

Se dirigirá preferentemente a un tipo de cliente de mercado perfil profesional

CASE IH DEFINE SU POSICIÓN



El Grupo CNH ha decidido reajustar la posición de su marca Case IH y enfocarla preferentemente hacia un perfil de cliente de mercado carácter profesional.

También ha anunciado que la fábrica de St. Valentin, en Austria, se convierte en el centro de producción europeo de Case IH.

La reorganización estructural anunciada hace unos meses por CNH alcanza de lleno a Case IH en Europa. Los nuevos planes de la compañía pasan por enfocar su marca 'roja' hacia un tipo de cliente de mercado carácter profesional (grandes explotaciones, empresas de servicios, maquileros). Además, la nueva estrategia convierte a la planta que el

Grupo tiene en St. Valentin en el centro de producción europeo de Case IH.

Las novedades también afectan al organigrama directivo. El pasado mes de noviembre, Mario Ferla asumió la presidencia de Case IH Global. El 1 de mayo, Volker Brien asumió la vicepresidencia de la marca en Europa.

Brien fue, precisamente, quien encabezó el equipo que recibió en St. Valentin a medio centenar de informadores de toda Europa, invitados por la marca para visitar la cadena de montaje y conocer de primera mano los nuevos planes de la compañía. El segundo día de esta visita (21 de junio) coincidió con una jornada de puertas abiertas que permitió a varios miles de personas adentrarse en las instalaciones de St. Valentin para observar de cerca una amplia exposición con todos

los productos Case IH e, igualmente, recorrer la línea de ensamblaje.

El relanzamiento de la marca no sólo prevé nuevos proyectos



Andreas Klauser, Director de Negocio de Case IH.



para la fábrica de St. Valentin. El Director de Negocio, Andreas Klauser, recordó que Case IH acumula 60 años de historia en la fabricación de maquinaria agrícola, con un parque actual en todo el mundo de unos 110 000 tractores Magnum, 50 000 STX y 120 000 cosechadoras Axial-Flow. Los 200 millones de euros que se invierten al año en desa-

rrollo de nuevos productos siguen dando resultados y ya ha comenzado la comercialización del nuevo Magnum de 310 CV y de los MXU Maxxum Pro Multi-Controller. *“También vamos a apostar por reforzar la tecnología de nuestras cosechadoras,”* dijo Klauser. *“Es un segmento en crecimiento en algunas zonas de Europa y durante 30 años he-*

mos gozado de una posición importante,” añadió.

■ Inversiones

Los ambiciosos planes de desarrollo presentados por los responsables de Case IH contemplan también importantes inversiones en otras áreas. Uno de sus objetivos es acercarse al cliente final, para lo cual se establecen 27 nuevos responsables de Servicio Técnico y 10 Managers de Área.

Reforzar el servicio post-venta es otra de las obsesiones de los nuevos responsables de la marca. Prueba de ello es que en tres años han dedicado 2.5 millones de euros en cursos de formación para sus empleados y las redes de ventas, amén de 17 millones de euros en nuevo sistema para optimizar el Departamento de Recambios. Además, los clientes de Case IH tendrán la posibilidad de extender la garantía de sus equipos.



En el próximo número de Julio '06 publicaremos una información de producto sobre los nuevos tractores MXU Maxxum Pro y las mejoras introducidas en la Serie Magnum.

VOLKER BRIEN*Vicepresidente de Case IH para Europa***“Los planes iniciales en España no son alcanzar una cuota de mercado determinada”**

Volker Brien (45 años) tiene una experiencia de 17 años en actividades de venta y marketing en el sector de automoción. Su cargo anterior era Vicepresidente de Marketing y Estrategia de Nissan Automóviles Europa.



El 1 de mayo fue nombrado responsable de Ventas, Marketing, Cliente & Servicio en Campo y Desarrollo de la Distribución para Case IH/Steyr en Europa. En su intervención pública ante la prensa esbozó el programa establecido para el reposicionamiento de Case IH y su estrategia de crecimiento.

Pero, además de los planes globales, también resultaba de sumo interés conocer en primera persona los planes para el mercado español, más ahora que CNH acaba de asumir directamente la distribución de la marca.

Hace sólo unas semanas que CNH Maquinaria Spain se ocupa directamente de la comercialización de Case IH a

través de una red de concesionarios específica para la marca. ¿Por qué han elegido este momento?

Uno de los objetivos fijados a raíz de la reorganización llevada a cabo en la compañía a escala global es disponer, en aquellos mercados que tienen una importancia estratégica para nosotros, de nuestra propia red de concesionarios, con una organización de marketing y una distribución eficaz que incluya el servicio postventa y represente la profesionalidad que ofrece Case IH. Como nuestro objetivo es acercarnos aún más al cliente de perfil profesional, para tratar de conseguirlo resulta siempre mucho más sencillo a través de nuestra propia organización que mediante un importador. Y no es que, ni mucho menos, considerásemos

negativo el trabajo desarrollado en España por Automoción 2000 durante estos años (algunos de sus empleados han pasado a formar parte del equipo de Case IH dentro de la estructura de CNH Maquinaria Spain), pero de esta forma tenemos un contacto más directo con los profesionales. En definitiva, creemos que nos ofrece muchas ventajas disponer ahora de nuestra propia organización.

¿Qué objetivos iniciales han establecido al nuevo equipo de Case IH en España que dirige Xavier Autonell?

Ahora, al principio, no pasan por un alcanzar un porcentaje concreto de cuota de mercado. Primero debemos trabajar para dar más valor a la marca y, de esta forma, irán surgiendo oportu-

nidades. Trataremos de avanzar en el mercado con nuestra propia organización, pero no hemos fijado unos números establecidos.

En los últimos tiempos, el anterior importador estaba centrado en la comercialización de tractores, descartando otros productos de la gama de Case IH. ¿Qué planes manejan con relación a los equipos de recolección, que son conocidos en nuestro mercado y de los cuales algunas unidades están operativas?

Vamos a comenzar de nuevo la comercialización de cosechadoras. Somos conscientes de que en España es un mercado pequeño que demanda unos modelos muy concretos. Lo estamos estudiando y nuestra intención es volver a este mercado, pero debemos analizarlo de-

tenidamente. Con las empacadoras sucede algo similar, es un segmento reducido con importantes marcas ya asentadas. En España se conocen nuestras empacadoras gigantes y las roto-empacadoras, pero para dar a conocer aún más la gama debemos estar cerca del cliente y analizar si realmente es interesante su comercialización.

¿Y con la marca Steyr, que últimamente tampoco se distribuye en España?

Nuestra estrategia pasa ahora por conocer a fondo las necesidades del mercado y en estos planes iniciales no tenemos contemplada la comercialización de los tractores Steyr. No obstante, creo que en el futuro se pueden abrir importantes oportunidades para esta marca, pero debemos ir paso a paso y con firmeza.



Volker Brien, durante su intervención pública en St. Valentin.

ANTONIO RUIZ (CNH MAQUINARIA SPAIN - CASE IH) **“La fábrica de St. Valentin es un referente para el sector agrícola”**

En representación del nuevo equipo que CNH Maquinaria Spain ha organizado para el desarrollo de la marca Case IH en nuestro mercado, estuvo presente en la cita en Austria Antonio Ruiz, perteneciente al Departamento de Marketing. En líneas generales, su impresión de la visita es muy positiva, tanto en la presentación de las novedades de producto, como en el recorrido por las instalaciones de St. Valentin. *“Estoy muy satisfecho de las nuevas directrices de Case IH para España, de la intención de diferenciar las dos marcas del grupo y del trabajo que se está haciendo para conseguirlo”.*

Su visita al nuevo centro de producción en St. Valentin le resultó *“muy grata”*, porque le permitió *“comprobar en primera persona”* la nueva línea de actuación de la marca a escala global. Ruiz destacó *“la motivación del personal en la fábrica”* y verificó *“la merecida reputación de St. Valentin como centro de excelencia para Case IH”*, lo que

la convierte, a su juicio, en *“un referente para el sector agrícola”*. Además, extrajo una conclusión rotunda: *“Las ganas de volver a relanzar la marca con un posicionamiento de maquinaria potente y fiable”.*



La fábrica de St. Valentin

EL CENTRO DE PRODUCCIÓN EUROPEO DE CASE IH

En la planta austriaca se fabrican los tractores de 70 a 200 CV



Casi 60 años fabricando tractores y unos elevados niveles de exigencia en sus productos permiten a la planta que el Grupo CNH tiene en la localidad austriaca de St. Valentin en el centro de producción europeo de Case IH.

Pasado, presente y futuro hacen de esta fábrica una de las más emblemáticas de las existentes en Europa dedicadas a la producción de maquinaria agrícola. Inaugurada en 1939 como punto

esencial de la estrategia del bando alemán durante la II Guerra Mundial, la producción de tractores no arrancó hasta 1947.

A partir de ese momento, una incesante evolución de producto le ha permitido aumentar su reputación. Legendarias series de tractores, como la 80 de Steyr (año 1979), y otras actuales, como la CVX de Case IH (2000) sirven como ejemplo de los exitosos resultados obtenidos. Medio millón de tractores han salido de la planta de St. Valentin en este tiempo y el equipo de ingenieros trabaja, no sólo para seguir incrementando dicha cifra, sino para mejorar constantemente los productos y las técnicas de fabricación. La obtención de la Certificación ISO 9001:2000 demuestra el compromiso de la organización con la calidad.

Un pasado cargado de historia ha dejado paso a un presente innovador. Durante los cinco últimos años, se han invertido más de 20 millones de euros en la fábrica, con objeto de garantizar el uso de las instalaciones y los métodos de producción más avanzados. En las fases iniciales del proceso de ensamblaje de tractores se utiliza un sistema de automático de transporte guiado (ROFA) que desplaza de forma segura y eficaz las pesadas transmisiones. La elevada flexibilidad de este sistema crea un entorno de trabajo estable y ergonómico para los operarios durante el montaje del motor y el eje de la transmisión, y de este modo cumplir con los requisitos más exigentes.

También son muy importantes los sistemas detallados de control de calidad, que facilitan



Hans Jochen Kessler, Director de la fábrica de St. Valentin.



una detección y solución rápida de los problemas, de forma que el personal de producción pueda dedicar más tiempo a la fabricación y garantizar que el resultado se ajusta a los estándares de calidad más rigurosos. Algunos de los componentes utilizados en la cadena de montaje son fabricados por importantes proveedores externos y también son sometidos a exigentes pruebas para verificar su calidad.

Las pruebas de comprobación de calidad continúan una vez que el tractor sale de la línea de montaje. Cada día, de forma aleatoria, se elige una unidad para realizar una 'Auditoria de Calidad' (CQA), en la que un grupo de supervisores efectúa una inspección minuciosa de la máquina desde el punto de vista del cliente de Case IH.



Números clave de la planta

2	Días necesarios para fabricar un tractor
412	Empleados
6 600	Recambios disponibles
32	Mercados a los que se dirigen los productos
200	Toneladas diarias de material
4 000	Especificaciones

PRODUCCIÓN APROXIMADA (%)

50-55	Case
35-40	Steyr
5-10	Otros productos

Un proceso tan completo tiene como objetivo *"mantener inalterados los valores fundamentales que han caracterizado a Case IH"*, explicó el Director de Fábrica, Hans Jochen Kessler. *"Maquinaria potente, fiable y productiva, asistencia de primera calidad y soluciones para nuestros clientes que facilitan su vida, mejorando su negocio y su entorno de trabajo,"* añadió.

El compromiso con la calidad es una constante en la planta de St. Valentin. Se cuidan los procesos, las herramientas y, sobre todo, las personas. *"El deseo constante de fabricar la mejor maquinaria posible es la garantía que nos permite fidelizar a nuestros clientes,"* señala su Director.

Un aspecto que llama la atención durante el recorrido por la planta es la ausencia de robots durante las fases de montaje. El motivo es que pueden llegar a coincidir hasta 74 modelos de



tractores y configuraciones diferentes en la línea de montaje.

"Este gran nivel de flexibilidad significa que se puede responder a los pedidos de los clientes con rapidez y eficiencia," afirma Hans Jochen Kessler.

El futuro de la planta, al menos a corto y medio plazo, está definido. Junto a los Case IH de 70 a 200 CV, se fabrican, entre otros, los tractores Steyr (marca muy bien asentada en varios mercados europeos, sobre todo de lengua germánica).

 **ÁNGEL PÉREZ**

LA PLANTILLA OPINA

En la fábrica de St. Valentin se concede un papel relevante a los 412 empleados que conforman la plantilla. Muchos de ellos conocen el mundo agrícola desde su infancia y sienten un fuerte vínculo hacia él, por lo que son conocedores de sus problemas, necesidades, etc. *"Perciben la relación directa que existe entre la calidad de su trabajo y la reputación de Case IH en el sector"*, destaca Hans Jochen Kessler.

A través del proceso interactivo MIKE –siglas tomadas del alemán que traducidas significan *"Personas", "Innovación", "Creatividad", "Éxito"*– se invita a los empleados a aportar sugerencias sobre el proceso de producción y las áreas mejorables.

PRIMERAS IMPRESIONES

Case IH organizó, para los informadores europeos, una sesión práctica (*Ride & Drive*) que se desarrolló en una zona próxima a St. Valentin.

MXU Maxxum: Contacto positivo

Prácticamente todos los informadores se interesaron por conocer en primera persona las posibilidades de la conocida palanca *Multi-Controller* instalada ahora también en estos tractores. Se realizaron maniobras a velocidades ultra-lentas, desplazamientos a mayor velocidad (simulando transporte) y la opinión general fue positiva.



STX: La velocidad

Este tipo de tractor articulado, que por sus características (bandas de goma, muy alta potencia, etc.) su presencia en España es prácticamente testimonial, hizo las delicias de algunos, que tomaron el volante y se empeñaron en hacer del círculo de asfalto algo parecido a un circuito de carreras, para probar, entre otras cosas, la seguridad y garantía que ofrece el sistema de rodadura.



CVX: Al límite. La demostración más espectacular fue la realizada por el Director de Producto, Christian Huber, a los mandos de un CVX. Escaló una pendiente con terreno de piedra que alcanzaba un 40% de inclinación máxima. Ascenso marcha atrás, a muy baja velocidad, hasta alcanzar la cima, donde los interesados podían comprobar desde el interior de la cabina

cómo el tractor se mantenía totalmente detenido, sin tirones y sin necesidad de pisar pedales, demostrado que la palanca *Multi-Controller* es suficiente para permitir al operador trabajar en condiciones extremas. Tras una serie de maniobras adelante/atrás en lo alto del recorrido, y siempre con el tractor muy inclinado, finalizaba la demostración con un descenso suave.