

ALDO CAROZZA

Director de la División de Recolección de Same Deutz-Fahr



Aldo Carozza es el responsable del área de Recolección de Same Deutz-Fahr. A su juicio, la nueva planta de Croacia será decisiva en la estrategia global de la compañía, que de este modo apuesta decididamente por un segmento de mercado donde goza de un gran prestigio gracias a los modelos producidos en etapas anteriores.

“LA FÁBRICA DE CROACIA ES EL PUNTO ESTRATÉGICO DEL GRUPO PARA EL DESARROLLO DE COSECHADORAS”

Hace dos años aproximadamente comunicaron su intención de volver al negocio de las cosechadoras con la marca Deutz-Fahr, entre otras cosas para responder a la demanda de una parte de su Red de Concesionarios. En estos dos años han sucedido muchas cosas en el Grupo con relación a este asunto. ¿Puede hacer un resumen?

La cosechadora es un producto que va dirigido a una parte de la Red, que tiene así la oportunidad de complementar su ne-

gocio de tractores. Con la cosechadora atendemos a un mercado maduro como es el de Europa Occidental y nos permite avanzar en el desarrollo del Grupo en el Este de Europa.

En estos dos últimos años hemos desarrollado una estrategia para encontrar un volumen mínimo de negocio, es decir, una ‘masa crítica’ con la que nosotros y nuestros *partners* podamos obtener beneficios. Así, decidimos transferir la producción de Lauingen (Alemania) a Randers (Dinamarca), una operación

compleja que duró tres años y que no ha dado el éxito esperado. Por este motivo, buscamos soluciones alternativas. Lo primero que nos planteamos fue buscar un acuerdo con un fabricante de cosechadoras, pero sólo de cosechadoras, y llegó nuestro vínculo con Sampo, que ofrece una gama de producto limitada y nos permite transferir el *know-how* de la Serie 56 desde Finlandia, cosa que por ahora no se ha producido.

Para nosotros esta Serie es muy importante, porque nos

permite dar continuidad a nuestro producto. Y así, en paralelo al acuerdo establecido con Sampo en 2003, hemos decidido localizar la producción de la Serie 56 en Croacia, donde vimos una planta que destaca por la cualificación de su mano de obra, lo cual nos llevó, no sólo a localizar aquí la producción de la Serie 56, sino a adquirir toda la fábrica. En definitiva, el acuerdo con Sampo era de tipo defensivo, con el fin de dar un producto a la Red de Ventas; sin embargo, este proyecto en Croacia obedece a razones bien distintas y nos convierte en un competidor muy importante en el mercado de cosechadoras, ya que podemos ofrecer todo lo que el cliente necesita: producto de calidad, servicio postventa, etc.

¿Cómo queda, por tanto, el acuerdo con Sampo?

Este acuerdo no ha finalizado, aunque el 5% de participación fue re-vendido a Sampo en julio de 2005. El acuerdo comercial de colaboración ha sido modificado y buscamos que sea beneficioso para ambas partes. De esta forma, disponemos de un producto que nos permite participar en un nicho de mercado al que no accederíamos porque es un volumen de unidades bajo y cubrir mercados como los escandinavos.

En esta sociedad se están produciendo modelos concretos de cosechadoras de bajas especificaciones. Esta tecnología, ¿puede exportarse a la ingeniería de tractores?

En ingeniería es posible pensar que un tipo de producto puede ser exportable. En nuestra gama de producto tenemos una máquina, la Farm-Liner, que es muy interesante para los mercados norteafricanos y de Oriente Medio, porque es un modelo económico, pequeño, de mecánica muy simple.



En el mercado de la cosechadora hay ya fuertes competidores muy bien situados. ¿No es un riesgo volver a él, cuando además sufre muchas fluctuaciones? ¿O bien esta operación de Croacia supone la punta de lanza de una maniobra que busca su afianzamiento en los mercados del Este de Europa?

En tractores, estamos bastante bien situados en el mercado croata.

“LA PLANTA DE CROACIA NOS CONVIERTE EN UN COMPETIDOR MUY IMPORTANTE EN EL MERCADO DE COSECHADORAS”

La planta de Croacia es el punto estratégico del Grupo para el desarrollo de cosechadoras. Sabemos que es un segmento muy difícil, porque nuestro mercado principal, que actualmente es Europa Occidental, no atraviesa su mejor momento. En cambio, consideramos que en Europa Central y del Este las oportunidades de negocio pueden ser numerosas. Nuestro objetivo será ir creciendo, con pasos pequeños pero





muy consistentes, trabajando con los concesionarios justos para buscar un crecimiento prudente en Europa Occidental y más agresiva en Europa del Este, gracias también a la gama de producto que tenemos, que nos permite cubrir gran parte de las exigencias del mercado. Su gran ventaja es su baja complejidad, es un producto de fácil utilización y reducidos costes de mantenimiento. Para Europa del Este, nuestra gama es óptima para el desarrollo del Grupo porque en esta zona no se exigen modelos 'top'. La mayoría de estos clientes demandan una cosechadora más eficiente en cuanto a sus rendimientos.

¿Por qué se han instalado en Croacia y no en Polonia, cuando este país puede ofrecer mayores perspectivas de desarrollo para las cosechadoras?

“EL FABRICANTE DEBE OFRECER UN BUEN PRODUCTO Y EL CONCESIONARIO DEBE GARANTIZAR EL RECAMBIO Y EL SERVICIO”

En Polonia tenemos una de las mejores fábricas del Grupo, donde producimos tractores pequeños y componentes para Treviglio y Lauingen. La fabricación de cosechadoras es muy diferente a la de tractores o motores. El motivo principal para producir en Croacia es que esta

planta existe desde 1982, anteriormente con un proyecto para Deutz, y ha producido cosechadoras. Los conocimientos y el know-how que tenemos aquí es específico para la cosechadora, y además para la cosechadora Deutz-Fahr.

¿Qué le van a pedir a los 130 concesionarios especializados en la venta de cosechadoras Deutz-Fahr?

Nuestro propósito es trabajar de modo que el cliente quede satisfecho. El fabricante debemos ofrecer un buen producto y el concesionario debe garantizar el recambio y el servicio. Cuando un concesionario decide vender una cosechadora, igual que sucede con un tractor, debe respetar los criterios de una buena, correcta y justa gestión del cliente, para lo cual es decisiva la asistencia técnica. Si no se hace así, venderá la primera, pero después difícilmente venderá más.

¿Están pensando en ofrecer a la Red una gama de maquinaria para empacar?

Hoy no lo tenemos previsto. Nuestra línea 'verde' la ofrecemos a través de un acuerdo que tenemos con Kverneland. Somos coherentes con nuestra estrategia de grupo, que es estar presentes directamente sólo en tres negocios: tractores, cosechadoras y motores. Y entendemos por 'directamente', con actividad de producción propia. El resto de productos, cuando son necesarios, pueden llegar a través de acuerdos puntuales. Llegados a este punto, buscamos el socio óptimo, con el producto óptimo. Y esto es muy importante cuando nos referimos a cuestiones de diseño, como sucede con los cargadores frontales que podemos instalar en los tractores directamente en fábrica. Aquí trabajamos con un especialista que nos aporte la máxima garantía. ■