

Inaugura una fábrica en Brasil para 'atacar' con fuerza los mercados del centro y sudamericanos

LANDINI QUIERE HACER 'LAS AMÉRICAS'



Landini acaba de inaugurar una fábrica de tractores en Brasil, fruto de una joint venture que comenzó en 2004 con la empresa brasileña de equipos pulverizadores Montana. El objetivo es alcanzar en unos años el 5% de cuota de mercado en el país y extender su presencia a los países del Cono Sur.

El fabricante italiano tenía previsto, como ya anunció **agrotécnica** en mayo de 2005, que la línea de montaje de la fábrica entrase en funcionamiento en marzo de este año... y así ha sido. La planta industrial, ubicada al sur de Brasil, en São José dos Pinhais (en las proximidades de la ciudad de Curitiba, Estado de Paraná), en el mismo área de 76 000 m² donde se en-

cuentra la actual unidad de Montana, quedó inaugurada el 31 de marzo, después de una inversión que inicialmente estaba prevista en 20 millones de euros pero que al final se redujo, a través de la *joint venture*, a sólo cuatro millones. La nueva cadena de producción de tractores se extiende en 2 000 m² y utiliza un modelo de trabajo que combina innovaciones ya probadas en el sector de la automot-



Gilberto Junqueira Zancopé, presidente de Montana y de Landini do Brasil, inaugura oficialmente la planta.

ción y que permiten integrar con éxito cada una de las partes que componen cada unidad de tractores.

En principio, está previsto que en esta fábrica se produzcan dos modelos de tractores de la línea Legend (140 y 165 CV), con una estimación de producción para el primer año de 300 unidades. Landini seguirá completando, vía importación, su oferta para el mercado brasileño, que abarca más de 50 productos.

De hecho, Landini ya tiene presencia anterior en el mercado brasileño con la importación de tres de sus líneas de tractores: el multifuncional Powerfarm en su versión de 95 CV, los Legend de 140 y 165 CV, destinados a aplicaciones pensadas, y un Powerful de 260 CV, para grandes volúmenes de trabajo. A pesar de la crisis que atraviesa la agricultura brasileña, ya ha conseguido importar 50 unidades. El objetivo que se han trazado los responsables de la marca prevé alcanzar en 2007 una participación en el mercado brasileño del 1% y mantener este crecimiento a lo largo de cinco años hasta sumar un 5% de cuota de mercado, con 1 500/2 000 tractores comercializados.

El pasado año, la empresa presentó sus productos en ferias, demostraciones y jornadas en campo, lo que contribuyó a que los clientes conociesen la características y singularidades de la marca. Los tractores que Landini importa a Brasil se desenvuelven especialmente en mercados de clima tropical y son producidos tanto en la planta de Fabbrico (Italia), como en la planta de Doncaster (Reino Unido). Estas gamas de tractores también serán exportadas a mercados de África, Asia y Oceanía en los que pueden encajar productos que reúnen características tecnológicas apropiadas para las condiciones de la agricultura brasileña.

Landini do Brasil

El mercado de tractores en Brasil movió alrededor de 4 billones de reales brasileños en 2004, con unas ventas aproximadas de 37 800 unidades entre tractores y cosechadoras. Landini se propuso entrar con fuerza de la mano de Montana, aunando la fuerza y tradición italiana de su marca con la agilidad y tecnología de la empresa brasileña. Landini do Brasil se alza así como la base de las acciones de la marca para toda América Central y del Sur. Landini do Brasil, además de producir tractores Landpower y ser importadora oficial del resto de productos de Landini, es responsable de la asistencia técnica de sus máquinas.

Una marca conocida por los expertos

La historia de Landini en Brasil no arranca justamente en 2004, a raíz de la joint venture con Montana a través de la cual se introducen 50 tractores en el país. Los productores agrícolas más antiguos y mejor informados recuerdan una marca en otro tiempo suponía una pasión inalcanzable para ellos. Sólo uno de estos grandes productores, con gran capacidad económica, tuvo la osadía, hace varias décadas, de llevar directamente desde Italia a Brasil unas cuantas unidades, algunas de las cuales aún conserva en su explotación. Si Landini presume de contar en todo el mundo con una decena de clubes formados por seguidores acérrimos de la marca, también puede hacerlo por tener en Brasil apasionados por unos tractores que ahora, incluso, serán producidos en el propio territorio brasileño.



■ Lugar estratégico

La fábrica de Montana se encuentra en un lugar estratégico para la distribución de tractores. Está próxima al Puerto de Paranaguá, lo que facilita la logística a los estados en los que la agricultura es un sector importante, como Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso y Minas Gerais. Además, facilita el acceso

La nueva cadena de montaje, cuya primera serie de tractores es la Landpower, alcanza los 2 000 m² que podrían ser ampliados en el futuro.



Montana, fortaleza en Brasil



La empresa se fundó en 1996, en São José dos Pinhais (PR). Su planta está especializada en pulverizadores y ocupa una posición destacada en el segmento de implementos agrícolas, siendo la primera empresa íntegramente brasileña en producir equipamiento autopropulsado.

Montana revolucionó el mercado brasileño con el lanzamiento de un pulverizador autopropulsado enfocado a grandes y medianos productores. En 2005 volvió a sorprender al sector con el anuncio de la fabricación de los tractores Landini.

Montana, que ya cuenta con una filial de comercialización en Argentina y una filial comercial y de distribución de piezas en Rondonópolis, inauguró su primera filial dedicada a la fabricación de pulverizadores, en Fraiburgo (SC) a inicios de marzo de 2006.



Gianni Abbiati, Director de Nuevos Negocios de Landini Italia, dirigió unas palabras a los asistentes durante la jornada inaugural.

a mercados específicos de la caña de azúcar en el interior de São Paulo y a grandes productores del centro y el oeste del país. Además, reserva espacio en sus alrededores para seguir creciendo cuando la situación coyuntural así lo permita.

La *joint venture* se realizó en un escenario coyuntural adverso para el campo. Montana registró una caída en su facturación del 50% en 2004, por lo que tuvo que reducir drásticamente sus gastos internos y transferir su línea de turbinas. De ese modo consiguió reducir los gastos fijos en un 30%. La empresa transfirió su línea de turbinas para Fraiburgo (SC) con una inversión de cerca de un millón de reales brasileños para la implantación de la fábrica que ya ha comenzado a operar al mismo ritmo e intensidad que mantenía la matriz. El reto es doblar su participación en el mercado de turbinas en tres años.

RAQUEL LÓPEZ / ÁNGEL PÉREZ