



“2006 SERÁ UN AÑO HISTÓRICO PARA LA CONSTRUCCIÓN EN TODO EL MUNDO”

Ronald Kok, CEO de Dynapac, **Luís Morral**, Consejero Delegado de Dynapac Iberia y **Javier Lauder**, Director Comercial de Dynapac Iberia, comparecieron en Rueda de Prensa el pasado 20 de abril en Madrid. Ronald Kok sintetizó la actual coyuntura de la construcción con estas palabras:



Rueda de Prensa de Dynapac en Madrid, el pasado 20 abril de 2006

“El presente ejercicio va a ser histórico porque se están demandando más máquinas de las previstas inicialmente en la mayoría de los países occidentales. Dynapac ha reforzado sus turnos de trabajo de lunes a viernes y en fin de semana para que sus fábricas respondan eficazmente a la nueva situación. Por otra parte, los clientes están planificando mejor sus peticiones”.

Kok recordó que a pesar de este momento eufórico siempre hay que centrarse en producir con altos niveles de calidad, tanto en los equipos como en los servicios postventa: “Esto es lo único que nos diferencia de la competencia y es lo único que no se puede copiar. La profesionalidad, experiencia y actitud de los empleados de Dynapac es exclusivo”.

El modelo de negocio de Dynapac se centra exclusivamente en el cliente, para aportarle el mayor valor añadido con unos equipos y servicios competitivos y ajustados a sus necesidades cambiantes. El diálogo con el cliente es constante para que el diseño y las características de nuestros productos sea el que busca y a un precio acorde con la calidad fabricada. Ronald Kok subrayó:



Ronald Kok, CEO Dynapac, explica la situación de la empresa

“La importancia que le damos a los servicios se refleja en que cada año se forman en nuestra sede central de Suecia más de 600 ingenieros de servicios”.

e-maquinaria

El CEO de Dynapac informó que la facturación de Dynapac en el 2005 en todo el mundo fue de 420 millones de euros, con un 25% de aumento, una cifra de crecimiento no conseguida por los competidores. Estas cifras se han alcanzado con 2.000 empleados, 7 fábricas y 14 delegaciones repartidas por todo el mundo. Las ventas de Dynapac se reparten así: 45% en Europa; 18% Asia (China); 22% en Estados Unidos; 10% en Latinoamérica y 5% en África. Por líneas de negocio: 51% son rodillos; 25% es fresadoras y extendedoras de asfalto; 13% ligera y hormigón y 11% Post-venta. Dynapac presenta estas clasificaciones en todo el mundo: En rodillos de compactación es el Nº2 mundial. En extendedoras Dynapac en Europa es el Nº1. En rodillos en Estados Unidos es el Nº2. Estos resultados y cuotas de mercado la convierten en una multinacional muy sólida financieramente, porque no ha registrado ningún ejercicio negativo desde 1991, según aseguró Kok. En este sentido, es también estrategia de Dynapac reforzar el crecimiento mediante la adquisición de otras compañías que den beneficios desde el primer día y que pertenezcan a su "core business", es decir, compactación y extendido.

Dynapac Iberia, siempre rentable

En respuesta a los periodistas, Ronald Kok habló sobre la trayectoria de su empresa española: "Dynapac aterrizó en España en 1979, nuestra venta del 2005 aproximadamente es de 20 millones de euros y la previsión para el 2006 es de 21,6 millones de euros. En los últimos 10 y 15 años la evolución de la construcción en España ha sido muy importante, mucho más que en otros países europeos como Inglaterra. España es un mercado con un crecimiento estable desde hace años, en rodillos de tierra no somos el número uno, pero mantenemos en este país desde hace 25 años una posición de referencia y liderazgo en la compactación, no igualada todavía por ninguno de nuestros competidores. En extendedoras tenemos dos marcas en el mercado Dynapac y Svedala Demag . Dynapac Iberia es actualmente una empresa muy sólida y rentable, tal y como lo ha sido desde el primer día".

"España es un mercado muy importante para Dynapac y por ello estamos presentes de forma directa, al igual que la nueva realidad europea: El mercado de la construcción mueve 365 billones de euros, de éstos, 50 billones de euros pertenecen a los equipos de construcción y el subsector de la compactación y el extendido representan 2,5 billones de euros. De esta última cifra, China representa el 12% del mercado mundial, cuando hace cuatro años sólo tenía el 4%, ha triplicado su cuota. Para Dynapac, China es el segundo mercado mundial en el sector de la construcción. En Europa, los países del Este y de la desaparecida Unión Soviética son los que están registrando mayores aumentos en la construcción. El de mayor crecimiento actual es Polonia", según Ronald Kok.



Luis Morral, Consejero Delegado de Dynapac Iberia

El Consejero Delegado de Dynapac Iberia, Luís Morral, explicó la ventaja competitiva de esta marca en nuestro país: "Nosotros, como fabricante, comercializamos nuestros productos directamente al cliente, al ser así, tenemos comunicación directa con todos nuestros compañeros: desarrollo, producción, diseño y otros. Lo que nos permite resolver la financiación, el mante-

e-maquinaria

nimiento ó cualquier tesitura que se nos presente de manera expeditiva y eficaz sin ninguna intermediación de terceras partes interesadas. Esta proximidad e interactividad nos ofrece un valor añadido que la mayoría de las compañías de nuestro sector no poseen. Nuestra previsión de facturación para el 2006 es de 21,6 millones de euros y vamos a cumplirla con garantía”.

Tendencias del mercado de la construcción, según Dynapac

- Los clientes demandan cada vez más soluciones, ya no sólo quieren una máquina barata.

- El enfoque en la construcción de carreteras está cambiando de “coste de producción” a “calidad y larga vida”.

- Las administraciones públicas comienzan a exigir garantías de calidad. En algunos países las constructoras dan 10 años de garantía en las vías y a veces se incluye el mantenimiento total durante este periodo.



Los asistentes al encuentro disfrutaron de un agradable almuerzo

- Gran crecimiento del alquiler, del 12%-15% de la producción de Dynapac acaba en empresas de alquiler, que demandan cada vez más soluciones financieras a su medida.

- Concentración entre las empresas constructoras europeas y entre los proveedores de los fabricantes de maquinaria de obra pública. Se reducirá el número de suministradores, de constructoras y seguramente de fabricantes de maquinaria.

- Las nuevas tecnologías se utilizan cada vez más como herramienta de comunicación y trabajo B2B y B2C, sin embargo están lejos de sustituir al tradicional distribuidor que mantiene un eficaz contacto personal y profesional con sus clientes.

- El producto está cada vez menos diferenciado, la única manera de obtener una ventaja competitiva sostenible en el tiempo es a través de la excelencia en los servicios y los profesionales que los ofrecen. Estos conocimientos no se pueden copiar.

- En las vías, cada vez se usan capas más finas de asfalto, reciclados en frío, sistemas de posicionamiento GPS y nuevos componentes de gestión electrónicos.

- Aparición de oportunidades de negocio para empresas que se dediquen a co-financiar, construir y gestionar vías. En estos casos la calidad en la ejecución de la obra es crucial para obtener un buen retorno en la inversión.