

LA EMPRESA ESPERA LOGRAR UN 10% DE LA CUOTA DE MERCADO MUNDIAL DEL TOTAL DE NEUMÁTICOS OFF HIGHWAY EN 2015

BKT se lanza a la construcción de su cuarta planta de producción de neumáticos en la India

Las primeras señales se vieron en Agritechnica 2007, y se confirmaron posteriormente en la pasada edición de la feria de Hannover. Ahora ya es una realidad. La de BKT (Balkrishna Tyres, empresa india con sede en Mumbai) es una ofensiva sin precedentes, dirigida a la conquista de los mercados occidentales, especialmente Europa y Norteamérica, y con un objetivo claro: el 10% de la cuota de mercado mundial del total de neumáticos off highway, es decir, los destinados a vehículos que circulan fuera de carretera.



Arvind Poddar (en primer plano), Rajiv Poddar (a la derecha), Anugar Poddar (a la izquierda) y Dilip Vaidya (al fondo).

Francesco Bartolozzi.
Periodista. Terra e Vita (Italia).

Una de las estrategias para alcanzar este ambicioso objetivo es el aumento de su capacidad productiva, a través de la construcción de su cuarta planta en la India (en Bhuj), que debería estar produciendo su primer neumático en octubre de 2012. Tendrá una capacidad de 90.000 toneladas anuales (que sumadas a las 105.000 actuales procedentes de las tres plantas ya operativas, corresponde a unos 3,5 millones de neumáticos al año) y producirá todos los tipos de neumáticos BKT, aunque la mayoría

serán radiales agrícolas, todoterrenos *all steel radial* (neumáticos agrícolas o industriales con carcasa y cintas de acero) y ruedas más grandes, con un coste estimado de 179 millones de euros.

BKT ya es una conocida empresa india productora de neumáticos para aplicaciones todoterreno (en agricultura, industria, construcción, movimientos de tierra, jardinería y vehículos todoterreno) que forma parte de un grupo más amplio, el Siyaram Poddar Group, cuyos negocios van desde la producción textil hasta la papelera pasando por los neumáticos. BKT representa la rama más importante del grupo, con un volumen de negocios que alcanzó, en el año fiscal 2009/10, los 222,5 millones de euros.

Coincidimos con los directivos de BKT con motivo de una reunión con unos clientes norteamericanos en Bhiwadi (India), donde se ubica una de sus plantas ya operativas (las otras dos están en Aurangabad y en Chopanki), donde pudimos conocer

de primera mano la estrategia de la empresa india y las tecnologías de las que dispone.

«Los neumáticos para la agricultura representan un 60% de nuestro volumen de negocios –nos explicó Arvind Poddar, vicepresidente y director general de



El Earthmax 23.5R25 fue el primer neumático todoterreno de BKT con carcasa y cintas de acero.

BKT-, y en el último año hemos exportado aproximadamente el 95% de nuestra producción, sobre todo a Europa (55% del volumen de negocios total) y a Norteamérica (24%). Este porcentaje debería mantenerse estable, aunque en el mercado indio se estén llevando a cabo varias iniciativas, sobre todo en el sector de las infraestructuras, que podrían traducirse en un aumento de ventas.

En cambio, no tenemos salida en el sector agrícola indio, ya que predominan los tractores de 38-48 CV y de baja tecnología».

América en primer plano

Si hasta ahora el principal objetivo de BKT ha sido Europa, con la expansión de su capacidad productiva y la apertura de su cuarta planta, el grupo también mira ahora hacia otros escenarios importantes: en primer lugar Norteamérica (donde BKT tiene una sede en Akron, Ohio), un mercado que, a corto plazo, debería pasar del 24 al 30% en volumen de negocios.

«Norteamérica y América Latina son, ambos, mercados interesantes y en crecimiento –confirma Anurag Poddar, director ejecutivo de BKT para el mercado americano– aunque el norteamericano es, sin duda, más amplio. En este mercado el volumen de ventas ha pasado, en sólo tres años, de 21 a 51 millones de euros y podemos pronosticar que América Latina también tendrá un crecimiento similar».

Es también necesario subrayar que, mientras en Europa lo que vende son los neumáticos de alta tecnología, es decir ra-

diales (el 60% del mercado, contra el 40% de neumáticos convencionales), en América hasta hace dos años los radiales sólo representaban el 22% del mercado, contra el 78% de los convencionales.

«Pero las cosas están empezando a cambiar ahí también –precisa Arvind Poddar–, ya que, al fin y al cabo, los radiales presentan varias ventajas con respecto a los convencionales, como su vida más duradera, su confort, y su adaptabilidad a cualquier condición».

BKT y sus competidores

Sea cual sea la demanda del mercado, uno de los puntos fuertes de BKT es la flexibilidad de su producción, junto al hecho de ser una de las pocas empresas del sector que produce sus propios moldes, lo que le permite adaptarse a posibles cambios de demanda del mercado en



La de Chopanki es la primera planta en la India en la que se construyen neumáticos radiales con carcasa y cinta de acero.

poco tiempo, a la vez que comercializar la más amplia gama de neumáticos en el sector *off highway*, en medidas que van desde las 5 a las 51 pulgadas.

El reto de BKT es mejorar el denominado *brand recall*, es decir el recuerdo de marca, con respecto a marcas de neumáticos tradicionales, sobre los que tiene ventajas. «Todos los productores tradicionales –explica Arvind Poddar– producen toda-

Monte Armayán TINEO

Principado de Asturias
ESPAÑA



AYUNTAMIENTO DE TINEO



GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Cámara Oviedo

CONFEMADERA

COSE
ASOCIACIÓN DE VIVICULTORES



ASEMFO
ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS FORESTALES

FAEN
Fundación Asturiana de la Energía

ASTVRex
LABORATORIO DE PROMOCIÓN EMPRESARIAL PRINCIPADO DE ASTURIAS I.A.

FORESTRY DEMO FAIRS

INTERNATIONAL FORESTRY SHOW
FOIRE INTERNATIONALE FORESTIÈRE
INTERNATIONAL FORSTMESSE
FEIRA INTERNACIONAL FLORESTAL

8ª EDICIÓN

16 | 17 | 18

JUNIO 2011



FORESTA

ASTURFORESTA

ASTURFORESTA

Centro de Promoción Empresarial Polígono Industrial de La Curiscada.
33877 TINEO • PRINCIPADO DE ASTURIAS • ESPAÑA
Tfno.: +34 98 580 19 76 • Fax: +34 98 580 16 94
e-mail: asturforesta@asturforesta.com
www.asturforesta.com

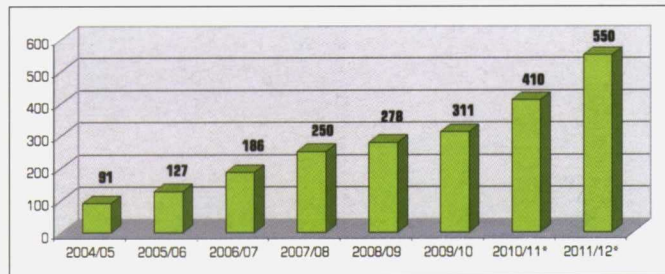
vía a costes elevados, mientras que todas nuestras plantas están en la India, por lo que tenemos costes de producción más bajos. Nuestra calidad es comparable con la de cualquier líder en el sector de los neumáticos, y lo mismo puede decirse de nuestras prestaciones. Además, disponemos de toda la tecnología y maquinaria necesarias para construir neumáticos de calidad. Para nosotros es imprescindible suministrar a nuestros clientes un producto de calidad a un precio razonable, además de proporcionar asistencia. Nuestros clientes no sólo son nuestros primeros compradores, (los distribuidores), sino también los consumidores finales, cuya respuesta es fundamental para producir exactamente lo que pide el mercado. Si hay que resolver cualquier problema, sea en Italia, EE.UU. o en la India, no debemos hacer esperar al cliente, por lo que intentamos mandar a uno de nuestros técnicos de inmediato para que identifique el problema, y si éste se debe al neumático en sí o a su mal uso. Lo que nos diferencia de nuestros competidores es que todavía somos una empresa joven en el sector (empezamos en 1995) y, por tanto, nuestra imagen aún no ha quedado grabada en la mente de los consumidores finales, pero estamos creciendo gradualmente».

Para construir la marca, es importante ampliar la red de distribución mundial día a día. «Sea cual sea el coste –confirma Arvind Poddar–, nuestra impresión es que tenemos que ayudar a nuestros distribuidores en la gestión: dado que tenemos productos para la agricultura, las construcciones industriales y los vehículos todoterreno, si, por ejemplo, nuestro distribuidor sólo se especializa en agricultura, nosotros también le proporcionaremos la formación necesaria en los otros sectores».

Otra diferencia con respecto a las grandes marcas es que, en el

FIGURA 1

Volumen de negocios de BKT de 2004 hasta la fecha (en millones de dólares).



Tecnología en su máxima expresión

Construir un neumático es uno de los retos más complejos a nivel de diseño, ingeniería y mezcla. Al fin y al cabo los neumáticos todoterreno se enfrentan a situaciones de lo más variadas e inaccesibles, pero BKT tiene una solución para cada aplicación, debido asimismo a su inversión anual de entre el 3 y el 5% de su volumen de negocios en I+D. «Producimos entre 50 y 90 nuevos neumáticos cada año –explica Dilip Vaidya, director técnico de BKT–, por un total de unos 150-160 nuevos tamaños, gracias, entre otras cosas, a la contribución de 45 ingenieros que trabajan con nosotros. Producimos neumáticos con mezclas y bandas de rodadura que se ajustan a las normas de cada país. Pero todo esto no sería posible sin la respuesta del consumidor final, nuestras continuas visitas *in situ*, ni nuestros profundos análisis de los neumáticos de todos nuestros competidores».

Las tecnologías usadas en las plantas de BKT son las más avanzadas, como por ejemplo la IF (*high flexion*), en respuesta a las exigencias actuales de menor presión sobre el suelo, por lo que, gracias a flancos más flexibles, el neumático soporta cargas mayores a la misma presión o la misma carga a presión menor. Sin embargo, lo que más se quiere destacar es que BKT es la primera empresa india que produce neumáticos radiales con carcasa y cinta de acero. «La de Chopanki –confirma Vahadilla– fue, en cierta medida, una planta piloto, en la que desarrollamos el producto inicial, aunque el verdadero proceso productivo se llevará a cabo en la nueva planta de Bhuj. También hemos empezado a trabajar en el diseño tridimensional para aplicaciones virtuales, que será muy útil para la optimización del producto final, aunque estemos sólo empezando con los neumáticos agrícolas radiales».

Las próximas novedades de BKT se desvelarán en la Sima 2011 de París, entre las que se espera un nuevo neumático radial multiusos con carcasa y cintas de acero, no apto, sin embargo, para la agricultura. Para este último sector, habrá más tamaños y, sobre todo, llegará el neumático agrícola radial más ancho producido por BKT hasta la fecha: el 1050/50R32 para cosechadoras. ●

ámbito del volumen de negocios de BKT, sólo el 10% representa primer equipamiento, por lo que la mayoría procede de recambios. «Hay que estar organizados de la mejor manera posible –explica Arvind Poddar– ya que, por ejemplo, los constructores de maquinaria agrícola requieren una producción a demanda, por lo que es necesario un almacén exclusivamente para esto. Seguramente mejoraremos estos aspectos en el futuro, y cerraremos acuerdos de abastecimiento con grandes constructores».

Enfoque más directo

Un enfoque más directo al mercado forma parte, también, de la estrategia de BKT, lo que significa tener un solo distribuidor como primer importador en cada país. «No queremos abrir filiales o almacenes en otros países, seguiremos apoyándonos en nuestros principales importadores y, para cualquier necesidad que tengan, sean de Mumbai, Europa o Norteamérica, les apoyaremos para satisfacer las exigencias de los clientes y consumidores finales. Enfoque directo significa, por tanto, que “estamos con ellos”».

En cuanto a Europa, BKT abrió en 2006 una oficina en Italia, en Seregno (Monza), en la que actualmente trabajan seis personas, dirigidas por Lucia Salmasso, y en la que se llevan a cabo, en particular, las actividades de marketing para el año que viene, que traerá importantes novedades. «Europa es un mercado muy variado –concluye Rajiv Poddar, director general para el mercado europeo–, en el que se pueden encontrar condiciones de suelo y usos diversos: del agricultor que usa el tractor en carretera un 30% al que lo usa un 70%, pero gracias a nuestra amplísima gama podemos suministrar neumáticos para cada país, y en plazos muy cortos». ●