

**ANTONIO ESTEVE**

*Director General de AgriARGO Ibérica, S.A.,  
filial del Grupo ARGO en España*

## “Somos conscientes de la misión de apoyo que debemos a nuestros concesionarios”

Vinculado en sus orígenes con el sector agrícola, a través de su familia, Antonio Esteve se inició profesionalmente, después de pasar por los estudios de Ciencias Empresariales y Master en Gestión Gerencial, en la empresa Parés Hermanos, S.A., donde tuvo la oportunidad de trabajar en diferentes departamentos, con distintas áreas de responsabilidad, hasta llegar a la dirección comercial. Durante su actividad profesional, su vinculación con Landini ha sido constante, por eso nos gustaría preguntarle...



### ¿Cuál ha sido la evolución de Landini en el mercado español hasta el día de hoy?

Con excepción de algunas operaciones puntuales que se llevaron a cabo durante los años de postguerra, Landini no se importó de una forma regular hasta el año 1976. En un principio, esta actividad sólo se basó en tractores de cadenas y fue en 1981 cuando se importaron las primeras unidades de ruedas, que fueron modelos fruteros. A partir de 1987 llega el resto de la gama, coincidiendo, de forma pareja, con el inicio de la creación de una red de distribución propia de Landini.

De esta forma y en este año, se cumple el primer cuarto de siglo de la entrada en España de los

primeros modelos de ruedas, de los que contamos con más de 16 000 unidades vendidas, y 12 000 aún siguen en activo.

Este año presentamos, dentro de la política de Landini, una evolución paulatina de nuestra gama, con los nuevos Landpower y Powermaster, que cubren un abanico de potencia de 100 a 220 CV. Así, de esta manera, Landini ofrece al mercado una amplia posibilidad de productos con especificaciones y tecnologías vanguardistas, en la misma línea de prestigio y reconocimiento de la que ya gozan nuestras series Rex y Powerfarm, en las que ambas superan claramente la oferta del sector en las gamas de potencias medias. Estas dos

series están diseñadas específicamente tanto para trabajos en campo abierto, como para uso y aplicación en arbolado, y plantaciones de frutales y viñedos.

**Al margen de la marca Landini, y en cuanto a tractores se refiere, cuentan con dos marcas más, como son McCormick y Valpadana. ¿Cómo ha sido la evolución en el conjunto de sus marcas el año pasado?**

Usted conoce perfectamente cuál fue la situación del mercado en el año 2005, con una serie de factores. El más importante fue la falta de pluviometría, pero pese a ello, nuestras marcas Landini, McCormick y Valpadana, como puede comprobar por las matriculaciones, mejoraron su participación en el mercado respecto al año precedente, aunque se cumplió, por desgracia, la previsión de una importante reducción del volumen de ventas en cifras absolutas.

**En cuanto a McCormick, ¿cómo está siendo su implantación, siempre a nivel de mercado español?**

Como la mayoría de las marcas, McCormick tiene una bonita historia de dedicación y lucha por parte de sus creadores. En este caso es bueno que recordemos que Cyrus Hall McCormick inició su actividad con sólo 22 años de edad en 1831; llevó a cabo una fabricación de productos con nombres de marcas vinculados a Deereing, International Harvester Company y Case; en España McCormick siempre tuvo una magnífica acogida y una bien ganada reputación como producto de calidad. Y ya de nuevo, tras la adquisición por parte del Grupo ARGO de las fábricas de Case IH en Doncaster (Inglaterra) y St. Dizier (Francia), ha ido paulatinamente ganando un puesto entre las marcas que son conceptuadas con alto nivel de prestigio, como puede comprobar fácilmente en los comentarios que se llevan a cabo entre los usuarios de distintos foros agrarios.

McCormick es un tractor que está diseñado tanto para su empleo por profesionales del sector agrícola como para trabajos en obras y servicios. La potencia máxima que alcanzamos hoy en día está en los 280 CV, lo que hace que McCormick



sea contemplado como una interesante opción para aquellas empresas de trabajos a terceros. Y su tecnología le ha hecho merecedor este año del prestigioso premio *Tractor of the Year 2006*, por su serie XTX, otorgado por las más prestigiosas revistas europeas de maquinaria agrícola.

Así, de esta forma, McCormick continuará con su política de constante evolución de producto y le puedo anunciar que antes de fin de año lanzaremos nuevas versiones con equipamientos tecnológicos de última generación.

**Respecto a McCormick han circulado una serie de rumores negativos, no ya tanto sobre el Grupo sino sobre la marca.**

En mi opinión, este tema se ha magnificado de manera malintencionada. Cuando el Grupo ARGO adquirió los centros de Doncaster y St Dizier, que son dos de los 14 centros productivos del Grupo, existían unos acuerdos con el Grupo al que adquirimos dichos centros productivos, para el suministro de una serie de unidades durante un cierto periodo de tiempo. Una vez pasado este tiempo y este compromiso, y también coincidiendo con



una flexión en la demanda en los distintos mercados mundiales, llevamos a cabo una adecuación en la plantilla de Francia que afectó a unas 200 personas de las cerca de 4 000 que componen





Antonio Esteve muestra la placa otorgada al McCormick XTX 215 como 'Tractor of the Year 2006'.



nuestro Grupo. Si esto se hubiera producido en otros países de la UE, hubiera pasado de manera desapercibida. Pero en Francia, cuyos requerimientos legales, de los que no podría pormenorizarle, son distintos, existen una serie de pasos previos muy diferentes para realizar esta reducción.

Son curiosos esos comentarios sobre negatividad y, sin embargo, poco se comenta sobre otras políticas de expansiones en distintos mercados de los cinco continentes, como la reciente inauguración de la línea de fabricación y montaje en Brasil, con una importancia a corto y medio plazo, significativa para el MERCOSUR.

**Continuando con sus marcas y haciendo un repaso sobre ellas, ¿cómo queda Valpadana en este conjunto en lo que a tractores se refiere?**

Solo hay una palabra con la que podemos definir actualmente a Valpadana: La especialización. Y este es un camino que se ha tomado de manera imparable. Hoy en día, nuestra gama la componen tractores isodiamétricos articulados y reversibles, mecánicos e hidrostáticos, con una extensa posibilidad de empleo en empresas de servicios, espacios verdes, mantenimiento de viales, agricultura bajo cubierta, etc. Pero no nos quedamos ahí, ya que estamos actualmente trabajando en el desarrollo de nuevos productos, con la intención de ampliar la gama de modelos de mayor y de menor potencia a los actuales, así como la creación y desarrollo de una red de distribución adecuada a las características de especialización del producto.

**Dentro de la política de adquisiciones, una de las más importantes fue Laverda. Teniendo**

**en cuenta las peculiaridades de este mercado, ¿cómo ha sido la evolución de las ventas en España?**

Esta marca cuenta con más de 130 años de experiencia en la fabricación y diseño, no sólo de maquinaria agrícola para la recolección, sino en otra serie de productos, como fueron en su día las motocicletas, que alcanzaron un gran prestigio.

La marca siempre se ha caracterizado por una amplia rentabilidad en su empleo. Actualmente Laverda dispone de una amplia gama de cosechadoras, y no hay que olvidar que gran parte del prestigio del que goza en nuestro mercado, proviene del éxito de los modelos autonivelantes en dos puntos, siendo una de las características principales de nuestra marca. Hemos podido comprobar cómo, una vez que un empresario decide su compra, su satisfacción va en aumento a medida que se van acumulando las campañas trabajadas y experimenta tanto el rendimiento de la máquina, como la eficacia en la asistencia, en el recambio y en el servicio técnico.

Quiero hacer una referencia especial a un modelo que está teniendo una excelente acogida y que representa la síntesis de lo que significa para Laverda el concepto de máquinas de recolección. Es la M306, una máquina potente de altos rendimientos, por la que las empresas de servicios demuestran un indudable interés.

Y pese a que en la pasada campaña, todas las marcas fuimos penalizados por la sequía que se instaló en la zona sur, donde Laverda mantiene una buena participación, este año estamos muy satisfechos de las ventas que llevamos hasta este momento, a la vez que su presencia se va haciendo extensible a otros puntos de España.

**Al margen de las marcas referidas, el Grupo tiene otras que no son distribuidas por ustedes. ¿Por qué siguen esta política?**

La respuesta es simple y sencilla, porque el Grupo lo que busca siempre es la especialización y hay empresas independientes de la filial española que cuentan con ella, como son los casos de las que distribuyen Fella y Gallignani, por un lado, y SEP, por otro.

En mi opinión, están en manos profesionales y esta situación no tiene, a priori, por qué cambiar.

**Contar con productos que en ciertos puntos pueden ser parecidos, implica el tener unas redes que estén en consonancia con las exigencias de distribución y servicio de ellas ¿Cómo es la red con la que actualmente?**

El sector de la distribución de la maquinaria agrícola, en general, está sufriendo una importante reestructuración por la reducción en su margen de operatividad, motivado por varios factores. Pese a ello, la estructura base que sustenta al Grupo y a las marcas, no cabe duda que son sus redes de concesionarios, que están realizando un serio y excelente trabajo para consolidar unas marcas y desarrollar otras. En AgriARGO Ibérica somos conscientes de la misión de apoyo que debemos a nuestros concesionarios, principalmente en estos momentos en los que, como usted decía, la situación del mercado es un reflejo de la incertidumbre por la que atraviesan los empresarios agrícolas. Afortunadamente, en AgriARGO tenemos la suerte de contar con un equipo joven y motivado que está junto a nuestros concesionarios y clientes, tanto en la venta como en la post-venta, y esta es una política por la que apostamos fuertemente e iremos intensificándola cada vez más.



**EL GRUPO APLICA POLÍTICAS DE EXPANSIÓN EN DISTINTOS MERCADOS DE LOS CINCO CONTINENTES Y PRUEBA DE ELLO ES LA RECIENTE INAUGURACIÓN DE UNA FÁBRICA EN BRASIL**



**Hoy en día es raro el Grupo o la marca que no cuenta con una división dedicada a la financiación como un apoyo más a su política de ventas. ¿Con qué cuentan ustedes como apoyo para esta área?**

Contamos con ARGO-Finance, a través de la cual las redes de concesionarios disponen de un amplio soporte para la financiación de tractores nuevos, así como para financiar el tractor de segunda mano, que pueden tomar a cambio de la venta de unidades nuevas. También los consumidores de nuestros productos pueden beneficiarse de una financiación subvencionada, lo que les supone a la hora de la compra el disponer de un interés muy atractivo y competitivo.

**En estos momentos hay dos conceptos que pueden tener una amplia interpretación, como son el Plan Renove y la PAC. Desde su posición en AgriARGO Ibérica, ¿qué sentido le da a ambos?**

Entre agricultores y proveedores de insumos, estamos pagando en parte el beneficio de las

grandes cadenas de distribución de alimentación y los recortes que llegan de la PAC. Deberían evitarse los parches actuales, como el aireado *Plan Renove*, creando un gran menú económico, soportado a tres puntos por los gobiernos centrales, autonómicos y Bruselas, que posibilitara al agricultor elegir el tipo de ayudas que necesita para hacer rentables sus explotaciones, siempre vinculadas a su compromiso con las necesidades de la Sociedad.

Pero hay otro factor importante, que hoy en día tenemos que tener en cuenta, y es el precio de los combustibles en la agricultura, que al igual que en otros sectores, está experimentando una incidencia importante en los costos productivos. Los gobiernos, a pesar de negar su eficacia, deberían bajar su nivel impositivo sobre los carburantes, ya que ellos son una de las partes más importantes beneficiadas con la subida del crudo .

**Y ya por último, ¿cómo pueden coordinar entre los distintos centros productivos del Grupo la fabricación de cada una de las marcas?**

En varios de los centros productivos del Grupo no se fabrican tan sólo máquinas para las marcas de nuestro Grupo, como son Landini, Laverda y Valpadana, sino también para otras empresas y marcas del sector, lo que nos permite que, con el volumen global de producción, y junto a las sinergias de



I+D, podamos mantener el ritmo activo de evolución tecnológica y de precios competitivos.


ARGO está continuamente evolucionando su presencia y actividad, no solamente con la adquisición de distintas marcas y productos, como es el caso de Gallignani y Fella, más recientemente, sino con el desarrollo de otro tipo de máquinas, como las telescópicas, que se venderán bajo los colores de Landini y McCormick, cuando lo más fácil hubiera podido ser haber externizado esta producción con alguna de las marcas existentes a nivel fabril en el mercado mundial.

Es como la implantación en Brasil para atender las demandas a precios competitivos para el mercado del MERCOSUR. En este país cuentan con grandes instalaciones industriales tres de los principales competidores mundiales y, sin embargo, ARGO ha decidido, para así poder atender mejor la demanda de ese tipo de cliente, llevar a cabo un proceso de fabricación y montaje para poder ofertar la tecnología al precio más competitivo.

Esta es la política de nuestro Grupo y esta es también la que desarrollamos en España.

Son momentos de adecuación, de pensar muy bien hacia dónde se quiere ir y de aprovechar toda la sinergia que nos ofrece el contar con una mentalidad de grupo que nos permite poder competir en cualquier segmento del mercado donde existen una exigencia, una demanda y unas posibilidades de crecimiento. ■

 **JULIÁN MENDIETA**

 **A PESAR DE LA IMPORTANTE FALTA DE PLUVIOMETRÍA, LANDINI, McCORMICK Y VALPADANA MEJORARON SU PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO EN 2005** 