

JOËL CHATELLIER

DIRECTOR GENERAL DE KUHN IBÉRICA



La filial de Kuhn para el mercado español arrancó en septiembre de 2003 con unos objetivos a cinco años que, según su director general, Joël Chatellier, los han conseguido en sólo dos. El siguiente reto a largo plazo es situar a la marca como líder del mercado de maquinaria no motorizada.

“En 10 años queremos ser líderes del mercado español de maquinaria agrícola no motorizada”

¿Qué calificativo concede al año 2005 para Kuhn Ibérica y por qué?

Globalmente, para nosotros ha sido un año bueno. Hemos conseguido el objetivo trazado. Habíamos previsto un aumento de las ventas y, con algunas dudas al final del año, pero lo hemos alcanzado. El año ha sido raro, porque las ventas a cliente final se detuvieron en mayo-junio, y luego fue difícil arrancar. La sequía impidió arrancar la campaña hasta mediados de octubre, que cayeron las primeras lluvias.

¿Qué balance realiza por gamas de producto?

En el mercado de forraje mantenemos una fuerte posición. Nuestra oferta está muy bien valorada y cualquier profesional que necesita una máquina para este tipo de trabajo conoce las prestaciones de nuestros equipos.

Siembra y preparación del suelo es la parte del mercado en la que Kuhn nunca ha tenido en España la cuota que disfruta en otros países. No obstante, este año algunos competidores dicen que sus ventas han bajado, no-

sotros al menos hemos podido mantener los mismos niveles del año anterior.

¿Por qué la maquinaria para la preparación del suelo sigue pareciendo la ‘firma pendiente’ de Kuhn en España?

Hemos ganado cuota de mercado, pero nuestro nivel de penetración aún es bajo y sólo podemos subir. En septiembre hemos realizado demostraciones y creo que han sido positivas porque mucha gente ha podido conocer nuestros equipos. Tam-

bién estamos trabajando con fuerza el mínimo laboreo y la siembra directa, donde tenemos una gama muy bien desarrollada que tratamos de dar a conocer continuamente en España.

El laboreo tradicional también tiene su mercado, porque el agricultor no cambia de un día para otro; cada técnica tiene sus ventajas y, por ejemplo, hay cultivos como la remolacha que necesitan una labor profunda. Además, también se habla mucho de 'agricultura ecológica', es decir, sin apenas pesticidas, y sin el arado resulta muy difícil controlar las malas hierbas. El arado tiene su mercado y lo seguirá teniendo.

La reducida presencia de Kuhn en estos segmentos de producto, ¿está relacionada con un precio excesivamente alto de sus productos para la demanda del campo español?

No. El precio de una máquina es muy relativo. Nosotros tratamos de explicar al agricultor el por qué del coste de la inversión inicial y demostramos que al final nuestra máquina resulta más económica. Nuestra baja cuota de mercado en preparación del suelo se debe a que nuestra Red de Concesionarios aún no está completa y no cubrimos zonas donde ese tipo de producto tiene mucho protagonismo.

¿El Departamento de I+D del Grupo trabaja con más fuerza en alguna línea de producto concreta o mantiene una política global para toda la gama?

Cada una de nuestras fábricas tiene su propio Departamento de I+D que trabaja en el desarrollo y evolución de sus respectivas líneas. Los equipos de ingenieros están especializados en productos determinados y su esfuerzo va dirigido hacia la mejora de la gama.

¿La menor presencia de Kuhn en España en otros seg-

mentos de maquinaria ajenos al forraje, está relacionada con el nivel de cualificación de su red de ventas?

La agricultura de precisión necesita una competencia más alta a todos los niveles. Nosotros, como filial, estamos bastante desarrollados en este sentido y para trasladarlo a nuestra red de concesionarios hace falta una formación de base. También hay que tener en cuenta que hace unos años no llegaba toda nuestra oferta de producto al mercado español en su conjunto. Ahora, a nuestros concesionarios les ofrecemos una gama muy completa, incluidas líneas que anteriormente no estaban disponibles. Además, nuestra oferta incluye modelos muy diferentes y, en un mismo tipo de máquina, podemos ofrecer versiones muy básicas y otras muy sofisticadas, con lo cual podemos dar respuesta a distintos perfiles de profesionales. Y todos ellos con la misma calidad de fabricación.

¿Su red de ventas está sabiendo transmitir estos conceptos, ofreciendo el servicio postventa apropiado?

Siempre se puede mejorar, a todos los niveles. Intentamos que nuestros concesionarios conozcan exactamente las características de cada máquina que ofrecemos para que, posteriormente, cuando estén en contacto con el agricultor, puedan ofrecerle la solución más apropiada a sus exigencias.

¿Con qué objetivos generales arrancan en 2006? ¿Incidirán en alguna línea de producto específica?

Creo que el mercado en 2006 será más bajo que en 2005. En esta situación, Kuhn Ibérica va a tratar de mantenerse, para así ganar cuota. Vamos a seguir empujando con todas las gamas, y particularmente con el segmento de trabajo de suelo

y siembra, y en especial siembra directa, donde el Grupo tiene dos fábricas.

Aunque más que por gamas, trabajaremos por zonas. Seguiremos una política de previsión para toda España, y aún tenemos bastante trabajo por hacer. Hemos conseguido nuevos concesionarios, y seguimos buscando otros que reúnan las condiciones que exigimos para comercializar nuestros productos.

Pero no es tarea sencilla encontrar hoy en día nuevos concesionarios de maquinaria agrícola en España.

Hay concesionarios que aún no conocen las máquinas Kuhn, e incluso ni siquiera saben nada de aperos. Me refiero a los concesionarios que hasta ahora sólo venden tractores y que se comienzan a plantear la venta de aperos. En este campo tenemos

“SEGUIMOS BUSCANDO CONCESIONARIOS QUE REÚNAN LAS CONDICIONES NECESARIAS PARA VENDER KUHN”





**“A NUESTROS
CONCESIONARIOS Y
CLIENTES LES
OFRECEMOS UNA
GAMA MUY
COMPLETA,
INCLUIDAS LÍNEAS
DE PRODUCTO QUE
ANTES NO ESTABAN
DISPONIBLES”**

mucho trabajo, porque no es lo mismo vender una máquina que otra, aunque el cliente final pueda ser el mismo.

Su decisión de apostar por la línea de siembra, ¿está de alguna forma relacionada con la inversión del Grupo en la nueva fábrica de Brasil?

No, las decisiones se toman tras el análisis que realizamos en la filial, cuáles son las zonas del mercado en las que podemos crecer y qué podemos hacer.

Hace unas semanas, visitó la central del Grupo en Francia para hacer balance de 2005. ¿Solicitó algo específico para el mercado español?

No, estábamos todos los directores de filiales y aprovechamos para compartir experiencias. Conocer lo que ha funcionado bien en otros países y estudiar si es posible su aplicación en nuestro mercado. Por ejemplo, hablamos mucho de financiación, un tema que nos interesa y del que aprendimos muchas cosas. No hubo instrucciones en particular, porque precisamente los directores somos quienes conocemos mejor nuestros respectivos mercados,

y debemos buscar los mejores planes de acción para ganar cuota de mercado. Todo esto en un cuadro en el que la empresa tiene que ser rentable. En la central conocen perfectamente el trabajo sobre el terreno, y saben lo condicionados que estamos por el clima, sobre todo en España, donde la incidencia es más importante que en otros países.

Los resultados obtenidos al cierre de 2005, ¿cubren las previsiones establecidas dos años antes, el 1 de septiembre de 2003 cuando nace la filial?

En este periodo, hemos alcanzado unos resultados mejores de los previstos. Yo había previsto llegar donde estamos en cinco años, y lo hemos hecho en dos. La conclusión es que el potencial de Kuhn había sido minusvalorado.

¿Cree que la marca Kuhn actualmente, implantada en España a través de una filial, es percibida de forma diferente al Kuhn que estaba establecido en el mercado español a través de un importador?

El cliente final no ve tanta diferencia. Quien sí la aprecia es el concesionario. Algunos de éstos

PRESENCIA EN FIMA

Kuhn Ibérica está presente en el pabellón 8 de FIMA con un “stand profesional”, donde el visitante puede encontrar “personal cualificado capaz de atenderle con eficacia”, explica Chatellier. “FIMA es una feria que resulta muy costosa y trataremos de atender al máximo número de interesados, aunque ya sean usuarios de máquinas Kuhn, ya que algunos de éstos visitan el stand por el mero hecho de ser ya clientes nuestros. Aunque aún se pueda cerrar alguna operación, FIMA es una feria profesional cuyo primer objetivo no es ese. Estamos para ofrecer una información adicional a la que el agricultor pueda obtener por otras vías. Para todo el personal de Kuhn Ibérica, es una oportunidad de estar enfrente del agricultor, aunque ya lo estamos a través de nuestra red de concesionarios. E, igualmente, muchos empresarios que comercializan maquinaria agrícola en España podrán ver en su extensión la gama de productos que ofrecemos y consultarnos si están interesados en ellos”.

Entre la amplia oferta de producto expuesta, destacará el sistema de alimentación CDA para abonadoras de doble disco Rauch Axis. “Abonado es un ejemplo de segmento en el que tenemos una cuota de penetración bastante baja en España, cuyo mercado aún no ha llegado al nivel de precisión que debería tener, porque el buen agricultor que controla los gastos deberá vigilar también la forma de abonar. Y nuestras máquinas permiten llegar a niveles de agricultura de precisión”, subrayó el director general de Kuhn Ibérica.

que antes vendían Kuhn estaban esperando un cambio y para ellos ha sido una buena noticia la llegada de la filial.

Kuhn se vende por su nombre. Tenemos la suerte, respecto a nuestros competidores, que tenemos una marca única y fuerte, con una calidad de producto identificativa en España y en otros países, con un servicio eficaz. En este sentido, el hecho de tener una filial es otra ventaja, porque nos podemos apoyar al máximo en las fábricas para buscar soluciones rápidas y efectivas, evitando que los agricultores queden insatisfechos.

Si en dos años han cubierto los objetivos trazados para cinco, ¿cuáles son los nuevos planes a medio y largo plazo?

En estos dos últimos años, la climatología nos ha ayudado a crecer con rapidez, porque el mercado ha estado muy activo. En 2006 va a ser muy difícil seguir aumentando, porque el propio mercado puede caer. Nuestro objetivo es en diez años ser líderes del mercado de maquinaria agrícola no motorizada.

¿Cree que en España se 'juega' en exceso con los márgenes de beneficio para cerrar operaciones?

A nivel de grupo, nosotros tenemos que cubrir unos gastos de producción y tenemos que dar beneficios. Por tanto, a veces no hay más remedio que subir los precios, aunque tratamos de evitarlo. Luego, existen algunos aspectos puntuales de cada mercado, como la inflación en España, que es más alta que otros países europeos, lo cual puede provocar que los fabricantes españoles tengan un incremento de gastos mayor que el de Kuhn, ya que en Francia la inflación es más baja. Otros factores, como el precio del petróleo o de las materias primas, puede afectarnos a todos más o menos por igual. Nosotros tenemos que repercutir a los agricultores los aumentos de costes, y lo hacemos. El agricultor busca cada vez más incrementar su productividad, y ésta no pasa necesariamente por conseguir un precio más bajo de la maquinaria.

La búsqueda de una mayor productividad, ¿concede más perspectivas de futuro a la siembra directa, un segmento por el que Kuhn apuesta de manera clara?

La siembra directa puede solucionar problemas de erosión del suelo, ahorrar gastos... pero es una técnica que necesita un nivel de conocimiento del agricultor bastante alto. Y esto puede ser lo que frena su desarrollo.

 **ÁNGEL PÉREZ**
 **BORJA MENDIETA**



**LAS MÁQUINAS TRABAJAN DURO...
MANN FILTER TAMBIÉN.**

En fábricas, en la agricultura o en la construcción. En el mar, en la arena o en el barro. Cargando, comprimiendo o excavando. Empujando, rompiendo o pisando. Con diseños de la más moderna tecnología. Con medios filtrantes avanzados, que detienen cualquier impureza. Con una calidad a prueba de todo, una fabricación robusta y un modelo para cada aplicación. Para proteger sus máquinas y beneficiarle a Vd. Así es nuestra gama de filtros para maquinaria agrícola o de construcción, carretillas elevadoras, compresores, motores generadores, grupos hidráulicos y procesos industriales.

Si desea más información sobre nuestros filtros para industria consulte nuestro sitio web:
<http://www.mann-hummel.com/mhes>



MANN+HUMMEL IBÉRICA, S.A.
DIVISIÓN DE FILTROS INDUSTRIALES

Pol. Ind. PLA-ZA, parcela ALI 7, 3. C/ Pertusa, 8 · C.P. 50.197 Zaragoza
Tel. 976 287 300 · FAX 976 287 418
e-mail: mhes_fi@mann-hummel.com
www.mann-hummel.com/mhes