

La filial en nuestro mercado espera afianzar su presencia en 2006

## “LAS VENTAS DE KUHN EN ESPAÑA SE HAN DUPLICADO EN LOS CUATRO ÚLTIMOS AÑOS”

Kuhn ha duplicado sus ventas en España en los cuatro últimos años. Así lo afirmó el director general de la filial, Joël Chatellier, durante un almuerzo de trabajo con la prensa especializada celebrado en Madrid y en el que hizo análisis de los resultados obtenidos este año, desveló los objetivos para el próximo y repasó la actualidad de la compañía a escala global.

**K**uhn Ibérica, S.A. acaba de cumplir el segundo año desde su creación y los resultados obtenidos por la filial son satisfactorios, según su director general, Joel Chatellier. *“Hemos superado las previsiones iniciales del grupo y, a pesar de las dificultades que atraviesa el mercado, sobre todo en determinados productos, seguimos creciendo. Las ventas de Kuhn en España se han duplicado en los cuatro últimos años”*.

La maquinaria forrajera, que supone un tercio de las ventas totales, sigue siendo la principal protagonista del catálogo de producto de Kuhn en España. A continuación, con un 13%, se sitúa la línea dirigida a trabajos en explotaciones ganaderas. El resto de las ventas lo aportan los distintos tipos de máquinas incluidas en el extenso catálogo de este fabricante francés, con predominio de la maquinaria para la preparación del suelo y siembra.



Las dificultades que atraviesa el sector del forraje y el hecho de poder disponer de una oferta de producto tan amplia lleva a los responsables de la filial ibérica a tratar de diversificar más su presencia en el mercado español de la maquinaria agrícola. Son conscientes de que, para ello, necesitan una red de distribución sólida y estable, formada

por *“concesionarios capaces de ofrecer un servicio con la máxima calidad”*. En estos momentos, dicha red está formada por medio centenar de distribuidores. *“No son suficientes, y sabemos que nos va a costar ampliarla, pero estamos trabajando muy duro para que Kuhn continúe con su crecimiento en el mercado español”*, afirmó Joel Chatellier.

Pero este esfuerzo no finaliza en el momento que se formaliza la incorporación de un nuevo concesionario a la red de ventas de Kuhn Ibérica. Ahí arranca un proyecto conjunto que exige al distribuidor ofrecer un adecuado servicio postventa, incluidas la disponibilidad inmediata de piezas de recambio y una mano de obra rápida y solvente. En este capítulo, la casa central ofrece un apoyo permanente y, durante los dos años desde el nacimiento de la filial ibérica han sido muchos los mecánicos de la red española que han participado en cursos de formación en Francia, con el fin de ampliar sus conocimientos de producto.

## ■ Planes para 2006

No son optimistas las previsiones que maneja Kuhn Ibérica, S.A. para el mercado español de la maquinaria agrícola en su conjunto. A su juicio, la sequía sufrida este año puede tener su influencia en las ventas. "Si este año ha sido malo, el próximo puede ser incluso peor", pronosticó el nuevo jefe de Ventas, José Lafuente. Ante un escenario de estas características,



los responsables de la filial ibérica trabajarán en tres direcciones: "ofrecer un buen servicio al cliente, demostrar a los profesionales qué máquinas son rentables y seguir buscando nuevos concesionarios". Según Joël Chatellier, repetir en 2006 los niveles de ventas obtenidos este año sería un buen resultado, "porque supondría mantener los niveles de penetración, ya que el mercado estaría cayendo". A su favor juega la expansión de la marca entre las empresas de servicios, un segmento en crecimiento y en el que Kuhn está consiguiendo "cuotas de mercado cada vez más altas". No obstante,

los planes de la empresa también prevén un mayor desarrollo de algunas líneas de producto, sobre todo en preparación del suelo, donde disponen de numerosas gamas en distintos tipos de máquinas. También quieren seguir creciendo en el segmento forrajero ampliando la red de ventas.

Una de las novedades que el Grupo Kuhn presentará en las próximas semanas es el lanzamiento de una campaña de imagen, siguiendo la filosofía utilizada hasta ahora, y que buscará el acercamiento al profesional a partir de conceptos esenciales en su trabajo diario, como el empleo de buenas prácticas agrícolas, mejor calidad de vida, servicio postventa eficaz que otorgue mayor seguridad, mayor proximidad con el concesionario y reducción de costes.

Kuhn Ibérica también cuenta, desde hace unos meses, con un asesor de comunicación, Vicente de Santiago, encargado de las relaciones con la prensa. ■

Joël Chatellier, director general de Kuhn Ibérica, durante la cita con la prensa.

## Expansión del grupo a otros mercados

El Grupo Kuhn, que en los diez últimos años ha duplicado su volumen de ventas hasta los 461 millones de euros con los que cerró 2004, estima para 2012 un mercado mundial de maquinaria agrícola valorado en unos 40 000 millones de euros, una cifra similar a la registrada diez años antes.

La distribución de sus ventas hasta 2004 señalan a Francia como su principal mercado, con el 38%, seguida de la región de Europa Occidental con el 30% del total. A continuación estaba Norteamérica, con el 23%, y ya con mucho menor protagonismo, Europa Central y del Este (5%), Asia (2%) y África/Oriente Medio (1%). Las previsiones del grupo para el mercado global trazan una mayor diversificación, con incrementos tanto en Europa Central y del Este como en Sudamérica, que llegarían en ambos casos al 12%, y de China, que crecería hasta el 5%. Europa Occidental y Norteamérica, zonas cuya agricultura está ya muy mecanizada, verían reducida su importancia.

ÁNGEL PÉREZ

### DATOS DEL GRUPO KUHN

**Plantilla:** 2 531 empleados (incluida la fábrica de Metasa en Brasil, adquirida en 2005).

**Producción:** 64 000 máquinas/año.

**Crecimiento:** 5% anual.

**Inversión en I+D:** 4.5% del presupuesto.