

LAMUSA es una de las empresas con mayor tradición en la fabricación de máquinas de siembra. Desde su fundación, ha pasado por diversos estadios, formando parte ahora del Grupo Agroindustrial Solá bajo la nueva marca Lamusa Agroindustrial.

El pasado mayo se celebró una reunión con todos los antiguos distribuidores para presentar la nueva empresa y el nuevo equipo que está detrás de ella. Joan Cambray, director comercial del Grupo, esboza los proyectos e intenciones de una empresa considerada “para el futuro”.



ción en la que se les ha presentado la nueva empresa Lamusa Agroindustrial e inculcado la continuidad. Hemos dejado bastante claro que Lamusa va a seguir su camino, dispuesta a pelear para ser de las primeras. Luchará con sus propias armas teniendo en cuenta a la competencia.

había posibilidad de hacerlo en la propia fábrica, se ha continuado este año haciéndola en la antigua empresa fabricante y no se va a cambiar nada, a excepción de algunos detalles de alguna de las máquinas. En próximas campañas sí que se van a cambiar cosas y se incorporarán, si es posible, mode-

■ ¿Qué es Lamusa Agroindustrial?

Es una empresa de nueva creación que llevará a cabo la fabricación y venta de las máquinas Lamusa.

■ ¿Qué política tienen intención de seguir con esta nueva andadura de una marca industrial de tanta tradición como Lamusa?

En cuanto a comercialización y venta, será muy diferenciada a lo que pueda ser la venta de Solá. Esperamos que Lamusa tenga su nombre propio, su fisonomía y todas sus características. Como tal, se va a intentar darle cuerpo y se va a comercializar bajo unos concesionarios que ya estaban la mayor parte formados. Se va a estar con ellos, se ha hecho ya una conven-

■ ¿Qué impresión cree que han sacado los distribuidores de ustedes y viceversa?

Después del contacto establecido, a la mayoría se les ha vuelto a visitar en breve tiempo, en sus propios domicilios o empresas, y pudimos constatar que los temores iniciales se les han olvidado. Están bastante contentos de ver a un grupo de personas dispuesto a trabajar y empujar, quizá con más ahínco, con el que lo haría la empresa anterior. Esa confianza que hemos sabido transmitirles en aquellos momentos se ha traducido ahora en los pedidos de precampaña.

■ ¿Va a ver en este primer ‘arranque’ un incremento de la gama respecto a lo que se venía comercializando?

La gama va a continuar siendo prácticamente la misma. Cuando el Grupo Solá compró Lamusa ya se había iniciado la fabricación y, como no



IMPRESA PARA EL FUTURO



los nuevos, pero dando la misma imagen, reforzada.

■ **¿Hasta qué punto se va a ver influenciada Lamusa por la política**



de investigación y desarrollo de producto de Solá?

Aparte de que le queramos dar un carácter propio, sí que habrá influencia. Es normal, el Grupo Solá tiene una oficina técnica bien montada y potencial para desarrollar temas y máquinas, por lo que se pueden aprovechar parte de esos conocimientos e innovaciones para Lamusa, pero siempre con un carácter propio. Porque, verdaderamente, son dos empresas distintas. Como tal, cada una tendrá su propio carácter y potencial económico.

■ **¿No va a existir una diferenciación en las marcas distinguiéndose una de 'primera' y otra de 'segunda'?**

Queremos que sean dos marcas de 'primera'. Lamusa Agroindustrial no será nunca una marca de 'segunda'.

■ **Durante esta campaña, debido a la premura del tiempo, se van a seguir fabricando las máquinas, bajo su control, en las instalaciones que tenía el antiguo fabricante. Para las próximas campañas, ¿cómo resolverán este asunto?**

En un primer momento, la política de Lamusa Agroindustrial se marcó la pauta de crear una empresa totalmente independiente, tanto en instalaciones como en desarrollo del producto. Hoy esta idea no es tan clara, está dando un pequeño vuelco. Desde el Grupo Solá se quieren dar los pasos con seguridad y se está planteando mejorar las instalaciones que actualmente tiene Solá para poderlas maximizar en su totalidad. No sería congruente que un mismo Grupo dispusiera de dos instalaciones de pintura o dos centros de montaje. La idea es optimizar las instalaciones de Solá, dentro de lo que sea posible y Lamusa, que forma parte de este Grupo, pueda ayudar a fabricar todos esos componentes abaratando su producción con la sinergia de ambas.

■ **¿Qué política va a seguir Lamusa Agroindustrial respecto a la red?**

Afortunadamente, nosotros quedamos gratamente convencidos de que la red que Lamusa está teniendo en estos momentos es una red muy saneada, de primera línea. A veces, cuando alguien la ve desde un punto de vista ajeno puede no darle esa importancia que tiene, pero una vez conocida hemos quedado muy satisfechos. Se trata de personas que están creciendo, empresas que tienen mucho empuje y a las que damos una confianza absoluta, para que en un futuro estén en bandera. Desde nuestra





con respecto a los acuerdos que mantenga el Grupo. No se va a ver influenciada ni en su marcha ni en sus exportaciones, porque el hecho de pertenecer a un mismo grupo no implica que tengan que asumirse acuerdos que se hayan realizado con anterioridad.

■ **¿Prevén dedicar este primer año con Lamusa a dar continuidad a la marca, o bien tienen perspectivas de ampliar su base?**

Es cierto que ha sido todo muy rápido y la campaña ya está encima. Tenemos perspectivas para el próximo año de cambiar cosas, pero en éste lo único que vamos a hacer es seguir la misma inercia que tenía.

■ **¿Seguirá una política de incremento de productos anexos a las gamas de máquinas de siembra?**

La idea es no seguir los pasos de su inicio, hace ya 67 años. No miramos lo que se hizo entonces, vamos a mirar lo que vamos a hacer ahora, y sí se van a hacer algunas máquinas afines que puedan ir en los mismos concesionarios. Vamos a aprovechar la red incorporando productos que sirvan a la red y que sean complementarios a lo que fabricamos.

■ **Respecto a precios y dentro de su propia 'casa', ¿qué producto va a ser más caro?**

No hay uno más caro o más barato. En este momento, las tarifas de precios ya son públicas, están a precios muy parecidos, no solamente Lamusa o Solá sino otras marcas. Estamos todos a precios muy parecidos y no hay diferencias importantes.

■ **Si tratara con un concesionario de una zona determinada que le pidiera convencerle para vender Lamusa, ¿qué argumentos le daría?**

• En cada zona se usa el 'librillo' que más conviene, porque cada una es diferente. Pero hay puntos que podrían diferenciarla de otras marcas. Lamusa ya viene desde el principio y una máquina avalada por tantos años tiene mucho en su favor. Es también una máquina robusta, que es lo que quiere el agricultor espa-

política les vamos a apoyar en todo para que sigan en esa pauta de crecimiento y consolidación.

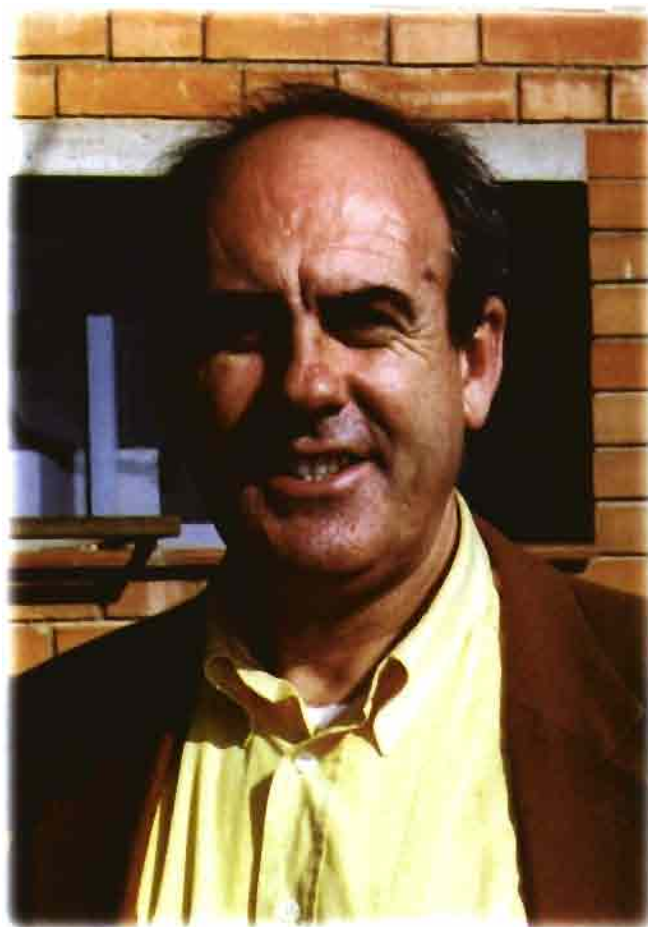
Lamusa se está consolidando como la segunda marca más importante en España de sembradoras, y ese paso es decisivo. Jugaremos una baza importante para que les demos confianza, para que sepan que detrás de esa marca hay un equipo humano que les va a apoyar en todo.

■ **¿Hasta qué punto va a aprovechar la estructura de Lamusa Agroindustrial tanto a nivel comercial como a nivel de diseño, fabricación, gerencial, etc...?**

La primera meta que nos hemos marcado es que Lamusa sea una sembradora de calidad que hay que mejorar y a la que vamos a dar una categoría de primera marca. Hasta ahora, Lamusa parecía un competidor más, a partir de 1998 va a ser una de las marcas que va a empujar con más fuerza y que quiere posicionarse entre las dos mejores.

■ **¿Se va a aprovechar Lamusa Agroindustrial de los acuerdos que tiene el Grupo con fabricantes europeos?**

En principio, esta posibilidad no la contemplamos. Hay una total independencia de Lamusa Agroindustrial



“Lamusa se consolida como la segunda marca más importante en España de sembradoras”



“ *Su comercialización y venta será muy diferenciada de Solá. Lamusa tendrá su nombre propio* ”

ñol, que no se le rompa a los dos días de trabajar con ella.

- Ha sido la primera en incorporar tolva de gran capacidad.
- Igualmente, ha sido la primera en incorporar un cultivador flotante.
- En cuanto a la tecnología que se le puede incorporar, con respecto a sembradoras, aunque no sea mucha sí se ha introducido un variador de alta definición, si bien pueden tenerlo otras marcas, Lamusa lo tiene suyo y propio. Esto da confianza al que pueda comprar la máquina, porque no es peor que otras marcas sino que tiene una serie de puntos que otras no han logrado, como disponer de variador o dosificador propio.

■ **Lamusa es una marca que tiene tradición.**
¿Respecto al futuro?

Lamusa Agroindustrial es una empresa para el futuro. 🍀

m&ma
MACCHINE
E MOTORI
AGRICOLI

M&MA
MACCHINE E MOTORI
AGRICOLI

Es la única revista italiana especializada que se dirige a fabricantes y comerciantes de maquinaria e implementos agrícolas.



Unacma, la Asociación Nacional de Comerciantes agrícolas ha escogido a M& MA como su órgano oficial confirmando así el papel de la revista como vehículo de información. El plano redaccional de M&MA es rico en su contenido y en sus informaciones dedicadas a las novedades técnicas.

Las pruebas en el campo están coordinadas por un comité científico cualificado dirigido por el profesor Michele Cera. M&MA da al comerciante de maquinaria agrícola importantes informaciones que le permiten ser un consultor fiable para el propio cliente y el agricultor.

MAQUINARIA PARA EL JARDIN

Esta sección publicará regularmente informaciones y datos técnicos de la maquinaria y complementos para el cuidado del jardín y de las áreas verdes públicas.

MERCADO DEL USADO (tractores y cosechadoras)

Esta importante sección brindará a los comerciantes y a los agricultores la posibilidad de ser informado sobre las máquinas usadas del mercado italiano.

M&MA PUBLICA UNA MAGNÍFICA GUÍA DE MAQUINARIA AGRÍCOLA

Este catálogo se publica desde hace 25 años y representa una fuente única de datos técnicos sobre toda la maquinaria agrícola disponible en el mercado italiano.

Representante para España a nivel informativo y comercial: **B & H - Blake y Helsey España, S.L.**
Dr. Mingo Alsina, 6 - 28250 Torre Lodones (Madrid)
Tel. (91) 859 07 37-Tel. Fax y Contestador (91)859 01 87
E-MAIL blakehey@hpr2.es