



Una máquina de GAM en el puerto de Hamburgo. Debajo, Pedro Luis Fernández, consejero delegado.

El rey de la maquinaria tiene hambre

El plan estratégico de GAM contempla facturar 500 millones de euros en 2026 y aumentar su presencia exterior

POR PILAR CALLEJA

GAM, multinacional de servicios integrados para la industria con sede en Siero (Asturias) y dirigida por Pedro Luis Fernández, es de esas empresas que viven momentos de gloria cuando las calles y las empresas se llenan de máquinas (elevadoras, carretillas, grúas...). Y es que su principal línea de negocio y la primera que puso en marcha allá por 1988, el alquiler de maquinaria, es la que, de momento, mide la buena marcha de la empresa.

GAM cuenta su historia en dos etapas, una desde su fundación y hasta 2003 y otra desde esta fecha hasta ahora. En la primera nació como una pequeña empresa de alquiler de maquinaria industrial, que Pedro Luis Fernández, estudiante de Derecho, fundó para ganar un dinero extra. La buena marcha de este negocio le animó

El consejero delegado creó la empresa para tener ingresos mientras estudiaba Derecho

Vale en Bolsa 142 millones y el máximo accionista es el presidente de Gestamp

El crecimiento también será inorgánico: ya han comprado 20 empresas, sobre todo pymes

a simultanear esta actividad con la de abogado, su profesión hasta entonces, y en paralelo con la de directivo del Real Oviedo, un cargo que ocupó varios años.

En 2000, la multinacional americana Hertz le compró el negocio por más de 2.000 millones de pesetas (unos 12 millones de euros); pero no llegó a desarrollarlo. Tras pasar el periodo de no competencia firmado por Fernández, en 2003 este vuelve a la carga con un nuevo socio, N+1 (actual Alantra), que pone el 90% del capital. Un momento de gloria en el que se sucedieron las compras de pequeños operadores y que marcó su salida a Bolsa en 2006, con una capitalización que alcanzó más de 600 millones de euros, frente a los 142 millones actuales.

Pero la crisis de 2008, su dependencia del ladrillo y la salida de Alantra del capital imponen una reestructuración. “Con estas variables, estaba todo dicho. Nos damos cuenta de que tenemos demasiada dependencia de un sector y decidimos darle la vuelta a la empresa. Hasta 2015 no empezamos a ver la luz con una compañía más diversificada en torno al servicio”, señala Fernández, quien ejerce como consejero delegado.

En estos últimos años, el accionariado de GAM ha dado muchas vueltas hasta que en 2018 el presidente de Gestamp, Francisco José Riberas, se hace con cerca del 60%, para inyectar músculo económico y sanear unas cuentas tambaleantes con resultados en negativo. El resto de los accionistas significativos son el propio Fernández (7%), Banco Santander (4%) y la familia malagueña Domínguez de Gor, dueños de Mayoral (10%).

Con 1.500 empleados en todo el mundo y 85 delegaciones, la multinacional tiene en marcha un plan estratégico que expira en 2026 y con el que prevén unas

ventas de 500 millones al final del periodo. Es un objetivo ambicioso —para apuntalar el crecimiento contemplan inversiones de 60 millones— ya que en 2022 la empresa ingresó 223 millones de euros, un 33% más respecto a 2021. Durante el pasado ejercicio, GAM obtuvo un ebitda de 58 millones de euros, un 32% más. El beneficio neto fue de ocho millones, frente a los tres millones de 2021.

La mejora de la rentabilidad, según el consejero delegado, es fruto de la contención y control de gastos al generar una oferta más eficiente, mayor rotación de activos y más clientes. “También tuvimos que subir los precios en los momentos de escasez de máquinas, alrededor de un 10%, igual que el incremento de los costes”, reconoce Fernández.

Sus tres líneas de negocio principales son el alquiler de maquinaria a corto plazo, a largo plazo y servicios. Esta última engloba formación, mantenimiento o distribución de marcas del sector como la de grúas italianas Hyster o la norteamericana de carretillas elevadoras Oil & Steel. Las tres áreas están creciendo, aunque el negocio de alquiler a largo plazo es la que tiene un mejor comportamiento, con unos ingresos de 48,7 millones de euros en 2022 y un peso en la facturación total del 22%. “Tiene una demanda muy alta”, subraya el directivo. La línea de alquiler a corto plazo es la que registra un crecimiento más bajo, sobre un 24%, pero sigue siendo la principal fuente de ingresos: en 2022 aportó 90,8 millones de euros, el 41% de las ventas totales de la compañía.

“Pese a que es la que menos ha crecido en volumen y aunque la

vamos a potenciar, queremos crecer rápido en las otras dos áreas”. Con más de 35.000 máquinas en propiedad, su estrategia actual se basa en generar contratos a 48 meses como mínimo. “Queremos algo más estable, como los actuales contratos que tenemos con Volkswagen o Iveco, que son a cinco años”.

En paralelo a estas tres líneas, GAM mantiene una cuarta desde 2006, aunque solo en España y de forma incipiente en Portugal. Se trata del alquiler de maquinaria audiovisual para festivales como el Primavera Sound, grandes competiciones como los premios de moto GP o la cabalgata de Reyes de Madrid. “No es un negocio que vayamos a escalar fuera de España. Es un material estacional que viaja mal. De hecho, organizamos unos 15 festivales y renunciamos a hacer otros 40. No tenemos capacidad para más”.

Junto a estas vías de negocio, GAM también aspira a crecer con la compra de otras empresas. Una fórmula que hasta la entrada de Riberas hicieron mediante ampliaciones de capital, pero que, ahora, ya no se plantean tras sanear el balance en 2018. En total han adquirido más de 20 sociedades, sobre todo, pymes. Carretillas Mayor de Valladolid, con 30 millones de facturación, es su última adquisición. “El tamaño importa y es clave ser grande en todas partes. Pero también sabemos que podemos asumir la integración de dos o tres al año como máximo”, comenta Fernández.

Latinoamérica

Como multinacional, apuesta por subir escalones más allá de la frontera española. “Tenemos que crecer más fuera para tener menos dependencia de aquí. Nos va bien, es el mercado más grande con un 60%, pero operamos en 10 países y hay que repartir riesgos”. Fuera de España su destino principal es Latinoamérica.

Allí los ingresos fueron de 31,7 millones en 2022, con un crecimiento del 30%. Dentro de Latinoamérica, su principal mercado está en México, “un país grande con mucha industria, donde nuestro servicio encaja bien”. También miran a Marruecos, donde han ingresado más de 4,4 millones de euros. Tanto uno como otro son países en los que, señala el directivo, van a replicar el crecimiento inorgánico.

Entre sus proyectos estrella, GAM tiene previsto inaugurar en octubre una planta de reciclado de maquinaria pesada. Con una inversión de 15 millones de euros y ubicada en León, las 3.000 máquinas que cada año acabarían en la chatarra tras acabar su vida útil (12 años) tendrán una segunda oportunidad. “Se renovarán, se volverán a montar y dejamos de tirar a la basura miles de millones. Queremos ampliar la capacidad con el tiempo y ofrecer este servicio a terceros”, concluye Fernández.

