

EL GRUPO STIHL CRECE MÁS DE UN 6% Y SIGUE GANANDO CUOTA DE MERCADO A NIVEL GLOBAL

- STIHL España continúa su crecimiento sostenido (+4%) tras superar los 100 millones de facturación en 2018
- El Grupo sigue apostando por la transformación digital en todos los niveles
- La compañía presenta sus últimas novedades para 2019 en sus gamas de batería y gasolina

Un crecimiento del 6,1% en facturación y doble dígito en máquinas de batería

El Grupo STIHL ha alcanzado una **facturación récord de 2.800 millones de euros** a nivel global en los primeros ocho meses de 2019. Esta cifra corresponde a un **crecimiento del 6,1%** sobre el mismo periodo del año anterior. «Este incremento es principalmente consecuencia de la fuerte demanda de los productos de gama alta. Aunque el total de unidades vendidas ha disminuido levemente, hemos sido capaces de **augmentar la cuota de mercado** en el segmento de gasolina», ha explicado el **presidente de la Junta Directiva del Grupo STIHL, Dr. Bertram Kandziora**, en la reciente rueda de prensa sobre las cuentas anuales de la compañía.

Las unidades vendidas de **máquinas de batería para el jardín** mantienen un crecimiento de **doble dígito**, mientras que la demanda de productos de gasolina ha caído ligeramente. «Estamos firmemente comprometidos en continuar el desarrollo de máquinas de gasolina, y simultáneamente acelerar el de la gama de batería», ha señalado el Dr. Kandziora. El negocio de la compañía se ha visto perjudicado por las condiciones meteorológicas desfavorables en regiones clave, que han sufrido temperaturas extremadamente altas y muy escasas lluvias; circunstancias a las que hay que añadir la complicada situación económica mundial –en particular la incertidumbre del Brexit- y las restricciones comerciales. «Muchos distribuidores mantienen aún grandes stocks del año anterior, por lo que los pedidos de este año tienden a moderarse», apuntó el presidente de la Junta Directiva.

El robot cortacésped y la gama de batería impulsan el crecimiento en España

En estos ocho primeros meses de 2019, STIHL España mantiene un crecimiento sostenido de las ventas, por encima del 4%. Una cifra, sin embargo, sensiblemente inferior a la del pasado año (+9%). «Los principales impulsores de este crecimiento en el mercado español siguen siendo los productos para jardinería, en particular el robot cortacésped iMOW, y las máquinas de batería, una gama que sigue creciendo y revolucionando el trabajo en todos los terrenos», ha declarado **Bernhard Iber**, Director Gerente de STIHL en España.

También ha destacado el exitoso lanzamiento de **STIHL Connect**, el sistema inteligente de gestión digital de flotas desarrollado por la multinacional alemana en colaboración con el gigante informático **Microsoft**.

En cuanto a las previsiones para el último trimestre del año, Bernhard Iber ha señalado que «esperamos una ralentización del crecimiento debido a la sequía y a unas perspectivas moderadas para la cosecha de aceitunas.» Si bien la filial española seguirá liderando el sector del olivar, donde STIHL se mantiene como Nº1 desde hace años.

El Grupo mantiene su liderazgo mundial, gracias al crecimiento en regiones clave

Respecto al resto de mercados internacionales, a pesar de las condiciones desfavorables el Grupo STIHL ha logrado un ligero incremento de las unidades vendidas a nivel global, y mantiene su **posición de liderazgo mundial**. Si bien se dan importantes diferencias entre unos mercados y otros, a nivel individual. Por ejemplo, Europa Occidental y Europa del Este (salvo Rusia, que no se ha recuperado de la sequía de 2018), han crecido favorablemente; en particular los productos de batería, y en menor medida los de gasolina, han contribuido a este crecimiento. También Norteamérica ha aumentado sus ventas sensiblemente; y África constituye un mercado con un enorme potencial de crecimiento a largo plazo para el Grupo, aunque a día de hoy su aportación es poco relevante. Asimismo, STIHL continúa su expansión por América Latina.

En cuanto al **número de empleados** del Grupo en todo el mundo, la cifra ha descendido levemente, sumando un total de **16.823** personas a fecha 31 de agosto.

STIHL invierte en transformación digital para optimizar los beneficios de sus clientes

La transformación digital, la creciente importancia de los productos de batería y las nuevas exigencias de los clientes en el comercio online son temas relevantes para muchas compañías. La industria de maquinaria para el sector forestal y de jardinería también atraviesa un período de cambios radicales. «Nos hemos preparado para esta transformación con inversiones considerables en **formación del personal y en tecnología de baterías, electrónica y robótica**. Vamos a seguir adelante y optimizar esta estrategia», afirmó el Dr. Kandziora.

Esta potente inversión en la digitalización de STIHL irá acompañada de una serie de cambios en la política de distribución y producto de STIHL. A partir de la próxima primavera, por ejemplo, la compañía ofrecerá a sus clientes en el mercado alemán una **tienda online** donde podrán solicitar productos cómodamente desde una página web. Los distribuidores continuarán manteniendo el contacto personal con los clientes y brindando asesoramiento, instrucción y servicio. «Además, **optimizaremos aún más los productos, procesos y servicios** para estar preparados para afrontar los desafíos que plantean las condiciones cambiantes del mercado», concluyó el Presidente de la Junta Ejecutiva de STIHL.

Numerosas novedades en las gamas de batería y de gasolina

«Con la idea de cubrir lo mejor posible las múltiples necesidades de los consumidores, continuaremos apostando por un **mix de productos de gasolina y de batería**», destacó el Dr. Kandziora. Así, en la rueda de prensa la marca presentó un gran número de nuevos productos de ambas gamas.

Tres potentes e innovadores modelos se han sumado a la familia de **sopladores, uno de gasolina** (STIL BR 800 C-E) y **dos de batería** (STIHL BGA 200 y STIHL BGA 86) tan silenciosos que pueden usarse en áreas con restricciones de ruido. La nueva **podadora de jardín** STIHL GTA 26, con una espada de tan solo 10 cm, es una herramienta de corte versátil, manejable e innovadora.

También se ha presentado la tercera generación de la **motosierra de gasolina** STIHL MS 261 C-M., y la nueva **motosierra de batería**, STIHL MSA 220 C-B, la más potente de la marca. Esta máquina amplía la gama de batería PRO para profesionales, que ya alcanza la treintena de productos.

Las nuevas series del **robot cortacésped** STIHL iMOW son aún más inteligentes y se pueden controlar desde una aplicación en el móvil. Una de sus nuevas funciones es la habilidad de integrarse en el control inteligente del hogar, utilizando **Smart-Home System**. En un futuro incluso será posible utilizar un cómodo control de voz con **Amazon Alexa**.

Y dentro de las opciones más profesionales, el **cortacéspedes de batería** STIHL RMA 765 está diseñado tanto para jardineros particulares y profesionales como para empresas de jardinería o ayuntamientos, lo mismo que la potente la **desbrozadora** STIHL RG.

Sobre STIHL

El grupo alemán STIHL es líder en la fabricación y comercialización de maquinaria de jardinería, forestal y agrícola. Fundada en 1926, cuenta con 38 filiales propias, más de 17.000 empleados y una facturación de unos 3.800 millones de euros. STIHL fabrica sus productos en siete países con 9 plantas: Alemania, Estados Unidos, Brasil, Suiza, Austria, China y Filipinas. Sus productos se venden exclusivamente a través de más de 50.000 tiendas especialistas en 162 países. El Grupo STIHL lleva en España desde 1985 y dispone de más de 1.000 puntos de venta en todo el territorio nacional.