

# "SIEMPRE HEMOS APOSTADO



En el momento en que los tres socios fundadores de Autos Sant Joan apostaron por Kubota lo hicieron con una fe ciega, confiando en la calidad y en el prestigio de un producto. Al día de hoy son líderes en el mercado balear en tractores de hasta 60 CV, con una penetración del 31%.

Cuando los hermanos Francisco y Jordi Gayá, junto a Antonio Malondra decidieron iniciar una nueva etapa comercial dentro del segmento del motor nació lo que hoy conocemos como Autos Sant Joan. Desde entonces se plantearon la necesidad de no quedarse estancados y mantener vivo el sector agrícola; por ese motivo en 1993 iniciaron las conversaciones con Kubota para traer tractores japoneses a Mallorca. Pese al duro golpe que recibieron cuando conocieron la noticia de que Kubota dejaba la comercialización de tractores en España, siempre quisieron tener confianza en la marca y en el producto, y hoy están orgullosos de su actuación y del servicio que ofrecen a los numerosos clientes que tienen en las Islas.

Se trata de una empresa familiar, "sin intenciones de llegar a ser ninguna gran sociedad, pero con la idea de hacer las cosas lo mejor posible y atender lo mejor que se pueda a los clientes de la marca a la que repre-

sentamos", comentan. Cada uno de los socios sabía que se iniciaba una etapa entre los tres, cada uno en su especialidad y así nació un equipo, como si de fútbol se tratara. A partir de ahí, cada cual desarrolló su función en diferentes segmentos. Francisco Gayá supervisa y coordina los temas técnicos apoyado por su hijo Miguel; Jordi Gayá se responsabiliza más del tema de entregas postventa y atención inmediata al cliente fuera de las instalaciones; y Antonio Malondra realiza una función de apoyo, tanto en el departamento comercial, como en el tema de administración y gerencia.

Aunque en un principio no pensaban en la idea de vender tractores, estudiando la realidad del mercado balear vieron que había un nicho interesante y en 1993 tuvieron la primera relación con Kubota: "Elegimos esta marca porque el concesionario que lo llevaba antes optó por otras labores en el campo de la automoción. Nos ofrecieron a nosotros coger Kubota y pensamos que era una gran marca,

por los datos que teníamos del mercado de tractores y al lado de las otras marcas, por la potencia que tenían y su gran rendimiento".



# POR LA CALIDAD DE KUBOTA"

## MOMENTOS DIFÍCILES

Justo cuando empiezan a palpar el producto y a disfrutar de los frutos de un trabajo iniciado hace años es cuando Kubota Japón decide dejar de fa-



ser fuertes, valientes, acudir a todas las citas previas que había en el mercado mallorquín. Fue difícil porque la gente no entendía, había una difusión de los medios diciendo que Kubota ya no estaba operativa en España. Resulta que las personas de este mundillo de Mallorca deciden apostar por un producto que decían que estaba muerto", explica Antonio Malondra.

Los responsables de Autos Sant Joan estaban convencidos de que al apostar por Kubota sembraban futuro para su empresa, aunque al oír ahora el relato de lo que entonces aconteció pueda parecer un poco ilógica su forma de actuar: "Compramos a Ebro Kubota el máximo de unidades que pudimos, fuimos

a los lugares más recónditos de España a buscar tractores Kubota, y la gente nos miraba con perplejidad. En nuestra lógica era una multinacional, la primera empresa mundial de tractores compactos, y estábamos convencidos de que no era posible que un fabricante todopoderoso dejara el mercado español y optamos por esta solución", señala Francisco Gayá.

La competencia les veía acudir a las ferias locales con tractores nuevos, con producto y haciendo hincapié en lo que vendían. Con la mirada atrás recuerdan que "esta ha sido la situación más complicada. Fue duro; contado hoy en este despacho y pasado el tiempo es muy fácil, pero lo cierto es que fueron momentos amargos. El día que nos comunicaron la noticia coincidió con una cena/reunión de 60 colaboradores, clientes y amigos de la concesión, y recordamos perfectamente que asistimos con la máxima serenidad. No le dimos demasiada importancia y actuamos convencidos de que esa grave decisión no afectaría a las responsabilidades de servicio que

bricar tractores en España, aunque manteniendo, como se ha hecho hasta hoy, una asistencia técnica para sus clientes, con la división de Kubota Servicios. Según recuerda ahora Francisco Gayá, "fueron momentos realmente difíciles, porque se tuvo que tomar una decisión importante; después de muchas y largas reuniones y también hablando dentro de los que era la situación atípica con Madrid, sólo teníamos dos opciones: abandonar el barco, o apostar por la fidelidad a una marca que nos había conquistado el corazón con su producto y con las personas, que en un momento dado, habíamos conocido".

En definitiva, es una historia de amor hacia un producto al que no conocían demasiado, porque era una marca japonesa sin muchos antecedentes. "En aquel momento apostamos fuerte, apostamos por la constancia y decidimos no arrinconarnos,





*Kubota y Autos Sant Joan habíamos adquirido con nuestros clientes. Por supuesto que la competencia habló mucho de nosotros y de Kubota, augurando las peores perspectivas a nuestra empresa y a los propietarios de los tractores Ebro y Kubota".*

El tiempo terminó por darles la razón, y en la exposición de Autos Sant

**“ En Autos  
Sant Joan  
siempre  
confiaron en  
Kubota y hoy  
se sienten  
orgullosos ”**

Joan y en las ferias los clientes seguían viendo los tractores nuevos con la placa identificativa de 'Made in Japan' por Kubota Co. y en definitiva todas esas críticas sólo sirvieron para dar mayor publicidad a la marca.

Pasaron dos o tres años diciendo que eran restos de serie, pero la gente veía la placa de Kubota Corporación,

fabricado en Osaka y sacaba sus conclusiones, a lo que se añadía todo lo que podían leer sobre el tema, lo que se encargaba de difundir la competencia y noticias aparecidas en Internet. Había un cierto temor a lo que podía pasar con Kubota. Todo el mundo hablaba de ello, según recuerdan en Autos Sant Joan ahora: *"Teníamos destinado un 30% de nuestra facturación para gastar en publicidad, pero tuvimos que retirarla porque la propia competencia se encargaba de hablar de nosotros y no nos hacían falta los anuncios para que vinieran a comprar un tractor, por lo que ese dinero lo destinamos a mejoras en las instalaciones".*

#### CREER EN EL PRODUCTO

Dentro del segmento de tractores de doble tracción hasta 60 CV, que era la gama disponible en 1998, Kubota ha crecido de una forma importante en Baleares. Según datos del Ministerio de Agricultura, de un 19.84% de mercado, en dos años han superado el 30% a finales de 1998. Aunque hubo quien comentó que vendían a precios de saldo, esto nunca ha sido así, y en realidad lo que se hizo fue una apuesta fuerte por el factor calidad-precio: *"En nuestras manos teníamos un buen producto, y lo primero que tuvimos que hacer es creemos nosotros*

*mismos que estábamos con lo mejor del mercado", explica Jordi Gayá.*

Una parte importante del éxito se debe a sus clientes, que por ser una isla donde residen gentes de distintas nacionalidades, es un tanto peculiar. Los ciudadanos de la Unión Europea conocían bien la marca por la referencia que de ella tenían en sus respectivos países, y han sido los que se han preocupado de saber si el producto que se vendía en las Baleares era el mismo que se podía encontrar en Alemania, Inglaterra o Francia. Refiriéndose a este tema, Francisco Gayá recuerda una anécdota: *"Un cliente alemán que reside desde hace tiempo aquí nos dijo que determinadas marcas tenían un gran prestigio en su país, y no entendía el énfasis que poníamos en Kubota, puesto que era una persona bastante documentada y conocía bastante sobre maquinaria agrícola. Quedamos en que cuando volviera de Alemania traería más meditada la idea y tomaría una decisión sobre la compra que iba a hacer. A la vuelta llegó con un enorme dossier con productos de otra marca y me dijo: 'Yo quiero un Kubota y voy a tener uno en mi casa'. Confiamos en las posibilidades que la marca puede brindar a un colectivo tan exigente como el que por diversas circunstancias vive en Mallorca, y por ellos hemos trabajado tan duro".*





clientes que a diario visitan la exposición de productos en Autos Sant Joan, tanto profesionales como no profesionales. La agricultura profesional no atraviesa su mejor momento en las Islas, y es necesario atender otros frentes de negocio, como puede ser el de complementos que ofrece Kubota para zonas verdes y complejos deportivos. De hecho, tienen una valla publicitaria en el estadio de fútbol del Mallorca, equipo representativo de las Islas, y ahí se ve claramente que Kubota cree en el futuro, que lógicamente pasa por una apuesta al 100% por la maquinaria de espacios verdes.

## UNA RESPUESTA A LA CONSTANCIA

### LA NUEVA GAMA PARA 1999

Para el presente año Kubota tiene previsto presentar un gran número de novedades. Algunas se han lanzado ya y otras irán apareciendo a lo largo del año. "La gama arranca del modelo de 16 CV, que va a ser un tractor impactante en esta isla porque la gente está pidiendo un minitractor de este tipo para su parcela, en lugar de utilizar el motocultor. Creemos que Kubota forma parte de lo que es la calidad de vi-

da, de la que tomamos parte la Comunidad de Baleares. Entendemos que tanto en minitractores de 16 CV como en el 9000 (90 CV), que es el último modelo que se ha puesto en marcha, existe una gama amplia y polivalente, apoyada por la gama de fruteros y viñeros que tenemos y vamos a tener, con lo que creemos es suficiente", afirma Antonio Malondra.

La gama de maquinaria de Kubota también tiene un amplio apartado dedicado a los Espacios Verdes, y ha despertado un gran interés entre los

Las cifras del año 1998 que ha presentado el Ministerio de Agricultura son muy interesantes para los responsables de Autos Sant Joan. En 1998 se matricularon en Baleares 58 unidades de Kubota en el segmento de hasta 60 CV, sobre un total de 193 tractores vendidos, frente a los 25 tractores de 1996. "No estamos obsesionados en comernos el mercado -reconocen-, pero somos gente que quiere hacer bien las cosas, apostando por la fidelidad a la marca". Este

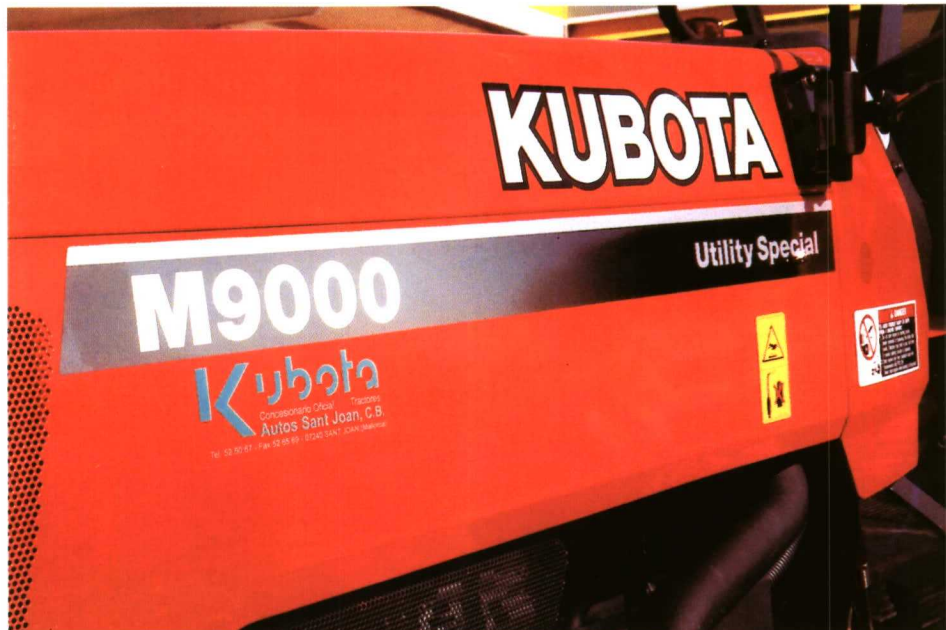


incremento de penetración se debe a que "en 1996 sufríamos en nuestras carnes el no tener un producto innovador, había un vacío de poder y de producto, y no teníamos esta selección de tractores para poderlos ofrecer. Entonces apostamos por la continuidad y esperar nuevos vientos". En 1997 fueron a más y 1998 ha sido la consolidación, una respuesta a la constancia y a la confianza que pusieron en el producto, a la pasión a la marca y el factor suerte.

Para el 99 "no queremos adueñarnos del mercado balear, lo que sí queremos es seguir trabajando bien, conseguir una penetración del 25-30 %, y consolidarla con los nuevos productos que llegan".

Ante la pregunta de qué mensaje mandarían a la red actual de Kubota, los responsables de Autos Sant Joan responden: "Sobre todo, que crean en Kubota, que cuenta con un equipo comercial con un alto grado de profesionalidad y humanidad, y en el producto que comercializan. Sin la constancia y tenacidad que hemos tenido durante estos años no habríamos llegado donde ahora estamos, y es lo que nos gustaría que hicieran todos los que integran la red".

Para los responsables de Kubota Servicios España no tienen más que palabras de gratitud, "Una gratitud bien entendida y muy humana, ya que de esta relación ha nacido un gran espíritu de colaboración que se



ha conseguido día a día, a base de teléfono, viajes, aviones y reuniones con Kubota España. Además, aprovechando esos encuentros en Madrid y Mallorca, también la dirección de Kubota Japón ha querido comprobar 'in situ' si era cierto el mensaje que Kubota España transmitía a Japón con el ejemplo de Baleares".

## EL USUARIO SIEMPRE ESTUVO ATENDIDO

Durante el tiempo en que Kubota dejó de operar en España se creó una filial para dar un servicio técnico postventa a los tractores, llamada Kubota Servicios España, con la intención de

no dejar desabastecido en ningún momento al usuario. En Autos Sant Joan han trabajado durante este tiempo con mucha valentía y sinceridad, dando al cliente lo que necesitaba y teniéndolo siempre a su lado.

Una buena prueba de este constante servicio al cliente son los doscientos tractores Kubota, sin contar con la familia Ebro, que llevan vendidos, además de más de 1 000 que siguen trabajando en Baleares de la etapa anterior.

Mantener ese nivel de servicio con los clientes era muy importante en esos momentos de vacío: "Hemos intentado atender el servicio basándonos en el equipo humano, que hoy en día no es fácil. Es muy complicado en Baleares conseguir buenos profesionales del sector postventa y mecánico en la isla", reconoce Jordi Gayá. Éste va a ser un tema muy preocupante para el futuro inmediato. En Autos Sant Joan quieren dejar muy claro que apuestan por la postventa. "No tenemos que pensar solamente en rentabilidades, tenemos que pensar siempre en el grado de satisfacción del cliente, que va a ser el que va a marcar el grado de rentabilidad". También han creado un área de recambios con un stock importante, sin obviar el esfuerzo que ha hecho Kubota España Servicio, que "en cuanto a recambios ha sido sensacional. Estamos hablando del 98.9% de nivel de servicio. Con estos argumentos, por supuesto, resulta más fácil luchar", concluye Antonio Malondra. 🍀

