

Reunión de concesionarios Kverneland Group Ibérica en Barcelona

APUESTA POR LA INNOVACIÓN



K'Innova fue el nombre elegido por el Grupo Kverneland para la convención de concesionarios españoles, celebrada en Barcelona los días 1 y 2 de octubre, y a la que asistieron el Director General de la compañía junto al Vicepresidente y Director Comercial.

JULIÁN MENDIETA
Barcelona

El objetivo actual del Grupo Kverneland, especialista en forraje y laboreo, es claro y así se lo transmitió a su red de distribución española en la última convención, celebrada en Barcelona a primeros de octubre: liderar el segmento de implementos para el forraje y laboreo en toda Europa y Europa del Este, con múltiples concesionarios que cubran el territorio, basando su relación en la confianza. Al evento acudieron, además de los principales responsables de la firma en la Península Ibérica, el Director General del Grupo, Ingvald Løyning, y el Vicepresidente y director comercial del mismo, Arild Gjerde.

Alcanzar el liderazgo del mercado en Europa y Europa del Este, tener redes de distribución independientes dentro de la mejor oferta de producto y dedicación, ofrecer una gama competitiva en maquinaria de forraje y laboreo y

alcanzar una eficiencia competitiva de operaciones, todo bajo una organización simplificada y efectiva, son las aspiraciones estratégicas del Grupo para la próxima temporada. *“Queremos conseguir más éxito a nivel financiero a través de un compromiso importante con nuestros concesionarios,”* destacó Løyning durante su intervención.

Según el directivo, son muchas las iniciativas que se están llevando a cabo para cumplir con estos objetivos. Por un lado, el Grupo ha revisado la estrategia que tiene en cada país y ha sacado como conclusión que tiene que reforzar su posición en 5 mercados –Francia, Reino Unido, Alemania, Benelux y Escandinavia–. Además debe ganar cuota de mercado en los nuevos países de la Unión Europea, Rusia y países del Este escogidos, mantener el nivel de servicio en otros países menos involucrados y reestructurar algunos mercados para mejorar la estructura de costes y mantener los resultados.

Otras iniciativas a llevar a cabo, según Løyning, son la evaluación continua de la distribución y de la estrategia de marcas, desarrollar la política de gestión de buenos concesionarios, independizar las secciones de viña y tratamientos, reforzar la comercialización del CT Line en mercados clave, disminuir las variantes de productos en todas las gamas y extender la estrategia post-venta para conseguir nuevas oportunidades de negocio.

Asimismo, pretende llevar un continuo control de los números *“no rojos”* en la fabricación, reforzar el programa de abastecimientos y proveedores, conseguir una gestión eficiente a nivel financiero, optimizar la calidad y los plazos límite del cliente y au-

mentar entre el 2 y el 3% anual la productividad en las líneas de fabricación.

El Grupo ha desarrollado una serie de acciones y ha tomado una serie de medidas para alcanzar su meta. Entre éstas está la creación de una nueva organización con líneas directas de contacto entre las fábricas y el propio director gerente.

Asimismo ha llevado a cabo una reorganización de los recursos y refinanciación de la compañía para asegurar la libertad de movimientos para inversiones futuras.

Además pretende mejorar las entregas a través de responsabilidades claras, aumentar las inversiones destinadas a eliminar los embudos identificados en las fábricas, arrancar la producción de máquinas de campaña antes de lo tradicionalmente previsto, revisar el sistema de *Forecast* y planificar la producción.

Otro de sus propósitos es mejorar la planificación interna de la gestión del recambio y su logística y establecer un nuevo almacén central de distribución de recambios en Metz, Francia, gestionado por Caterpillar Logistics.

Innovaciones en producto y en la distribución

Løyning destacó durante su ponencia que *"es el momento de innovar"*. El Grupo Kverneland presentó en SIMA 30 grandes novedades. Mostrará aún más novedades en el Salón de Herbè en Francia, y tiene preparados nuevos productos para Agritechnica. En total entre el 70 y el 75% de su gama estará renovada a finales de 2008.

Uno de los temas centrales de la convención fue la innovación en su distribución. Según sus responsables, *"está en continua adaptación al mercado agrícola y es la mejor del mercado español, por su capacidad de entender la*



Ingvald Løyning,
Presidente de Kverneland Group.



Arild Gjerde,
Vicepresidente



Enric Capdevila,
Director General de Kverneland Group Ibérica.



Ramón Carnasa,
próximo Director General.

apuesta de crecimiento de Kverneland Group." Aún así, el Grupo pretende mejorar su colaboración con los concesionarios desarrollando vínculos y compartiendo proyectos de interés mutuo.

Desde su punto de vista, la llave del éxito futuro es el desarrollo de los distribuidores. *"Para desarrollar la distribución debemos invertir en nuestra relación común e incrementar nuestro negocio mutuo,"* afirmaron.

Según los datos ofrecidos en la convención, el Grupo

apuesta por las ventas de los productos que produce. *"El distribuidor es una pieza fundamental para su futuro y debe ser más estructurado, más especialista y con una relación muy cercana a su proveedor de confianza. Los vínculos serán más estrechos y modernos, siendo indispensable rediseñar la relación para atender las nuevas exigencias del mercado y de los clientes finales. La especialización puede ser fundamental para el éxito,"* destacaron.

UN GRUPO EN CRECIMIENTO

El Grupo Kverneland registró en 2006 una cuota de mercado de entre el 15 y el 20% en Europa. El pasado año sumó un total de 2 600 empleados, alrededor del 80% de fuera de Noruega. Su facturación registró un total de 476 millones de euros, el 98% también de fuera de su país natal. Además se hizo fuerte en los mercados de la Europa del Este y en la Comunidad de Estados Independientes (CIS) ex URSS. Su historia, marcada por la incorporación paulatina de numerosas marcas, se remonta a 1879. En 1986 comenzó su cotización en bolsa. Un año clave en su historia fue 2001, cuando introdujo la marca Gregoire, en la actualidad comercializada por un canal distinto al de su red de distribución. En España son cuatro las marcas que lleva actualmente: Kverneland, Accord, Vicon y Deutz-Fahr.

INGVALD LØYNING

Presidente de Kverneland Group

Muchas veces las marcas son víctimas de sus éxitos y las etiquetamos como algo cuando son más que eso. Este es el caso de Kverneland, su imagen está asociada a las máquinas para la preparación del terreno, cuando el Grupo abarca muchas más facetas como son los equipos de siembra y de forraje.



“Somos mucho más que fabricantes de arados”

Aprovechando la presencia en Barcelona durante la convención *K'Innova* de la filial española, hemos llevado a cabo una entrevista con su Presidente, que nos pone al día de la actual situación del Grupo a nivel global.

¿Quién es al día de hoy Kverneland Group?

Somos una empresa multinacional especializada en maquinaria agrícola para trabajo del suelo, siembra y recolección de forraje, y que en Europa contamos con una participación del 15% y el 20% en sectores de gran importancia y rentabilidad, al igual que estamos presentes de manera importante en Europa del Este en la Comunidad de Es-

tados Independientes (CIS) formada por países de la antigua Unión Soviética.

Contamos con una plantilla actualmente de 2 600 empleados de los cuales el 80% están fuera de Noruega y de nuestra facturación del pasado ejercicio (475 millones de €) el 98% se llevó a cabo fuera de Noruega.

La imagen de su empresa está ligada al arado. ¿Cómo han ido potenciando sus otros productos?

No sólo somos arados, es verdad que fue nuestra máquina más emblemática, pero contamos con una gran variedad de equipos de recolección de forraje con productos líderes, máquinas de siembra y también en

otras empresas del Grupo con vendimiadoras... somos mucho más que arados.

Ustedes han pasado por una gran reestructuración. ¿Cómo han quedado sus puntos fabriles?

En efecto, hemos tenido en los últimos tres años un fuerte proceso de reestructuración en las plantas de fabricación, en las que hemos racionalizado las actividades para optimizar. No ha sido fácil, pero gracias a ello nos encontramos en una situación inmejorable y eso se está ya viendo en los resultados de nuestras ventas y márgenes operativos.

¿Entonces qué esperan para este año 2007?

Sólo le puedo decir que en los primeros nueve meses nuestro aumento en facturación ha sido excelente en todos los mercados donde estamos presentes. Estamos detectando una mayor demanda de maquinaria por varios motivos, la necesidad de aperos más profesionales por parte de clientes más profesionales, necesidad de máquinas de mayores rendimientos y la reducción de barreras aduaneras que nos permite estar presentes a nivel de competitividad en mercados donde antes era más dificultoso estar.

¿No será también por la tendencia en la producción de biocombustibles?

Esta claro que los precios de los *commodities* están influyendo en ello, los precios de los cereales, la soja... están haciendo que los agricultores confíen en la mejora de sus precios, pero no debemos de olvidar que lo prioritario es el consumo humano y éste se está incrementando por la demanda de países como China, India e incluso Brasil. De todas maneras, es bueno que se aprecie el valor de los productos, sin que esto desequilibre el precio de los piensos para no desnivelar las cuentas de los ganaderos.

Las empresas de servicios se están desarrollando cada vez más. ¿Qué incidencia tienen en sus ventas?

No cabe la menor duda que en este sentido se irá cada vez a más. Son estos clientes una parte muy importante para nosotros por muchas razones: la primera de ellas es que tenemos el tipo de máquinas que precisan, la calidad que exigen y, lo que es más importante, el servicio que demandan. No podemos olvidar que este colectivo no sólo lidera la tecnología en Europa, en otros mercados de grandes rendimientos, también es así.

¿Cómo están presentes en otros países?

Al margen de Europa, donde estamos presentes con filiales, también contamos con presencia directa en Sudáfrica, Australia, EEUU, Canadá, Rusia y China.

¿En Sudamérica?

A nivel de fabricación, no, por la política arancelaria tan fuerte, pero sí con importadores, al igual que a este nivel estamos presentes en varios mercados.

¿No es difícil desarrollar productos para mercados tan diversos?

Nuestras políticas en I+D están basadas en un proyecto único, una calidad única y una fiabilidad común. Con estas premisas después se aplican en uno u otro producto independientemente del mercado al que se dirijan, la calidad y la tecnología serán las mismas, al igual que el servicio posventa.

La reestructuración que han llevado a cabo, ¿en qué se verá reflejada?

En convertirnos en líderes del mercado a nivel europeo –Este y Oeste– mayor nivel de competitividad en nuestra gama de productos tanto del trabajo del suelo como en forraje, óptimo nivel de comunicación entre las fábricas, todo ello apoyado en redes independientes y formadas en las nuevas exigencias de ventas. Hemos llevado a cabo fuertes inversiones en diferentes áreas, almacenes de cambios, entregas en el menor plazo posible, logística, etc. Queremos ser cada vez más lo que ya somos... un Grupo de referencia.

Se especula con su posible compra de Hardi, ¿Qué hay de cierto en ello?

No cabe duda de que Hardi es una marca de reconocido prestigio internacional y no sólo nosotros pudiéramos tener un interés en ella.



Enric Capdevila junto a Ingvald Løyning.

Usted ya conocía España, no en vano su vinculación con nuestro mercado viene de atrás. ¿Cómo ve actualmente la coyuntura?

Hay cosas que veo muy cambiadas a nivel de país, pero otras no, como puede ser la dependencia de una climatología caprichosa. La lluvia es un factor de gran influencia en este país, también nuestra empresa en este tiempo –Kverneland Group Ibérica– ha cambiado de lo antigua PIMSA, hoy somos 100x100 Kverneland y las estrategias son tomadas en conjunto con la política del Grupo, sin olvidarnos de las particularidades del país.

Y para usted, Sr. Capdevila, como responsable de este mercado, ¿cómo ve el 2007 hasta este momento?

Bueno, aún nos faltan unos meses importantes pero la verdad es que comparativamente con el anterior es positivo.

¿Qué han pretendido comunicar en esta convención?

K'Innova es más que un nombre, es una filosofía de comunicación en varias facetas, comercial, técnica y de futuro. Es demostrar a la red qué somos y qué queremos y, sobre todo, que ellos son una parte muy importante en nuestras estrategias de futuro. Quiero destacar, asimismo, el equipo de la empresa, es el mejor activo de futuro junto con nuestra red, y ello se refleja en la posición que ocupamos en el mercado.

DEMOSTRACIÓN EN ESPAÑA

Kverneland y Accord iniciaron en España la campaña actual con un programa de demostraciones y trabajos en campo que pretende dar a conocer a agricultores profesionales y contratistas el nivel de innovación del Grupo, adaptado a las nuevas tendencias y demandas del mercado.

La demostración, celebrada en Badajoz, junto a Línea Agrícola, contó con alrededor de 50 agricultores y contratistas y sirvió de plataforma de lanzamiento y presentación de nuevos equipos para la preparación del terreno y para la siembra en combinación con equipos que tradicionalmente han conseguido grandes resultados en otras zonas.

La falta de lluvias y el uso de una parcela seca obligó a hacer modificaciones en la secuencia de demostración prevista, de manera que, en lugar de mostrar el trabajo primario con arado, se probó el equipo descompactador Kverneland CLI de 6 brazos.

Junto a este equipo, trabajaron varias máquinas de Kverneland (semichisel CLM con rodillo, un chisel CLC o grada de discos DVB, una grada rotativa NG) y varias de Accord (sembradora de rejas TS y sembradora directa MSC).

- El descompactador CLI es adecuado para mejorar la estructura del suelo después de pasos continuados de maquinaria pesada sobre suelos húmedos y posterior secado por la falta de lluvias o riego posteriores a la cosecha.



- El cultivador combinado CLM está preparado para trabajar a unos 20 cm de profundidad. Sus aletas laterales, situadas bajo las puntas reversibles de los brazos, realizan la labor de desherbado. Incluye discos individuales detrás de los brazos del chisel para romper los terrones de mayores dimensiones. De ahí su disposición individual, ajuste independiente de la profundidad y perímetro dentado del disco. Los brazos tanto de este chisel como del modelo CLC son de acero templado y perfil hueco, y permiten una amplia vibración y un eficaz efecto desterronador al trabajar a gran velocidad. Destaca su alto rendimiento a 40 cm de profundidad.
- La sembradora de rejas Accord TS cuenta con un sistema de dosificación centralizado y distribución neumática, lo que permite la siembra de precisión de semillas como el trigo, la cebada, o incluso la colza. Además dispone de un tren de siembra con rejas de siembra que permiten su adaptación a la superficie de cualquier terreno bien o mal preparado.
- La sembradora neumática Accord MSC también dispone de dosificador central y distribución neumática y es especialmente adecuada para la siembra de cultivos muy exigentes en dosificación. La cantidad mínima de dosificación está por debajo de los 2 kg/ha. Destaca por su tren de siembra de alto rendimiento, pensado para sembrar directamente sobre rastrojo. El proceso de preparación del terreno y siembra incluye un primer rodillo neumático de consolidación del terreno y un cultivador de discos (cada disco sujeto al chasis mediante un brazo y un cojinete independiente). Detrás otro rodillo neumático seguido de la barra de siembra. La semilla se introduce en el terreno a través de unos discos CX especialmente robustos y diseñados para este modelo de máquina.■
- La grada de discos DVB de 28" trabaja la superficie del terreno con una labor de semi-volteo. Su sistema de plegado bajo los brazos permite la circulación por carretera y el diámetro de sus discos consigue realizar la labor a gran velocidad.
- La grada rotativa NG prepara un lecho de siembra adecuado para semillas exigentes. La disposición y diseño de sus azadas permiten realizar la labor con un mínimo consumo de potencia y un alto rendimiento.

