

“LA PENÍNSULA POSICIÓN LOGÍS

“La historia que ha tenido Valmet en los últimos años, parte cuando Valmet después de estar perfectamente posicionada en el mercado del norte de Europa y con acuerdos con países del Este, empieza a mirar que desde dentro de la EFTA le interesa implantarse dentro de algún país que vaya a pertenecer en fechas próximas a lo que era en aquella época la CEE.

Lo intenta en España pero no ve ningún tipo de facilidades, es más, conversa con una empresa instalada con la fábrica a punto de cerrar y no se llegan a acuerdos, por lo que se decide por Portugal. En aquel momento, el planteamiento de instalarse en Portugal era coyunturalmente positivo por las facilidades que se tenía para vender en la Comunidad Económica Europea y por la cercanía cultural e idiomática con Brasil. Se montó una planta de ensamblaje, que no de fabricación, en Montejo y dicha planta dentro de un mercado interno, como Finlandia, ya metida dentro del Mercado Común, es una parte más, deja de tener interés logístico como planta pero no como mercado.

En España, después de un proceso de introducción, se dan unos cambios y usted pasa a llevar la gerencia financiera y comercial. Posteriormente, se le ofrece la posibilidad, dada la similitud de los mercados español y portugués y siendo tan próximos todos los puntos, que desde Valtra Valmet España se lleve también Portugal”.



IBÉRICA TIENE UNA TICA IMPORTANTÍSIMA”



■ Bajo estos puntos, ¿cuál es la situación en la que va a estar Valmet en la Península Ibérica?

Fundamentalmente, vamos a reforzarnos. Dividir las fuerzas es malo, y además en este momento la Península Ibérica tiene una posición logística importantísima. Estamos en el centro de dos puntos neurálgicos, entre Brasil y Finlandia, una logística que lleva a que los plazos de servicio sean más cortos; lo que en un momento quiso parecer un tópico –“*un tractor personal que se hace en pocas semanas*”– ya es una realidad. De alguna manera, estamos trayendo hacia el sur de Europa el marketing que se hacía en el norte.

Por tanto, es evidente que un punto neurálgico como el nuestro es mejor tratarlo como una unidad que como dos unidades diferentes. Es mucho más rentable para la compañía y, sobre todo, el servicio ya no ofrece ninguna diferencia entre una provincia como Murcia y otra como Shuolatti, por ejemplo. Es una unidad totalmente geográfica y comercial. Ese es el punto de vista seguido por los finlandeses para desarrollar esta idea, que no solamente Valmet ha aplicado, sino

que en general las compañías nos vamos dando cuenta de que las barreras han desaparecido tan rápidamente que muchas empresas en nuestro sector como en otros sectores optan por el mismo tipo de organización.

■ ¿Cree que existe una descentralización del mercado portugués hacia un centro geográfico Ibérico?

No creo que sea un centro geográfico Ibérico, se trata más bien de la administración, que es un poco el engorre de las compañías. Lo importante es que tanto España como Portugal se van a seguir tratando como Estados y

lo que se va a hacer exclusivamente es una concentración de la administración.

■ Comercialmente, ¿cómo se va a estructurar el mercado?

Prácticamente va a seguir como estaba, con delegaciones comerciales tratadas por portugueses y con nuestros mismos empleados. Lo único que se va a centralizar es la administración y servicio de repuestos, pero de alguna manera también estamos descentralizando tanto en España como en otros puntos de Europa estableciendo puntos neurálgicos. En el norte, Ale-

“ *Un tractor personal hecho en pocas semanas ya es una realidad* ”





mania, por ejemplo, se sule de Dinamarca, esto da mejor administración y disponen de un repuesto en 24 horas. Lo que estamos consiguiendo, por tanto, es administrar mejor todos los gastos que conlleva la logística de producto. España es también centro para todas las *sales companies* del producto que Italia ya fabrica para nosotros. Por tanto, es un punto neurálgico de centralización de ese servicio y de administración en la Península Ibérica.

■ **El mercado portugués es un mercado basado principalmente en potencias medio-bajas. Ustedes están posicionados en potencias altas y superaltas. Ahora tienen un refuerzo con una gama fabricada en Italia y que puede ser idónea para este mercado. ¿Qué esperan arañar de esa parcela en la que hasta ahora no estaban, como es Portugal y España?**

El producto ha sido muy bien acogido. La red ha agradecido mucho ese refuerzo que le hemos dado. Sin lugar a dudas, lo que queremos es reforzar, por un lado nuestra red de concesionarios en la Península, y en la gama alta

posicionamos de tal manera que trabajando a tope en esa parcela podemos conseguir lo que Valmet puede tener en estas potencias, tanto en el mercado de España como en el de Portugal. Vamos a trabajar muy duramente el tema de "foresta", donde nuestros tractores son líderes en el norte de la Península, y vamos a tratar de centrar nuestras fuerzas en esos sectores que son realmente nuestro nicho de mercado.

■ **En ese nicho de mercado de las potencias altas han conseguido una magnífica posición, teniendo en cuenta las unidades vendidas en 1996. ¿Qué ha sucedido en Portugal?**

El mercado portugués "castigó" la desaparición de su producto base, que se montaba allí. Sabíamos que se iba a pasar por esa fase pero, no obstante, los concesionarios confían, porque estamos lanzando nuevo producto, una sola línea: la '100', fabricada en Finlandia y Brasil. Con ello vamos a tener dos suministradores para la Península Ibérica, sur de Francia, Grecia e Italia, de un producto que es idóneo para el mercado del sur de Europa.

■ **¿Las mismas especificaciones de los tractores que haceis en Brasil o en Finlandia son casi todos cuadros de factor diferencial?**

El único factor diferencial en realidad es el clima. Hacer cabinas en Brasil parecía impensable, y sin embargo estamos ya desarrollándolas para países como Argentina, que está cobrando una importancia tremenda, así como Uruguay, Chile, Paraguay, y ahora recientemente Cuba y Méjico, que en próximas fechas estará abierta como *sales company*.

En el norte de Europa, en cambio, fabricamos más para lo que son nuestros mercados naturales, con unas cabinas fantásticas. Pero fundamentalmente el producto es exactamente el mismo, con el mismo 'corazón', el motor, que se vende para las gamas altas de otras marcas.

■ **Los acuerdos entre Claas y Valmet Brasil abrieron la puerta a las especulaciones sobre la posibilidad de una Joint Venture. ¿Qué puede decir al respecto?**

En realidad no hay más que una colaboración de Valtra Brasil para comercializar producto de Claas. Diversas unidades de Valtra han empezado ya una cooperación porque Claas necesitaba apoyar su actividad con algún tractor, sobre todo en la línea alta, con la potencia, calidad e imagen que



“ El cliente manda, diseña... es quien mantiene la empresa ”

ofrece el norte de Europa. Por tanto, en Gran Bretaña, Alemania e incluso España hemos comenzado una simple colaboración entre concesionarios, una labor que llevamos completamente en conversaciones sin pasar a más negociaciones. Los *dillers* comunes están ya trabajando tanto en Gran Bretaña como en Alemania y algunos comienzan a hacerlo en España, porque evidentemente les interesa comercializar producto de una cierta calidad y gama de comercio.

■ **Los tractores dirigidos al norte de España y Portugal, ¿vienen ya equipados de Finlandia con todos sus aditamentos de trabajo forestal o se hace ‘un traje a medida’ de los mercados locales en los que van a trabajar?**

Hacemos un poco ‘un traje a medida’. El tractor viene preparado para trabajar en la foresta y después se le hace un ‘pídalo usted mismo’, en función de las necesidades. En España y Portugal se está equipando cada máquina por y para cada cliente.

■ **¿En qué puntos pueden ser coincidentes y divergentes los mercados español y portugués?**

“Este año se apunta cierto retraimiento del mercado”

No creo que haya muchas divergencias. Afortunadamente, ya somos dos países que tenemos muchas cosas en común y que aprendemos el uno del otro rápidamente. Se une además la adaptación de nuestras agriculturas a las exigencias de la PAC y de la Comunidad. Poco a poco las diferencias van a ser menos y las coincidencias muchas más. El agricultor va aprendiendo deprisa, ya que las circunstancias le obligan, y en realidad el agricultor portugués no está demasiado lejano. En los primeros contactos que he tenido con el mercado portugués he podido observar cada vez menos divergencias.

■ **¿Qué podemos esperar del mercado europeo en 1998, y en particular en la Península Ibérica?**

1998 apunta a un cierto retraimiento dentro del mercado de la maquinaria agrícola. Sin lugar a dudas, las ‘alegrías’ de estos últimos años en el mercado europeo en general, pero en especial en el español, eran debidas también a una situación sufrida anteriormente de sequía y contracción absoluta, quizá exagerada, que bien acompañada por mejores circunstancias climatológicas, y mayor disponibilidad de unidades en stock, han producido una escalada de cantidades en la Península Ibérica que también juzgo exageradas, porque sinceramente no esperábamos de 1997 esas cifras. En lo que se refiere a 1998, estoy segura de que habrá un retraimiento en el consumo de maquinaria agrícola.

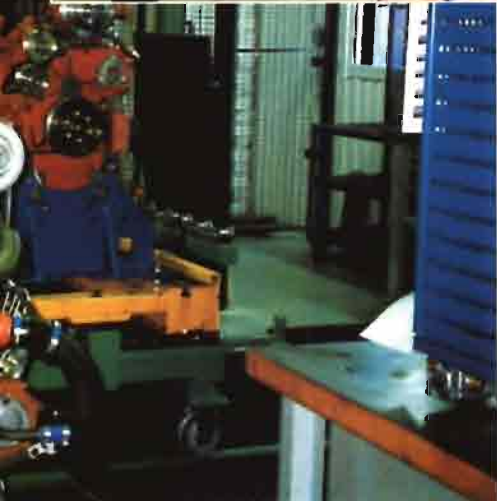
■ **Un año después de su puesta en marcha, ¿se ha aprovechado Valmet del Plan Renove para potenciar su presencia en nuestro país?**

Era un plan que nacía muy restringido. Con mis mayores respetos y sin dudar de las buenas intenciones de la Administración, no he notado nada este Plan Renove. Sinceramente, no lo he notado, y pienso que mis colegas tampoco. Creo que lo que se hizo fue anunciar algo que nunca –que me perdonen– se pensó en serio.

■ **A pesar de la menor presión de demanda, sin embargo siguen realizándose operaciones con unos márgenes paupérrimos. ¿Qué se podría hacer para poner la máquina sobre las vías otra vez y que los precios fueran los que realmente se aplican, sin recurrir a campañas o ayudas que despistan al comprador, que al final nunca sabe si está pagando lo justo por lo que ha adquirido?**

Poner orden a todo este caos es difícil. Las empresas nos lo tenemos que plantear seriamente y desde dentro. Hacer un buen examen de conciencia, porque nuestro futuro es el cliente. Si todos vamos caminando hacia las certificaciones, lograremos la satisfacción de nuestros clientes. En realidad, es él el que manda, el que diseña el que, en definitiva, mantiene nuestra empresa. Hay que tomárselo con absoluta seriedad, no sólo como un eslogan publicitario, es algo más. Desde ese punto de vista, en el momento en que estoy certificada no solamente en un producto, sino también en un servicio, tengo que saber que mi cliente demanda un precio justo y serio.

Recibe lo que paga. Por tanto, es un examen que debemos hacer todos desde dentro. La mentalidad debe cambiar aceleradamente, no a 40 km/h, que es la máxima permitida para el tractor. Debemos ‘ponernos las pilas’ y dado que nuestro cliente manda, puesto que es máxima para todos nosotros, debe de recibir exactamente lo justo.



■ **Acaba de tomar tierra en el mercado portugués, ¿qué planes tiene para poner los Valmet en los nichos de mercado al alto nivel que le corresponde?**

Lo primero es potenciar red, que se sientan ya parte del importante Grupo que éramos en la Península Ibérica en el que ya había un conjunto importante de concesionarios. Nos sentimos todos parte de un grupo, de una empresa con unos objetivos claros. En un futuro inmediato, también reforzaremos nuestra imagen con campañas como el Tractor Pulling, en las que nos sentimos muy orgullosos de estar presentes.

■ **Es la tercera vez consecutiva que Valtra Valmet se ‘moja’ en el Tractor Pulling. ¿A qué se debió su presencia en este evento? ¿Se encuentra presionada por una cultura de la ‘casa madre’ en este tipo de evento o viene también en parte por la propia empresa, por tratar de efectuar una promoción distinta en la Península Ibérica?**

Fundamentalmente, es cultura. Nuestra empresa tiene ese tipo de cultura. Evidentemente, es un evento para el agricultor. Sólo tenemos ferias para demostrarles cosas estáticas, cosas “no lo toque”. Esto, en cambio, es algo divertido, algo con lo que el agri-

cultor puede disfrutar. Es también una preparación para nosotros y para las máquinas. ¡Ahí están las máquinas! ¡Vamos a probarlas! ¿Por qué no? Si lo estamos haciendo en Fórmula 1. ¿Qué tira después de la investigación y la tecnología? Este tipo de pruebas. Estamos muy interesados en que nuestras máquinas se prueben, en probarlas nosotros mismos y esto es un gran test, una forma de inversión en imagen, pero evidentemente en tecnología

“ Hemos encontrado la forma de que el Tractor Pulling entre en nuestro país ”

■ **¿Cómo juzga la evolución del Tractor Pulling en las tres ediciones celebradas en España? La primera fue multitudinaria, incluso en exceso, y la segunda fue más floja.**

Como dice el refrán castellano: ‘a la tercera va la vencida’. Estuve entre el público, en la grada, y escuché todo tipo de comentarios agradable al respecto. Fue curioso: despertó interés y fue el caldo de cultivo de lo que puede ser el Tractor Pulling en España. Esta última edición ha sido la forma de encauzar este tipo de eventos en la Península. Personalmente, me gustó muchísimo porque estaba bien organizado, bien estructurado y se celebró en el momento y lugar oportunos.

■ **Un año después de la toma de la mayoría de**



acciones de Valtra Valmet por Partek, ¿en qué se ha notado el hecho de integrarse en un grupo tremendamente grande y fuerte? ¿En seguir igual? ¿En que algunas áreas de investigación serán distintas? ¿O bien da una seguridad?

Da una seguridad, una dinámica. Siempre que dos grupos como era Sisu o como ha sido la fusión con Partek, se unen, se encuentran rápidamente dinamizados. He encontrado fuerza de organización y dinamización. Evidentemente, los negocios no están mezclados, van independientes pero sin lugar a dudas te encuentras dentro de un Grupo que si bien han sido dos en el año 1997 ya nos sentimos rodando dentro de uno solo. Ha sido muy rápida la incorporación de nuestros grupos.

■ **Hasta ahora sólo comercializan tractores. ¿Entra dentro de sus planteamientos actuales una posible ampliación con algún tipo de producto anexo al tractor y que les permita también cifrar algo más?**

En España, en las zonas de regadío y específicamente en la zona del Duero, estamos comercializando nuestros motores, muy valorados incluso por nuestra competencia. El pasado año lanzamos la información de que vamos a comercializar palas cargadoras hechas para nuestros tractores Valmet, si bien de momento vamos a ir despacio en este sentido. Se han ido lanzando en 1998 nuevos modelos de tractores al mercado y esperamos para 1999 ofrecer más novedades. 🍀

