



CARLO LAMBRO

Vicepresidente de Ventas para Europa de New Holland

PAUL SNAUWAERT

Responsable de Desarrollo Producto para las Cosechadoras

“New Holland está en permanente desarrollo e innovación”

Una Medalla de Oro y dos de Plata concedidas por el jurado de Agritechnica, el T7060 elegido *Tractor of the Year 2008* y la picadora de forraje FR9000 considerada ‘Maquina del Año’ en Alemania confirman el éxito de las novedades presentadas recientemente por New Holland. Su Vicepresidente de Ventas para Europa, Carlo Lambro, y el Responsable de Desarrollo Producto para las Cosechadoras, Paul Snauwaert, explican los motivos que les llevan a afirmar que la marca “*está en permanente desarrollo e innovación*”.

ÁNGEL PÉREZ / BORJA MENDIETA
Hanover (Alemania)

Medallas de Oro y de Plata, Tractor del Año, Máquina del Año... New Holland ha sido, con diferencia, la marca que mas premios ha recibido en Agritechnica. ¿Se esperaban un éxito de este calibre?

CARLO LAMBRO. Sin lugar a dudas, supone una enorme satisfacción para todos nosotros porque siempre resulta muy complicado obtener el reconocimiento de un jurado, y en este caso estamos hablando de tres diferentes. Los premios vienen a confirmar el elevado nivel tecnológico de nuestros productos y

demuestran, no sólo a nuestros clientes sino a todos los profesionales del sector agrícola en general, que New Holland es una marca en permanente desarrollo e innovación, capaz de aportar nuevas ideas y ofrecer productos perfectamente adaptados a las necesidades actuales.

Parece que la decidida apuesta tecnológica de la compañía está más volcada en un producto tan específico como la cosechadora, hasta el punto de disponer de una de las gamas más amplias del mercado.

PAUL SNAUWAERT. Uno de nuestros principales objetivos es ser unos auténticos especialistas, con una renovación constante de nuestra gama. Ser especialistas quiere decir ser capaces de ofrecer el producto adecuado a cada cliente, a cada mercado. De ahí que en nuestro catálogo se puedan encontrar modelos de características básicas, como las TC; una gama media formada por las series CS y CSX; y una gama 'buque insignia' que incluye las cosechadoras CX y CR. Cada uno de estos productos tiene sus propias aplicaciones y son apropiados para distintos tipos de exigencias, de perfiles de clientes, de mercados, lo que nos da un valor muy importante.

La evolución del sector, sobre todo en Europa Occidental, con un mayor desarrollo de las empresas de servicios y de los grandes empresarios agrícolas, concede más protagonismo a las cosechadoras de gama media o superiores. ¿Seguirán apostando también por las series más básicas, que tanto éxito han tenido durante años?

P.S. Por supuesto. Un cliente de la serie CR es completamente diferente del que busca una TC. Pero ambos son igualmente importantes y no podemos renunciar al segmento de mercado que abarcamos con la TC, una máquina muy importante y extendida en Norteamérica o en Centro-Europa. Cada cliente busca una solución determinada y nosotros debemos de estar en condiciones de atender desde maquileros o empresas de servicios, hasta agricultores que trabajen 200 ha o menos.

En términos porcentuales, ¿qué representa para la compañía la división de equipos para la Recolección?

C.L. Depende de cada 'región', pero a nivel global la maquinaria autopropulsada puede representar una media del 35-40% y los tractores un 55-60%. En Europa estos números son algo mayores porque el valor de las máquinas es más elevado y puede situarse prácticamente al 50%.

Situados a la vanguardia tecnológica en cosechadoras, ¿hacia qué dirección trabajarán en el futuro?

P.S. Somos líderes hoy, y queremos seguir siendo líderes mañana. Pero nuestros competidores también desarrollan nuevos productos y debemos seguir esforzándonos por estar un paso por delante. Actualmente, y de acuerdo con la demanda del mercado, en nuestro departamento de I+D trabajamos en el desarrollo de sistemas que permitan alcanzar una mayor capacidad y más productividad. El segmento de las cosechadoras está en permanente crecimiento, pero no hacia máquinas más grandes sino buscando mejores prestaciones. Por tanto, tenemos que ofrecer máquinas muy

efectivas y potentes, que hagan un trabajo limpio y eficiente. También es importante ofrecer al usuario de nuestras cosechadoras la posibilidad de disponer de toda la información sobre su trabajo mediante la utilización del software y la tecnología apropiada, lo cual sirve de base para una utilización óptima, no sólo de la cosechadora, sino también del resto de equipos de la explotación.

Precisamente, la Medalla de Oro de Agritechnica ha sido otorgada al sistema *Grain Cam*, que supervisa la calidad y la limpieza del grano a medida que se desplaza por el elevador, mostrándose la imagen obtenida en el monitor *IntelliView*.

¿La red de ventas está suficientemente preparada para explicar al cliente las características y ventajas de estas innovaciones, así como para ofrecer el rápido servicio que exige este tipo de maquinaria de campaña?

P.S. Por supuesto. Es obvio que si somos capaces de ofrecer esta tecnología, también debemos ser capaces de ofrecer el servicio apropiado. Ofrecemos cursos de formación donde nuestros vendedores y técnicos tienen la oportunidad de conocer a





Carlo Lambro
delante del
*Tractor of the
Year 2008.*

fondo estos novedosos sistemas y la tecnología que incluyen, conociendo a fondo el software que utilizan, el correcto manejo de todos los controles, etc. para trabajar con la máxima información. En España, nuestro gran éxito y liderazgo se debe a la existencia de una red especializada en maquinaria de recolección.

C.L. Es importante destacar que la cosechadora es un producto muy específico, con sustanciales diferencias respecto al tractor, y estamos tratando de crear redes específicas en varios mercados, como Alemania, Italia o Reino Unido, con concesionarios que basan una parte importante de su negocio en el servicio posventa de cosechadoras. En New Holland queremos ganarnos la confianza plena de los profesionales y, en esta misma línea, está la creación de nuestro servicio *Top Service* de atención permanente 24 horas, cuya implantación está resultando un éxito con unos niveles de satisfacción muy altos de los clientes que lo han utilizado.

¿Cuáles son las primeras impresiones que tienen, y han recibido de sus clientes, acerca del *Top Service* (servicio de

atención 24 horas, todos los días del año)?

C.L. Precisamente, estamos terminando la campaña durante estas fechas, pero puedo decirle que ha tenido muy buena aceptación de nuestros clientes en España, Alemania, Reino Unido y Francia. En Italia, aunque no hemos tenido muchos casos que atender, la experiencia también ha sido positiva. Según las primeras estadísticas que hemos elaborado, la inmensa mayoría de los casos 'críticos' en los que hemos tenido que actuar, han quedado solucionados en tan corto espacio de tiempo, que hasta a nosotros nos ha sorprendido.

El éxito tecnológico cosechado por los equipos para la recolección, ¿sitúa a la fábrica de Zedelgem (Bélgica), donde se producen estos modelos, como una de las más importantes de la compañía, y no sólo por haber cumplido un siglo de vida el pasado año?

C.L. En New Holland tenemos varias fábricas que definimos como 'Centros de Excelencia'. En Zedelgem tenemos el especializado en cosechadoras, al igual que en Pensilvania se encuentra el de

maquinaria para el empacado y en Basildon y Jesi los de tractores. Todos ellos disponen de sus respectivos equipos de ingenieros que trabajan en el desarrollo de nuevos productos. El centenario que festejamos en Zedelgem confirma la dilatada y exitosa trayectoria de la fábrica, fue un buen momento para celebrarlo.

En cuanto a tractores, la gran novedad de este año ha sido la introducción de la serie T7000. ¿Se están cumpliendo las expectativas?

C.L. Estamos más que satisfechos. Esta serie se introdujo en un segmento donde gozamos de una gran reputación ganada anteriormente. En los primeros seis meses hemos incrementado en un 50% la capacidad productiva media de la fábrica. La previsión que tenemos en España para la serie T7000 ha sido superada en un 80%.

Están introduciendo series de tractores dirigidas a segmentos de potencia media-alta, ¿qué planes tienen en potencias inferiores, donde New Holland goza de una gran pe-



netración y prestigio en los mercados mediterráneos?

C.L. Trabajamos de acuerdo con una estrategia global con toda nuestra oferta de producto. Tenemos un programa continuo 2003-2008 con el que vamos a renovar la gama y, en el caso de los tractores 'especiales' para los mercados europeos, equipando motores que cumplen la normativa Tier III, diseño unificado, etc.

Una importante novedad presentada en Agritechnica fue la introducción de la transmisión de variación continua en tractores 'especiales' (Same Dorado). ¿Qué planes tienen ustedes?

C.L. Estamos trabajando. Lo único que puedo comentarle en estos momentos es que nuestro equipo de ingenieros tiene proyectos que verán la luz en un futuro no muy lejano. Como siempre, antes de lanzar un producto al mercado, nos aseguramos de su calidad y fiabilidad, mediante miles de horas de pruebas en campo por parte de los agricultores, ensayos estáticos y dinámicos, así como controles de calidad en la línea de ensamblaje.



Pero esta transmisión, ¿es realmente interesante desde el punto de vista técnico para este segmento de tractores?

C.L. Personalmente, creo que no. Es mucho más importante para tractores de alta potencia y estamos trabajando para su introducción en gamas de potencia media.

Un producto por el que New Holland apuesta de forma clara es la cargadora telescópica.

C.L. Como es sabido, finalizamos el acuerdo de producción con Manitou y ahora desarrollamos nuestra propia serie LM. Con las telescópicas pretendemos cubrir una serie de necesidades adicionales que surgen en el mercado, muchas de ellas vinculadas a otros trabajos que ya se realizan con maquinaria New Holland y que, de esta forma, estamos en condiciones de satisfacer.

Las crecientes prestaciones de las cargadoras telescópicas, ¿no pueden terminar siendo un inconveniente para el desarrollo de ciertas gamas de tractores que pueden ver limitadas sus ventas?

C.L. Es cierto que, sobre todo en determinadas zonas, hay profesionales que buscan una cargadora telescópica con TdF y algunas otras características que les permitan efectuar trabajos que venían haciendo con tractores. Es cierto que cada vez están mejor desarrolladas y amplían su capacidad de trabajo, pero depende del tipo de actividad, del implemento que se utilice, etc. y no siempre pueden ocupar el espacio del tractor.

¿Se plantean ampliar su capacidad productiva en el Este de Europa, con fábricas que desarrollen productos específicos para los mercados emergentes de la zona?

C.L. New Holland es una marca verdaderamente global:



EL SEGMENTO DE LAS COSECHADORAS ESTÁ EN PERMANENTE CRECIMIENTO, PERO NO HACIA MÁQUINAS MÁS GRANDES SINO BUSCANDO MEJORES PRESTACIONES

nuestros mercados principales son Europa Occidental, que genera el 43% de nuestros resultados de ventas, Norteamérica, que genera el 30%, mientras que el resto procede de América Latina y otras zonas del mundo. Por ejemplo, si consideramos la franja que arranca en Bielorrusia hacia el este, hasta Japón, en la actualidad somos capaces de ofrecer un producto que se adecúa a las preferencias de esa agricultura, potente y con el nivel de prestaciones justo, en transmisiones, motores, etc. Tenemos una posición sólida en los mercados emergentes del mundo, con producción en China, In-




**LOS PREMIOS QUE
HEMOS RECIBIDO
VIENEN A CONFIRMAR
EL ELEVADO NIVEL
TECNOLÓGICO DE
NUESTROS PRODUCTOS**



día, Pakistán y Turquía, además de *joint-ventures* muy interesantes para nosotros. Salvo algunos casos particulares, si se quiere tener una buena cuota de mercado, lo normal es contar con producción local que desarrolle modelos específicos.

Con las cosechadoras es diferente, porque aquí se valoran más las prestaciones de la máquina y su capacidad productiva. Nosotros estamos presentes en todo el mundo con modelos de muy alta productividad y en estos mercados, especialmente Rusia y China, demandan máquinas grandes y 'flexibles', similares a las que podemos producir para otras zonas.

A principios de 2007, el Director General de New Holland para España y Portugal, Mirco Romagnoli, dijo que en tres años querían ser líderes del mercado español de tractores y cosechadoras. ¿Lo ve posible?

C.L. En octubre de 2006, presentamos el equipo de dirección del Grupo Fiat a nuestros inversores y anunciamos los objetivos de la compañía para 2010. Y puedo indicarle que para ese año nos gustaría ser 'número uno', no sólo en el mercado español, donde prácticamente ya lo somos en co-

sechadoras de cereales, empacadoras gigantes y vendimiadoras.

¿Cómo está afectando, e influyendo, a los mercados y a los fabricantes, la utilización creciente de los bio-combustibles?

C.L. Ha abierto una nueva dimensión en términos de evolución tecnológica. Y, no cabe duda, de que está originando grandes expectativas en países como Brasil, que apuestan decididamente por ello. Por nuestra parte, el 80% de la gama actual de New Holland puede utilizar bio-combustibles y el 20% restante está en camino de poderlo hacer también. Por tanto, estamos preparados para el futuro.

Lo que parece claro es que hoy estamos sólo al comienzo de un proceso que nos llevará a saber si es, o no, una solución en términos de sostenibilidad. De momento, la industria petrolífera camina hacia una nueva generación de bio-combustibles procedentes de la agricultura, con procesos de obtención más eficientes y rentables, porque la utilización de este tipo de energía conlleva importantes inversiones por parte de los fabricantes de equipos, y no siempre los usuarios de las máquinas están en condiciones de asumir ese coste. ■