas para el mercado español*

Lemken es una empresa familiar que ha sabido evolucionar hasta convertirse en un poderoso fabricante de maquinaria agrícola. Poco a poco ha extendido su presencia a los principales mercados internacionales, con una gama de producto amplia y competitiva. Su Director General y el responsable del mercado español (en el que están presentes a través del importador, A. Molleda) explican en esta entrevista la situación actual de la compañía y las perspectivas de futuro.

BORJA MENDIETA

¿Como ha estado para Lemken a nivel global el mercado europeo el año pasado 2011 y lo que va de 2012?

Dr. Von Busse: Lemken ha experimentado un volumen de negocios récord de 266 millones de € en 2011 y, además un muy buen desarrollo en los mercados del Este y de la esta-

bilidad del mercado de Europa ha contribuido fuertemente al incremento de la facturación de la empresa en un 31% en comparación con el año de 2010. Por ejemplo, nuestra filial en Francia aumentó su facturación un 53% y Lemken Reino Unido logró un crecimiento del 30%.

Después de la feria alemana Agritechnica, se recibieron aún más órdenes de lo esperado y un nuevo aumento de la facturación en el primer trimestre de 2012 en comparación con el año anterior en Europa, así como en algunos mercados del Este. Hemos ampliado nuestra producción de las fábricas y en la actualidad la producción por semana es más alta que los nuevos pedidos entrantes. A medida que el banco está reduciendo el fin paso a paso, a un nivel normal, esperamos un crecimiento ligeramente en facturación de la empresa a finales de este año.

Europa es un mercado complicado, no podemos olvidar que el Norte tiene unas condiciones específicas, tenemos el este y tenemos el Sur. Cuando Lemken desarrolla un producto, ¿con qué idea lo va haciendo: global o pensando depende que parte de la máquina para un cliente específico?

Niels Veltmann. El año pasado, Lemken introdujo un proceso de desarrollo de nuevos productos. Nuestra gestión de productos y el equipo de ventas, así como nuestro departamento de I + D y los ingenieros de producción, trabajan juntos en un proceso definido y detallado para identificar las necesidades del cliente, de acuerdo con una producción viable de un nuevo producto. Las diferencias existentes en el suelo y las condiciones climáticas, así como los procesos de producción diferentes en los dis-



El propietario de la compañía, Víktor Lemken y su hija Nicola.

tintos países no nos permiten desarrollar un 'producto global'. Pero hacemos todo lo posible para hacer un nuevo producto disponible en el mayor número posible los diferentes mercados, proporcionando diferentes ejecuciones y accesorios con el fin de ofrecer una máquina tan 'universal' como sea posible y para un 'sitio adecuado' según sea necesario.

Dentro de la gama de Lemken, ¿cuál es la de mayor consolidación y expansión que se ha afianzado en el mercado?

Dr. Von Busse. Lemken es bien conocido por los arados y se siguen creando nuevos modelos como el Juwel 7 o el Diamant 10 y serie 11. Los arados contribuyen a un 25% de nuestra facturación de la empresa. Otra de las líneas de productos de gran éxito son nuestras gradas compactas Rubin de disco y Heliodor. Juntos crean casi otra cuarta parte del volumen de negocio de Lemken. Nuestras líneas de productos que quedan para el cultivo del suelo (Kristall / Karat), preparación de cama de siembra (Zirkon / Korund / Kompaktor) y siembra (Saphir / Solitair) están bien estableci-

dos en los mercados. Y también nuestra gama de productos más jóvenes, como los pulverizadores, que están creciendo año tras año. Hemos recibido un gran interés en nuestro modelo arrastrado Vega en la última Agritechnica. Los clientes confirman que nuestra tendencia a la innovación se dirige en la dirección correcta.

Dentro de esta coyuntura económica que atraviesa Europa, en el caso de Lemken, ¿cómo han ido las ventas en Europa y cual es la predicción a futuro con los, ya no tan nuevos, mercados de Rusia, India y China? ¿Qué aportará a Lemken? ¿Qué procesos de fabricación se van a seguir para esos mercados?

Dr. Von Busse. En general, la situación económica de la mayoría de los agricultores en todo el mundo es buena, ya que los precios de los cereales, colza y otros cultivos están en un nivel razonable. En algunas zonas las condiciones meteorológicas del invierno y la primavera pueden reducir los rendimientos, pero esto es más un efecto local. Como ya se mencionó, las ventas han sido buenas hasta ahora, pero también tenemos que

considerar la situación económica general en los diferentes mercados. La agroindustria es muy diferente de la economía en general, pero si la economía de un país es muy débil, el acceso a la financiación es mucho más difícil para nuestros clientes y esto puede influir en su comportamiento de compra. Así que tenemos que observar los mercados muy ampliamente y planificar con cuidado.

Rusia es un mercado con un potencial muy alto para la maquinaria grande, profesional, y también un mercado muy volátil. Con nuestras nuevas ventas y centro de servicio en Kaluga (140 km al suroeste de Moscú, creado en 2010) y con un equipo de ventas y servicio ubicados en diferentes áreas, logramos junto con nuestra red de distribuidores existente una buena cobertura del mercado. Sin embargo, todavía hay potencial para un crecimiento sostenido.

El mercado de la India tuvo más de 400 000 tractores nuevos del año pasado. Alrededor del 30% se utilizan fuera de la agricultura, e incluso los tractores que se utilizan en la agricultura, principalmente prestación de servicios de logística



mediante el transporte de los trabajadores de los campos, así como el transporte de semillas, cultivos, etc. pero los tiempos cambian, los trabajadores abandonan las zonas rurales zonas para vivir y trabajar en las ciudades. Este desarrollo favorece la tendencia a la mecanización. La mayoría de los tractores en la India no excedan de 65 CV, por lo que los implementos para ese mercado no los producimos en Alemania, sino en una nueva fábrica local (en Nagpur) que se adecúa a la demanda. Vamos a iniciar la producción de nuestra popular serie de arados Opal 090.

Niels Veltmann. En cuanto a China, sobre todo la parte norte ya cuenta con grandes estructuras agrícolas y clientes que utilizan maquinaria de potencia media y alta. La actual gama de productos de nuestra fábrica en Alpen o las fábricas de pulverizadores en Meppen y Föhren se adaptan a esas necesidades. Por lo tanto, también vemos un gran potencial para las máquinas de Lemken en China. El Gobierno chino presta algunos subsidios para nueva maquinaria agrícola y aumentar la producción de alimentos, pero las máquinas tienen que ser 'made in China'. Por ello, estamos construyendo una planta en Qingdao para cumplir con el contenido local que se requiere. Mientras que la mayoría de los componentes para la fábrica en la India todavía se producen en Alpen, en China podremos montar nuestras máquinas en el acto. Tenemos la intención de iniciar la producción en China en el verano de 2013.

Dentro de la gama tan amplia de máquinas, apreciamos la falta de una sembradora monograno y equipo para fertilizar? Han pensado en algo para el futuro?

Dr. von Busse. Tiene toda la razón cuando se dirige a la falta de sembradoras de precisión. Reconocemos la creciente demanda de la siembra del maíz, debido a un gran crecimiento en las centrales de bioenergía. Y ya reaccionó como se instaló un equipo de desarrollo interno para la exacta como una línea de productos. Como se ve, Lemken producirá sus propias sembradoras de precisión en el futuro, pero todavía es demasiado pronto para anunciar una fecha para el lanzamiento de esta máquina.

En cuanto a equipos de fertilizantes, producimos nuestro conocido CompactSolitaire



9/400 de alta definición con 4 m de anchura de trabajo (rígido) desde hace varios años, especialmente para los mercados del Norte. Esta máquina está equipada con una tolva grande dividida y permite al usuario colocar fertilizante y las semillas en un solo paso. También puso en marcha el más grande modelo de CompactSolitair 9 / KHD 600 (6 m de anchura de trabajo / plegable) que se presentó en Agritechnica.



Los mercados del sur de Europa han caído más que los del norte ¿Como están funcionando los mercados de España y Portugal? ¿Hay alguna idea o novedad a futuro para impulsar más las ventas en estos dos países?

Niels Veltmann. El sur de Europa es un mercado difícil y muy sensible a los precios, pero sin embargo hemos logrado en el año anterior un crecimiento del 55% en España y del 31% en Portugal, en comparación con el año 2010. Para ser honesto, este aumento en comparación con el mercado ibérico en general era más que factible, ya que no se toma todo el potencial de mercado por ahora. Tenemos que aumentar nuestra cobertura de mercado en relación con las áreas de ventas, ya que hay todavía demasiados 'puntos blancos' en nuestro mapa de ventas. Por eso queremos aumentar las ventas en la Península Ibérica con un pequeño equipo de ventas Lemken apoyando a nuestros socios existentes. Ofreceremos más detalles cuando esta organización se haya establecido.

Hablemos de Sudamérica. Sabemos que ustedes distribuyen y venden en países como Chile, que se trata de un mercado (Mercosur) emergente. Aunque son una empresa 'familiar', ¿han plan-

“Queremos aumentar las ventas en la Península Ibérica con un pequeño equipo de ventas Lemken apoyando a nuestros socios”

teado la posibilidad de entrar en un mercado tan creciente como Brasil como fabricantes o entrar con una Join Venture con alguna empresa brasileña?

Dr. von Busse. La agricultura de Chile, al menos en una gran parte del país, es muy similar a las condiciones climáticas en Europa y esto nos permite vender las máquinas de nuestra gama de productos existente.

Brasil, obviamente, es un mercado enorme con un gran potencial y una gran superficie cultivable. Pero en este país los sistemas de producción son

diferentes con respecto a la tierra y las condiciones climáticas. Además de este hecho, el mercado brasileño está muy estrictamente protegido para la importación de máquinas.

Como hemos señalado durante esta entrevista, Lemken implementa proyectos de gran envergadura en la India y China, así como el siguiente paso que planea otra expansión de la fábrica en Alpen. En definitiva, somos una empresa familiar que busca un 'crecimiento sostenible', así que vamos a afrontar un paso tras otro.

¿Cuál es la previsión de crecimiento de este año para Lemken en los diferentes mercados para este año 2012 en Europa, Asia y Sudamérica?

Dr. von Busse. Desde la perspectiva actual, asumimos un crecimiento total de aproximadamente el 5% en comparación con el año anterior. El crecimiento en Asia y América del Sur será más alto, el aumento del volumen de negocio en Europa será ligeramente inferior. ■

