

JOHN DEERE CELEBRA SUS 175 AÑOS DE HISTORIA CON LA

UNA TRADICIÓN DE INTEGRIDAD, CALIDAD, COMPROMISO E INNOVACIÓN

Desde que en 1837, el herrero John Deere fabricara y comercializara el primer arado autolimpiable para labrar la tierra arcillosa de las llanuras del medio oeste americano, Deere & Company puede echar la vista atrás con orgullo y contemplar 175 años de una historia llena de éxitos. Éxitos que durante 2012, la multinacional celebrará con numerosas iniciativas. Una de ellas, el viaje con toda la prensa de la Región 2 (Europa, CEI -Comunidad de Estados Independientes-, Norte de África, Oriente Medio y Próximo) para visitar sus instalaciones en EE.UU., que bajo el lema “desde la herencia a la innovación” ha permitido conocer la herencia de la compañía, sus valores, el poder de fabricación y el compromiso con la investigación y desarrollo.

Ana Díaz
Redacción

Los cuatro valores de la empresa, integridad, calidad, compromiso e innovación siguen siendo claves en la continuidad del negocio de John Deere y eso es algo que seguro, no nos ha pasado desapercibido a los 130 periodistas del sector agrícola y espacios verdes que repartidos en tres grupos, viajamos a EE.UU. durante una semana, el pasado mes de abril, para conocer de primera mano la historia de la compañía.

Periodistas de Austria, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Hungría, Irlanda, Italia, Kazajstán, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rusia, Eslovaquia, España, Suecia, Suiza, Turquía, Ucrania y el Reino Unido, acudimos al medio oeste americano para conocer el “John Deere Historic Site” (donde comenzó hace 175 años la compañía), la sede central de John Deere, y el nuevo y rediseñado John Deere Pavilion. Además, visitamos las fábricas “Seeding Group”, “Harvester Works”, “Waterloo Works” y “Des Moines Works”, una granja lechera, un concesionario John Deere y presenciamos demostraciones en directo en el “Moline Technology

Center”. Si algo caracteriza a John Deere son las nuevas tecnologías, de hecho son más de cinco millones de dólares diarios los que la compañía invierte en innovaciones y soluciones, por lo que durante el viaje los periodistas conocimos más a fondo, el *Eye Tracking*, el innovador sensor *HarvestLab* y la estrategia *FarmSight*, próxima etapa de la agricultura de precisión con soluciones innovadoras para optimizar los procesos de trabajo con las máquinas. De todas ellas hablaremos con más detalle en el próximo número de la revista.

INVERSIONES Y CRECIMIENTO GLOBAL PARA UN FUTURO PROMETEDOR

¿Qué hace a John Deere ser la primera opción para las grandes explotaciones? Tras el viaje a EE.UU. se hace muy fácil responder a esta pregunta, la gama de productos y soluciones tecnológicas avanzadas que ofrece, y la infraestructura de concesionarios y asistencia postventa son los pilares fundamentales del éxito. Junto a esto, claro está, los cuatro valores centrales de la compañía.

Si además sumamos las cifras de negocio, junto a que sus acciones cotizan en las bolsas de



Demostración en el John Deere Historic Site

Chicago y Nueva York y su valor de marca está tasado en 3.600 millones de dólares, el éxito para el futuro está asegurado. Un futuro cercano, en cuanto a crecimiento global, cuyo objetivo para 2018 (en relación al 2010) está centrado en alcanzar una cifra neta de ventas de 50.000 millones de dólares (el doble) y aumentar un 2% el margen operativo, lo que contempla una progresión en todas sus áreas de negocio. Las cifras antes reflejadas son de vértigo y junto a diferentes hechos nos permiten afirmar que John Deere está en condiciones de aprovechar sus oportunidades de crecimiento, como lo demuestra su presencia en mercados claves (Brasil, China, India y Rusia) con previsión de construir siete nuevas fábricas; la inversión en 2011 de 1.200 millones

de dólares en I+D en todo el mundo (tiene en funcionamiento 4 centros de innovación tecnológica en Norteamérica, Europa y Asia); y el desarrollo sólo en la Región 2 de más de 100 productos para la división agrícola y de espacios verdes.

RETORNO AL PASADO

La grandeza de la compañía se palpa aún más tras visitar el “John Deere Historic Site”. Allí, en Grand Detour, lugar donde John Deere estableció su primera fragua al llegar a Illinois (considerado actualmente en los Estados Unidos como un punto de interés histórico), Rick Trahan continúa con la tradición del herrero John Deere con demostraciones regulares, tal como pudimos comprobar los periodistas.

PRENSA EN EE.UU.



Fundada por el herrero y empresario John Deere en 1837 en Grand Detour, Illinois, la compañía con sede en Moline es una de las corporaciones industriales más antiguas de EE.UU.

Durante la estancia en Moline también visitamos el John Deere Pavilion, instalación donde se recoge una muestra de los productos de la marca y paneles interactivos, y que cada año (desde su inauguración en 1997) recibe más de 35.000 visitantes de todo el mundo.

FÁBRICAS EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

En la visita por las cuatro fábricas que John Deere tiene en EE.UU., se palpa un riguroso sistema de calidad de producción. La de cosechadoras, en la ciudad de Moline (Illinois) fue inaugurada en 1913, ocupa más de 90 ha, da empleo a 2.600 personas y el 60% de su producción se vende en América del Norte. Como curiosidad, durante la segunda guerra mundial se fabricaron allí alas de aviones y empleó a personal femenino.

La mayoría de los tractores de alta potencia de la marca continúan fabricándose en la fábrica de Waterloo (Iowa). Sus instalaciones las forman el centro de ingeniería de productos, operaciones de fundición, mecanizado de motores, operaciones de trenes de fuerza, operaciones de



Fábrica de cosechadoras



Vista aérea de la fabrica de tractores en Waterloo

servicio de piezas y montaje de cabinas, empleando en total a unas 6.000 personas. La verdad, impresiona observar como se ensamblan tractores con potencias que van desde los 170 a 560 CV.

También en el estado de Iowa se localiza la fábrica "John Deere Des Moines", que fue adquirida

por la compañía en 1947 al poner a la venta el gobierno estadounidense las fábricas empleadas en producir material bélico durante la Segunda Guerra Mundial. Hoy en día, tiene en plantilla a 1.400 personas y en ella se fabrican pulverizadores, cosechadoras de algodón y otros aperos. En la actualidad, el plan

de ampliación contempla invertir 85 millones de dólares en equipamiento para proveedores y construcción de un nuevo pabellón de unos 28000 m².



Tel.: 91 600 95 00
www.JohnDeere.es

LOS HITOS MÁS SIGNIFICATIVOS

Lo que en 1837 fue inicialmente el pequeño negocio de una persona, ocupa ahora a más de 60.000 empleados en todo el mundo y fabrica equipos para el sector agrario, forestal, construcción y cuidado del césped. También fabrica motores y trenes de fuerza para sus propios equipos y los de otros fabricantes, y ofrece créditos y otros servicios financieros. Pero hasta llegar a esto, y alcanzar los 2800 millones de dólares de beneficio neto, durante el ejercicio fiscal del 2011, han pasado muchas cosas:

- 1848: el negocio de arados se traslada de Grand Detour a Moline (Illinois) para fa-



cilitar el transporte fluvial de los materiales.

- 1923: primer tractor John Deere tras adquirir en 1918 al fabricante de tractores Waterloo Boy.
- 1927: primera cosechadora, la John Deere N° 2.
- 1934-35: las inversiones realizadas en desarrollo de productos logran un gran éxito con los modelos de tractores "A" y "B".
- 1956: expansión de la compañía. Construye planta de montaje de tractores en México y compra el fabricante alemán de tractores y cosechadoras Heinrich Lanz AG.
- 1958: inicia sus operaciones John Deere Credit
- 1964: se fabrican las primeras cosecha-



Serie 9000, la más reciente en tractores

doras europeas en Alemania.

- En Europa, desde mediados de los 90, la organización de concesionarios nacionales en países de Europa Central y del Este, junto a la formación de una sucursal comercial en Polonia marcó la expansión hacia el este.
- En la década del 2000, se crean en Rusia la fábrica de sembradoras en Orenburg (2005) y la planta de montaje en Domodovo (2010), además de la oficina de mercadotecnia en Ucrania (2008).
- 2001: las Soluciones de Gestión Agronómica (AMS) llegan a Europa.
- 2006 al 2011: expansión a China e India.
- 2012: la compañía está presente con 64 fábricas en 18 países.