

EL GRUPO AUMENTA SUS VENTAS DE TRACTORES UN 11,5% DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DE 2010

Same Deutz-Fahr cierra 2009 con menos facturación pero más cuota de mercado

A pesar de que la facturación del grupo Same Deutz-Fahr ha disminuido durante el ejercicio 2009 hasta los 876 millones de euros, el balance del periodo 2000-2009 es positivo en tanto en cuanto se han sentado las bases para el futuro desarrollo de la empresa. Así comenzaba Massimo Bordi, CEO de grupo Same Deutz-Fahr, la rueda de prensa celebrada el pasado mes de abril en Madrid para presentar los resultados y proyectos de SDF. Las cifras del primer trimestre de 2010 suponen un respiro para el grupo, con un incremento interanual del 11,5% en el pedido de tractores, rozando las 6.200 unidades entre los meses de enero y marzo.



Sede de la compañía en la localidad italiana de Treviglio (Bérgamo).

Arancha Martínez.

Redacción VR.

La crisis económica ha mostrado su peor cara con los bienes de consumo duraderos, y dentro de éstos, aunque lejos del sector del movimiento de tierras, el mercado de tractores ha experimentado un descenso del 16% en Europa, el 20% en EE.UU. y América Latina, un 27% en África y hasta un 75% en Rusia, mientras que India (+16%) y China (+38%) han registrado dígitos positivos en las matriculaciones.

«Sin embargo –subraya Bordi– el problema en el mercado de trac-

tores ha sido de financiación, no de demanda de producto como ha sucedido en el sector de movimiento de tierras, si bien se trata de un mercado que se ha tenido que enfrentar a un stock de producto en los concesionarios que se generó entre 2006 y 2008 por una demanda falsa de maquinaria, que forzó el ritmo de fabricación, y que al final nos ha llevado a una situación en la que las matriculaciones han caído un 16% pero la bajada de las ventas es mucho mayor (-25%)». Por ello, durante 2009 SDF trabajó intensamente en la actualización de los inventarios de sus concesionarios.

En términos de facturación, SDF ha pasado de 1.120 millones de euros en 2008 a registrar tan solo 876 millones de euros en 2009, una cifra muy similar a la del año 2004 pero con una importante reducción de los beneficios antes de impuestos (unos 28 millones de euros) debido al esfuerzo de crecimiento que ha hecho la compañía, y que luego sin embargo no

se ha correspondido con la facturación esperada. En concreto, Bordi aludía a la fábrica de cosechadoras de Croacia, la inversión en India para aumentar su producción, y la entrada en los mercados chino (con un socio comercial) y ruso (con unidad de producción). «Lo ideal hubieran sido dos años más de crecimiento para haber podido desarrollar los mercados fuera de la UE y no ser tan sensibles a esta crisis, pero en cualquier caso se han sentado las bases para el crecimiento y el desarrollo de la compañía en los próximos años», comentaba el CEO del grupo.

¿Y qué han hecho entonces en estos diez años? En primer lugar, mejorar la organización de la empresa, consolidando además tanto una red como un conjunto de socios importantes a nivel comercial e industrial en el mercado mundial. En este tiempo, el coste de garantía se ha reducido a la mitad por la apuesta que ha realizado el grupo por la calidad de los productos. En cuanto al des-

arrollo de nuevos productos, amplián a China su posición en los tractores económicos, un segmento en el que el grupo siempre ha sido fuerte en el ámbito mediterráneo. Del mismo modo, el grupo ha realizado una apuesta por la gama alta de tractores CVT y las cosechadoras en respuesta a la necesidad de sus concesionarios de completar su oferta *full line*. También han mejorado el área de recambios unificando todo su stock en un almacén centralizado en Alemania que, con capacidad para alcanzar cualquier punto del mercado en un máximo de 24 horas, sustituye a los nueve anteriores (a excepción de Rusia, que por motivos logísticos y aduaneros, tiene uno propio).

Una importante apuesta del grupo ha sido la internacionalización, con fuertes inversiones en China, India y Rusia, de las que esperan resultados. Además, SDF ha optado por unificar sus marcas a nivel mundial de modo que Deutz-Fahr será la marca única



del grupo en los nuevos mercados internacionales sin renunciar a Same y a Lamborghini en aquellos mercados en que se encuentran consolidadas como es el caso de España, o Hürlimann en Portugal. El objetivo es tener una organización comercial única que les permita no competir dentro del mismo grupo y además gestionar y coordinar tanto la red como las marcas con mayor facilidad.

Respuestas a la crisis

Cuatro líneas maestras articulan la respuesta de SDF a la crisis, empezando por una estructura más sencilla, que ha supuesto un ahorro de 50 millones de euros a la compañía, aligerando la matriz, con una reestructuración de gastos y personal y una reducción del capital circulante.

En segundo lugar, el grupo pretende focalizarse en otros mercados fuera de Europa, fundamentalmente en los que tiene presencia industrial (India, China y Rusia) y también en los que tiene presencia comercial (África y Oceanía). Además, la compañía tiene varios proyectos industriales de transferencia de *know-how* y componentes en Brasil, Rusia y Turquía, para introducir a través de socios comerciales productos que localmente podrían dar buenos resultados en estos mercados, así como la distribución mediante otras marcas.

Además de reforzar el negocio de los concesionarios y ampliar su red, el área de recambios es otro elemento a tener en cuenta en el desarrollo de la compañía, en primer lugar porque su facturación ha pasado de 100 a 150 millones de euros en cinco años y con una previsión de llegar a los 200 millones de euros en otros tres años más, ampliando la base de productos que ofertan, y además es especialmente atractiva porque deja un margen muy alto en su fac-



De izda a drcha: Massimo Bordi, CEO de Same Deutz-Fahr, Christine Pfeifer, responsable de comunicación corporativa, y Aldo Carozza, vicepresidente Full Line Business.

turación, casi del doble que en tractores acabados.

En cuanto al desarrollo de producto, el grupo Same Deutz-Fahr está decidido a retomar la fabricación de cosechadoras como línea paralela a la fabricación de tractores (no como una segunda línea), con máquinas básicas de 5 y 6 sacudidores –la primera de ellas muy dirigida al mercado español– y con el objetivo de producir también cosechadoras de rotor de hasta 450 CV, a fin de mejorar la oferta en toda la gama con márgenes más reducidos pero un beneficio importante para sus concesionarios.

En tractores, pretenden ampliar en los próximos meses la gama de 150, 170 y 190 CV con transmisión variable continua (CVT) a 100-110 CV y 120-140 CV. Para 2012 estarán disponibles los de 250 CV con CVT, una extensión del de 190 CV que ha tenido muy buena crítica. Y ya más a medio plazo, porque la inversión es muy alta y los volúmenes más bajos, saldrán las máquinas de 350 y 400 CV con esta transmisión. En definitiva el objetivo es pasar en cinco años de tres a ocho máquinas CVT.

Y por último, la cuarta línea la constituye la relación estratégica con el fabricante de motores diésel Deutz AG, en el que SDF sigue

siendo el accionista de referencia existiendo una estrecha colaboración entre ambas empresas para el desarrollo conjunto de productos para dar respuesta a las nuevas necesidades del mercado.

Mercado y cuota de SDF

Considerando que el mercado europeo representa el 74,4% de la facturación del grupo SDF, Aldo Carozza, vicepresidente Full Line Business, quiso poner el acento en la situación del mercado de Europa occidental que ha registrado una caída del 14%, sin lugar a dudas mucho más grave que el 26% que perdía Europa oriental en 2009.

En este mercado, en el que el número de máquinas vendidas ha pasado de 172.000 a 148.000 unidades en tan solo un año, SDF ha conseguido aumentar su cuota de mercado un 0,5% alcanzando un 13,2%, y es junto con Kubota y Claas de los poquísimos fabricantes que ha crecido en un ejercicio tan complicado como fue el del año anterior.

Dentro de este mercado, conscientes de que hay segmentos en los que están por debajo de la media tienen previsto el lanzamiento de nuevos productos. En el caso de España, pretenden ampliar a partir de 150 CV en máqui-

nas de media y alta potencia con transmisión variable continua.

Por otra parte, en Europa oriental cuyo mercado ha pasado de 30.000 a 20.000 unidades, SDF puede presumir de haber aumentado su cuota en más de un punto hasta el 11,3%.

En lo que respecta al mercado de cosechadoras, la cuota de SDF ha bajado del 2,8 al 2,4% con un mercado total de 400 máquinas menos (11.000 unidades en 2009), pero mantienen el impulso que les dio la planta de Croacia en 2006).

Para este año, considerado que el precio de los productos agrícolas se mantendrá estable (lejos ya del alza de 2008, producto de un fenómeno especulativo), Carozza considera que tanto el mercado de tractores como el de cosechadoras de Europa occidental seguirán disminuyendo, aunque menos que el de Europa oriental. Rusia es la gran promesa al alza en ambos mercados, mientras que los mercados de tractores de África, China e India se mantendrán estables. Ahora bien, las cifras de este primer trimestre de 2010 del grupo SDF son bastante alentadoras. Los pedidos de tractores han aumentado un 11,5% en comparación con el primer trimestre de 2009, pasando de 5.538 unidades en el primer trimestre de 2009 a 6.174 en 2010. El objetivo es recuperar los 1.000 millones de euros de facturación en este ejercicio.

En el mercado español, en concreto, Javier Seisdedos, director de SDF España y Portugal, confirmaba al término de la rueda de prensa un incremento del 10% en la facturación y, lo que es más importante, un aumento del 12% de las ventas al cliente final.

Con la mirada puesta en los resultados de abril y el mes de mayo, por primera vez el tractor más vendido del grupo es un tractor de 160 CV, el Deutz-Fahr M 620. ●