



Entrevista a Alberto Maestre Hoffmann

Gerente de
TDF España

Con un sólido posicionamiento en el mercado nacional, que la compañía quiere reforzar con inversiones en sedes y servicio, la compañía Técnicas de Fluidos (TDF) persigue también en los últimos años la mayor internacionalización de su marca, pero sin perder el rumbo ni la orientación que mantiene la firma desde sus orígenes, tal como nos lo señala en la presente entrevista su gerente, Alberto Maestre Hoffmann.

“No invertimos únicamente en las economías que están de moda y a los que van muchos inversores”

Ampliación de oficinas en Barcelona, nueva sede en Bilbao, acuerdos para la distribución de nuevos productos... Y de sus resultados en 2013 hablaba recientemente como de “buen momento”. ¿Podría explicarnos cómo se consigue esto?

La verdad es que la fuerza actual que TDF tiene en el mercado español y europeo no es fruto solo de unas pocas medidas o unas pocas decisiones. El éxito es el resultado de una ambiciosa política de servicio al cliente que se ha llevado durante muchos años, yo diría décadas. Es un éxito muy sólido. La empresa crece de forma estable y sostenida desde el año 2010.

En los últimos años, sin duda la internacionalización de la empresa ha sido un factor importante de impulso, del cual se ha beneficiado también notablemente la matriz española.

¿Cómo logran seguir manteniendo la confianza de sus empresas distribuidoras en un mercado tan difícil como el actual? ¿Qué les permite creer en el futuro?

Desde hace varias décadas TDF tiene la confianza de algunos de los principales fabricantes mundiales de bombas industriales. A la larga trayectoria y

solidez financiera de la empresa se une un equipo humano muy profesional y experimentado. Ello convierte a TDF en un *partner* muy atractivo para muchos fabricantes y estratégico para muchos clientes.

En el futuro prevemos dos vías principales de crecimiento: seguiremos con la internacionalización, un ejemplo de ello sería Rumania, donde acabamos de poner en marcha nuestra filial en Bucarest, pero le daremos también fuerte prioridad al mercado español, que continuará siendo nuestro mercado de referencia.

La internacionalización no parece algo nuevo para Vds. ¿Qué representa el mercado foráneo en sus resultados actuales?

¿Con qué previsiones trabajan de cuota de participación sobre el total de sus resultados? ¿En cuánto estiman los mismos?

TDF inició su internacionalización en 1998, y en aquella época eso no era habitual para una empresa de distribución del sector industrial; de hecho, sigue sin ser muy habitual en España. Los proveedores confiaron muchísimo en TDF, y puedo decir que no les hemos decepcionado, más bien todo lo contrario.

Lógicamente, nuestra cuota de mercado es menor en la mayoría de países de la que tenemos en España, pero en algunos lugares ya somos líderes de mercado, y es nuestro objetivo declarado ser líderes de mercado en todos los países en los que TDF está presente.

Para mí es mucho más importante y urgente alcanzar el liderazgo de mercado en los países en los que estamos presentes que abrir filiales en países nuevos. Actualmente alrededor del 50% de nuestra facturación procede de filiales en el extranjero, pero prevemos que esta cuota se incrementara en el futuro.

¿Qué mercados internacionales son los que más le interesan? ¿Por qué?

La mayor prioridad son los países internacionales en los que ya estamos presentes. En segundo lugar, países con potencial de desarrollo industrial, dando prioridad a países europeos para aprovechar sinergias diversas.

Ahora que se habla de una cierta ralentización de los mercados emergentes, ¿ve peligrar alguna de estas inversiones?

Nosotros no tenemos especial interés en los así llamados BRICS. En cualquier caso, las inversiones de TDF suelen ser a largo plazo. Los cambios coyunturales no cambian nuestras decisiones de inversión.

Tomamos nuestras decisiones de inversión en base a factores muy diversos. El hecho de que un país sea emergente o no es un factor a tener en cuenta, lógicamente, pero no es el único.

No invertimos únicamente en las economías que están "de moda" y a los que van muchos inversores; a veces vamos muy a contracorriente.

¿Qué aportan las nuevas marcas cuya distribución han iniciado en el pasado 2013, como ha sido el caso de Sondex o Flowserve?

El nuestro es un mercado muy conservador, que requiere de mucho tiempo para introducir productos nuevos. En el caso de las dos marcas mencionadas, se trata de empresas ya muy conocidas, lo cual facilita notablemente nuestra labor.

¿Qué pide en la actualidad el cliente de bombas? ¿Qué tipo de necesidades o nuevas soluciones se intentan buscar?

El cliente de bombas de hoy en día pide soluciones eficientes, seguras y rápidas. Debemos ser capaces de dar respuesta a las necesidades, con plazos de entrega cortos y productos de calidad a precios competitivos. Sin duda, también se ve una tendencia al incremento de demanda de soluciones completas, tanto sea con equipos premontados o suministro global, incluyendo nuestra línea de filtración y de instrumentación.

¿Considera que estamos asistiendo a un peligroso envejecimiento del parque de bombas entre los productores españoles ante la escasa inversión realizada? ¿Están aprovechando los países competidores esta debilidad?

La verdad es que la industria llevaba muchos años sin tener ayudas en España y en muchos países europeos. Parece que ahora se vuelve a tomar la industria más en serio y se vuelve a hablar de "planes de reindustrialización". Esperamos que esto se confirme y que estos planes sean efectivos.

En el tema bombas en concreto, realmente es un componente esencial en la industria de cualquier país por diversos motivos. Por ello, realmente se debería hacer un esfuerzo por parte de sector público y privado para impulsar la modernización del parque que tenemos actualmente trabajando.

¿Se muestra optimista con respecto a 2014?

En cuanto a 2014, sí soy moderadamente optimista en cuanto a España. Por supuesto, no se puede decir que la crisis haya terminado, pero se puede apreciar un cambio de tendencia que hace pensar que lo peor ya ha pasado y estamos ante una lenta recuperación. Es de prever que muchas empresas saldrán reforzadas de esta crisis. En cuanto a TDF, soy también moderadamente optimista, acabamos de inaugurar nuestra nueva sede en Madrid, la cual nos permite triplicar oficinas, almacén e internalizar toda una serie de tareas con el objetivo central de mejorar el servicio al cliente y nuestra oferta de bombas y soluciones en fluidos. También hemos reforzado ya nuestra presencia en la Zona Norte con nuestro nuevo almacén y taller en Sondika (Vizcaya).

Otro gran reto a nivel internacional es la reciente apertura de nuestra nueva filial TDF Rumania, con sede en Bucarest. 