



Perspectivas

REGIÓN DE CRECIMIENTO, ÁFRICA Y MEDIO ORIENTE

## Fuerte presencia

3/11/2020 , 9 min

Calidad “Made in Germany” y equipos de servicio locales: en el continente africano y en Oriente Medio, KHS ofrece lo mejor de ambos mundos. Esto significa que el proveedor de sistemas de Dortmund gana prestigio con las cuentas clave globales, así como con las pequeñas y medianas empresas y las empresas nuevas. Hablamos con Markus Auinger, Vicepresidente Ejecutivo de la zona de mercado de Medio Oriente/África, y Jörg Thomas, Director Ejecutivo de KHS Sudáfrica.

---

### FOTOGRAFÍA / ILUSTRACIÓN

Anja Stiehler-Patschan, Frank Reinhold

**¿Cuál es la importancia de la zona de mercado de África/Oriente Medio para KHS?**

**Auinger:** Esta zona de mercado controla un 15% de la facturación total de KHS. Especialmente para las líneas PET, esta región es el mercado más importante para nosotros debido al fuerte crecimiento en este segmento. A diferencia de las latas vacías, el PET está muy disponible en toda África, y las líneas correspondientes requieren una inversión de capital significativamente menor en comparación con las líneas de vidrio. Por lo tanto, las empresas nuevas pequeñas y medianas se concentran en el envasado de botellas PET, lo que les permite generar ventas en muy poco tiempo. El segmento del vidrio está firmemente en manos de cuentas clave globales financieramente sólidas como AB InBev, Heineken, Coca-Cola, Diageo, Pepsi o Groupe Castel, que llevan décadas presentes y establecidas en África y Oriente Medio.

### **¿Cómo se ha desarrollado históricamente el negocio de KHS en África y Medio Oriente ?**

**Thomas:** KHS goza aquí de una excelente reputación por una buena razón: Después de todo, fuimos el primer fabricante de máquinas en vender equipos de envasado en el continente. En 1971 abrimos nuestra propia filial en Sudáfrica. Algunas máquinas han estado en funcionamiento durante más de 30 años, e incluso hoy, seis días a la semana y durante todo el día. En promedio, nuestra base instalada tiene 17 años de existencia. Las máquinas son mantenidas por técnicos de KHS y nosotros proveemos los repuestos, independientemente de la edad de la máquina.

### **¿Cuáles son los desafíos especiales en la región?**

**Auinger:** Para comprender los desafíos de nuestra zona de mercado, uno debe darse cuenta de que, por un lado, por ej. con los Emiratos, Arabia Saudita o Mauricio, se incluyen algunos de los países más ricos del mundo. Por otro lado, también tiene la mayoría de los países pobres y más desamparados del mundo. La brecha económica es correspondientemente grande. Allí hay muchos problemas básicos con los que lidiar. Estos incluyen imponderables climáticos, económicos y políticos, guerras, terrorismo, hambrunas, pero también restricciones a la importación o el impuesto al azúcar, por nombrar solo algunos

ejemplos. Tenemos que adaptarnos constantemente a situaciones cambiantes y desarrollar nuevas ideas. Además, tenemos que estar a disposición de nuestros clientes in situ, y brindarles el apoyo que necesitan en cualquier momento.

### **¿En qué países KHS está particularmente bien representado y por qué?**

**Auinger:** Hace algunos años aún quedaban muchas regiones que no cubríamos. Hoy nuestros equipos están instalados en todos los países del área de ventas y son atendidos por nuestros técnicos. Tenemos mucho éxito dondequiera que se encuentren nuestras filiales. Pero también mantenemos muy buenas relaciones comerciales con clientes en Camerún, Tanzania, Mozambique, Irak, Afganistán, Pakistán y otros países con un pasado lleno de acontecimientos. Actualmente tenemos mucho que hacer debido al fuerte crecimiento del mercado en los estados del Magreb\*. Sin embargo, en relación con toda la región, el mercado está creciendo menos rápido de lo que uno podría esperar. Esto se debe a que, por un lado, siempre hay países en auge. Por otro lado, también hay países en decadencia después de desarrollos extremadamente positivos. Un ejemplo es Angola, que se ha desarrollado bien durante mucho tiempo. Pero, desde hace cuatro años aquí no pasa prácticamente nada. Actualmente tampoco se invierte mucho en Arabia Saudita.

\* Países del Magreb = Argelia, Túnez, Marruecos y Sahara Occidental

### **¿Qué tipos de máquinas tienen una demanda especial en África y Oriente Medio? ¿Para qué tipo de bebidas se utilizan los equipos KHS?**

**Thomas:** En nuestra zona de mercado hacemos el 95% de nuestro negocio con líneas completas, a diferencia de regiones de ventas como los EE. UU., donde hasta el 50% de las ventas son de máquinas individuales.

**Auinger:** Mientras que los refrescos sin alcohol en lata y botellas PET se consumen principalmente en Oriente Medio, en el continente africano las botellas de vidrio retornables para bebidas carbonatadas tienen una larga tradición. Eso cambia

significativamente: En el norte de África y Oriente Medio, vemos un mercado de rápido crecimiento para el agua sin gas en botellas PET. Junto con la creciente demanda de refrescos en el Subsahara, el segmento de envases PET tiene ahora una cuota de mercado de alrededor del 80%.

»Nuestros clientes valoran la estabilidad y alta eficiencia de nuestros equipos y premian esta calidad con gran fidelidad«.



Markus Auinger  
Vicepresidente Ejecutivo de la zona de mercado de Medio Oriente/África

**¿En qué se diferencian los requerimientos de los embotelladores de los de otras regiones?**

**Auinger:** Nuestros clientes necesitan más asesoramiento en la planificación e implementación de proyectos. En África y Oriente Medio somos vistos como una garantía del éxito del fabricante

de bebidas. Esto explica por qué se compran líneas completas en lugar de máquinas individuales: Con ellos, la responsabilidad del funcionamiento de la tecnología está en una sola mano. Nuestros clientes valoran la estabilidad y alta eficiencia de nuestros equipos y premian esta calidad con gran fidelidad. Además, nuestros clientes también quieren mucho más apoyo en el mantenimiento de sus equipos. Por lo tanto, especialmente en África Central y Oriental realizamos acuerdos de nivel de servicio altamente desarrollados, en los que estipulamos una cierta eficiencia de nuestros equipos a lo largo de los años.

### **¿Qué estrategia sigue KHS en la zona de mercado?**

**Auinger:** En 2013 se tomó la decisión de regionalizar fuertemente y desarrollar la competencia técnica y la capacidad en el sitio. Ese mismo año abrimos nuestra filial propia en Kenia. De acuerdo con nuestras observaciones del mercado, verificamos constantemente dónde tienen sentido las filiales o los centros de servicio, y los desarrollamos. Desde 2016 hemos dividido la zona de mercado en seis grupos, cada uno administrado por un Centro Regional (CR) (ver mapa). El apoyo de los países de África Occidental y del Magreb hasta ahora se ha realizado desde Europa, pero también aquí muy pronto tendremos presencia local a través de nuestra propia filial.

**Thomas:** Además de la organización de ventas, el objetivo de estos centros regionales es ampliar nuestro knowhow de servicio local a toda la gama de productos del Grupo KHS. De esta forma, ofrecemos proximidad al cliente y creamos la competencia in situ para poder realizar el montaje y la puesta en marcha con los equipos locales, además del mantenimiento. Parte de nuestra estrategia de regionalización es la capacitación tanto para nuestros propios empleados, como para los de nuestros numerosos clientes locales. Ya hemos inaugurado nuestro propio centro de capacitación en Sudáfrica con este propósito. Le seguirán África Oriental y Central, por lo que para 2022 tendremos una estructura de capacitación en todo el territorio.

**Auinger:** Además, hemos establecido un sistema SAP uniforme. No solo facilita la administración y el control, sino que también funciona como plataforma de comunicación para coordinar la colaboración in situ entre las distintas filiales de KHS. Debido a que hemos identificado la regionalización como la clave de nuestro éxito, nuestros esfuerzos no se detienen, y solo buscamos un mayor desarrollo y optimización permanentes.

### **¿Qué papel juegan los empleados en su estrategia de regionalización?**

**Auinger:** Hace 10 años, los técnicos tenían que volar desde Europa; hoy empleamos a más de 250 empleados en toda la región. En los últimos cinco años, este número se ha más que triplicado. Un 95% de nuestro personal son técnicos locales. Hay mucha gente aquí que es ambiciosa y tiene un gran potencial. Apoyamos constantemente a nuestros empleados locales, por ejemplo, invitándolos a Alemania durante varias semanas de capacitación cada año.

»Fuimos el primer fabricante de máquinas en vender sistemas de envasado en el continente«.



Jörg Thomas  
Director Ejecutivo de KHS, Sudáfrica

**¿Qué papel juegan la prevención de residuos y la protección del clima en sus mercados?**

**Thomas:** En África, en el sector de envases de vidrio, la gente está acostumbrada a trabajar con botellas retornables. En el sector PET en rápido crecimiento, la implementación de un sistema de reciclado a menudo aún no tiene éxito. Aquí se debe actuar aún más activamente. Nuestros principales clientes se centran en cuestiones de sostenibilidad siempre que sea rentable para ellos. La voluntad de implementar mejoras es limitada, siempre que los gobiernos no intervengan. Por eso se requiere que la política internacional ejerza presión sobre los países africanos. Pero también existen ejemplos positivos: En Kenia, por ejemplo, la producción, importación y uso de bolsas de plástico están prohibidas desde agosto de 2017. La tasa de

reciclado de botellas PET en Sudáfrica es superior al 70%, y la mayoría del material reciclado se destina a la industria de la vestimenta.

**Auinger:** Nuestra influencia como constructores de máquinas se limita a la provisión de tecnologías adecuadas. Por ejemplo, estamos promoviendo activamente la reducción del peso de las botellas y de los materiales de embalaje. Pero la alta eficiencia y los bajos valores de consumo de nuestros equipos KHS también contribuyen activamente a la protección del medio ambiente.

### **¿Cómo se presenta la crisis del Corona, especialmente en África y Oriente Medio, y qué significa eso para el negocio de KHS?**

**Thomas:** La ola de infecciones afectó a nuestras regiones más tarde que a Europa. No obstante, se impusieron medidas de gran alcance en una etapa temprana, por ejemplo en Sudáfrica: No solo existía uno de los confinamientos más estrictos del mundo, sino también prohibiciones de alcohol y tabaco, no solo para el consumo, sino también para la producción.

**Auinger:** En nuestra zona de mercado, la crisis del Corona nos golpea con fuerza. Si bien nuestras cuentas clave globales inicialmente suspendieron sus inversiones, nuestros clientes privados más activos a nivel regional continúan invirtiendo. También nosotros estamos sujetos a restricciones de viaje. Somos mucho más dependientes de nosotros mismos a nivel local que antes. Podemos confiar mucho más en nosotros mismos y 'simplemente hacerlo' con las fuerzas locales. Por ejemplo, nuestros técnicos de servicio en Nigeria instalaron equipos complejos de forma independiente y pasaron las pruebas de aceptación de los mismos. En Arabia Saudita y Mozambique, los empleados del cliente completaron la puesta en marcha con nuestro soporte remoto. Nos sentimos confirmados en nuestro esfuerzo de regionalización de los últimos años. Esto nos permite ofrecer soluciones y apoyar a nuestros clientes, a pesar de la situación actual en el sitio.

# ¿Más preguntas?

**Markus Auinger**

KHS GmbH, Bad Kreuznach

+49 671 852 2335

[markus.auinger@khs.com](mailto:markus.auinger@khs.com)