

BSH España incrementa su porcentaje exportador para mantener su producción

La compañía de electrodomésticos cerró 2012 con una facturación de 1.368,8 millones, el 62,7% por ventas al exterior

ZARAGOZA. BSH Electrodomésticos España mantiene, con el aval de su casa matriz alemana, un ascendente porcentaje exportador que le está permitiendo garantizar los niveles de producción de sus plantas, entre ellas las aragonesas de Montañana y La Cartuja, a pesar del desplome del consumo interno. La compañía que incluye a la marca Balay cerró el ejercicio 2012 con una facturación de 1.368,8 millones de euros, un 4,9% menos que el año anterior, con una cifra de facturación del 62,7%, unos seis puntos más que el registrado en 2011.

Estos datos fueron publicados ayer por la compañía en el marco de la presentación de los resultados de la multinacional alemana Bosch Siemens Hausgeräte en Múnich, Alemania. Datos que constatan que el grupo sigue creciendo (los ingresos consolidados aumentaron un 1,5%, hasta los 9.800 millones de euros) y que en España mantiene el tipo, no sin problemas, conservando pese a todo el primer puesto en el mercado de electrodomésticos. Con una cuota del 27,6% (según GFK), BSH supera en nuestro país al siguiente competidor en 11,3 puntos.

Atrás quedan los años del 'boom' constructor que ayudó a impulsar las ventas de lavadoras, lavavajillas, hornos y otros aparatos. En la actualidad, junto a un permanente ahorro de costes y una política de innovación y eficiencia constantes, BSH España



Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet, Matthias Ginthum, Winfried Seitz y Johannes Närger, ayer en Múnich.

se apoya en la matriz para incrementar sus porcentajes de exportación, política que seguirá o no, «dependiendo de la evolución del mercado nacional», señalaron ayer a este diario fuentes de la empresa, cuya sede central está en Zaragoza. «La confianza del consumidor no se ha reactivado», admitieron también tras reconocer que pertenecer a una multinacional alemana como la 'joint-venture' que conforman Bosch y Siemens es una «ventaja» que ahora se hace notar.

Índice de precios

El liderazgo de BSH en España destacó, según informaron desde la firma en un comunicado, en los segmentos de mayor valor, derivado de su mix de marcas y productos, aumentando incluso el índice de precios sobre el ejercicio

anterior. «Estos resultados tienen mayor valor en un año negativo para el mercado de línea blanca», apuntaron.

En cuanto al empleo, según refleja la memoria publicada ayer, BSH Electrodomésticos España mantuvo en 2012 una plantilla media de 3.967 trabajadores, lo que supone un 2,8% menos que la media de 2011 (4.085). La firma tiene siete fábricas: dos en Montañana, una en La Cartuja, las navarras de Estella y Esquíroz, una en Santander y otra en Vitoria. Asimismo, tiene dos centros operativos (en Zaragoza y en Huarte, Navarra) y un gran almacén en la Plataforma Logística de Zaragoza (Plaza), desde donde distribuye sus electrodomésticos a los mercados español y de exportación.

El incremento de la utilización del tren es una de las realidades

impulsadas por la empresa en 2012. La apuesta del grupo por el ferrocarril es clara, insistieron desde la firma a este periódico, lo que puede ser corroborado con datos. El centro de BSH en Plaza impulsó fuertemente el tráfico ferroviario hasta alcanzar el 29% de la actividad internacional de la empresa, tanto de importación como de exportación por este medio.

A escala mundial, el grupo BSH goza de buena salud, según se reseñó en Múnich, gracias entre otras razones a los crecimientos registrados en China (326%), Rusia (156%) y Polonia (97%). El beneficio de la multinacional aumentó un 25%, llegando a los 466 millones de euros. El objetivo de ingresos en 2013 es de 10 millones de euros.

LUIS H. MENÉNDEZ