

Antonio Carraro Ibérica celebra su décimo aniversario  
y la creación de la 'Carraro Family'

# LA DÉCADA PRODIGIOSA



Antonio Carraro Ibérica, S.A. está de enhorabuena. El décimo aniversario de la empresa coincide con la creación de la 'Carraro Family', un novedoso concepto surgido a raíz de la incorporación del producto Agriplus. Para festejar ambos acontecimientos, y destacar la evolución mostrada por la empresa en este periodo, organizaron en Ávila una Reunión Especial con los Concesionarios a la que acudió el propietario de la compañía, Antonio Carraro, junto a sus hijos Marcello, Liliana y Massimiliano.

**ÁNGEL PÉREZ**  
Ávila

**J**oven, sólida, eficiente, dinámica y sana. Seguro que con un brillante futuro por delante." Así es, según su Gerente, Justo Sampaño, la actual Antonio Carraro Ibérica, S.A., una empresa cuya vida comercial arrancó en 1997. Aquel año vendió 320 tractores y facturó 3.7 millones de euros; en 2006 alcanzó las 551 unidades y

los 9 millones de euros, con una cuota de mercado en el segmento de tractores especializados de casi el 8%, la más alta de su historia, con un mayor desarrollo en toda la geografía.

"Este resultado nos empuja a metas mayores, a creernos todos que Antonio Carraro está llamada a tener una posición sólida de liderazgo en el mercado de los tractores especializados en España; a quitarnos todos los complejos de marca pequeña de tractores pequeños para crecer al 100% en to-

das nuestras posibilidades y consolidar esta tendencia al alza continua que la empresa está teniendo en los últimos años," dijo en su intervención Justo Sampayo.

"Nuestro objetivo", añadió, "a través del trabajo bien hecho, de la renovación constante de productos, que supone un gran esfuerzo, y de la seriedad de nuestros compromisos, es llegar a consolidar la posición de liderazgo que hoy empezamos a vislumbrar, y superar a corto plazo el 10% de cuota de mercado de los tractores especializados en España."

El crecimiento ha sido posible gracias al "trabajo constante" de los concesionarios y al "apoyo sólido y sin fisuras" de la empresa matriz, Antonio Carraro, SpA. Prueba de ello es la presencia en Ávila del propietario de la empresa, Antonio Carraro, y de la siguiente generación al completo, sus hijos Marcello, Liliana y Massimiliano. También viajó a España Tomasso Carraro (primo de éstos), de Carraro Agritalia, para certificar el nacimiento de la *Carraro Family* y la incorporación del producto Agriplus, una gama de tractores frutero/viñero/estándar que ha comenzado a ser comercializada a escala mundial por la red de ventas de Antonio Carraro.

Uno de los retos trazados por el máximo responsable de la filial ibérica es asegurarse la fidelidad de sus concesionarios, que deben ver en Antonio Carraro "una empresa sólida con un proyecto claro y definido", capaz de ofrecer "un producto único, sin competencia dentro de la familia, de alta calidad y en renovación constante", que les permita luchar por "el liderazgo dentro de los tractores especializados compactos, con una gama cada vez más completa, una política comercial clara, un posicionamiento de precios acorde con el mercado español y una red de ventas estable y consolidada". Todo ello con el fin de que Antonio Carraro sea cada vez más importante para sus ventas y puedan sentirse "plenamente identificados con la marca," trabajando "toda la gama de producto con un servicio de atención al cliente moderno y eficaz".

La filial trabaja en base a una política comercial adaptada a las peculiaridades del mercado español, que se apoya en tres pilares básicos:

- Marketing. Quiere adaptar los tractores a las necesidades de los agricultores actuales y de las exigencias de cada zona. Con ese fin, ha "radiografiado" el sector para conocer precios, mercados, características... y buscar una óptima aceptación dentro de la agricultura especializada. Además, en los últimos años ha hecho un importante esfuerzo en promocionar el producto a través de demostraciones.
- Publicidad. Para acercarse más al concesionario y al cliente, ha colaborado en la identificación de los puntos de venta, ofrece unos catálogos muy completos y distribuye su revista *News*.

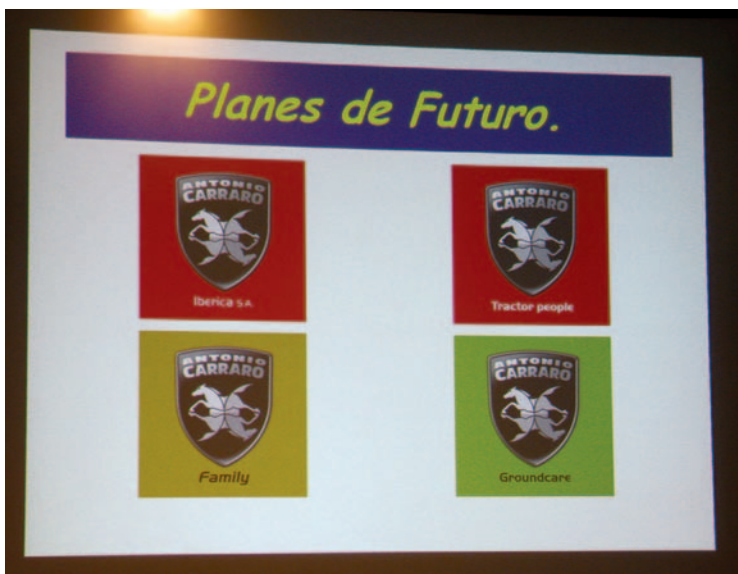


- Servicio Posventa. Ha dado un salto de calidad muy significativo en los últimos años, gracias al crecimiento de los medios dedicados y a los nuevos sistemas de gestión utilizados, que han permitido una eficaz y rápida atención de incidencias, la mejora en la logística de recambios y la aplicación de modernas tecnologías de gestión on-line, de pedidos de recambios y gestión de posventa a través del Proyecto B2B (*Business to Business*).

El éxito de la filosofía que aplica la empresa de "un solo color, un solo producto, un solo concesionario" lo reflejan, según indica Justo Sampayo, los hechos. "Somos la única empresa de maquinaria agrícola en España que conozco, que nunca, en todos sus años de historia, un concesionario la ha abandonado. Esto es para nosotros motivo de una gran satisfacción". Y agregó: "Somos una empresa que escucha a nuestro equipo, que escucha a nuestros concesionarios, algo que debería ser obvio, pero que en el día de hoy, por desgracia, no es habitual".

Justo Sampayo, máximo responsable de la filial ibérica.

Antonio Carraro quiere cuidar la imagen en cada uno de los sectores en los que está presente.



# HISTORIA DE LA MARCA EN ESPAÑA

MARCELLO CARRARO

Administrador Delegado de Antonio Carraro, SpA y Presidente del Consejo de Administración de Antonio Carraro Ibérica, S.A.



**H**oy festejamos un acontecimiento importante: los 10 años de Antonio Carraro Ibérica.

La historia de Antonio Carraro en España parte de hace mucho tiempo.

De hecho, era poco más que un niño, hace más de 40 años, cuando fui con la tía Bianca a visitar la sede de Parés Hermanos, que había comenzado a importar nuestro producto. En esta época, Parés Hermanos era una realidad comercial importantísima en el mercado español, y nosotros, internamente, representábamos una pequeñísima parte del negocio. Éramos una marca más... pero nuestros productos, y sobre todo, nuestras características de innovación, así como la voluntad de crecimiento, son hechos que aún hoy en día nos distinguen.

Las ventas, poco a poco crecían, y en un momento determinado decidimos, junto con Kverneland y Hardi, que era necesario constituir una entidad más dedicada a la venta de nuestros respectivos productos y enfocada al territorio nacional. Así, nació PIMSA, cuyo significado inicialmente fue Parés Implementos, S.A.

Al poco tiempo, las ventas crecieron sensiblemente y decidimos, junto a nuestros socios, aumentar la cuota de competencia de Parés Hermanos, transformando el significado del nombre en Productos Implementos, S.A.

La nueva PIMSA fue en realidad un gran éxito, ya que fue el resultado de convencer a 3 socios a constituir una filial autónoma dedicada a la comercialización de sus productos. Así nació Antonio Carraro Ibérica, que hoy es nuestra realidad más importante fuera de Italia, tanto que para nosotros España es considerada como un mercado igual al de Italia.

Los 10 años de historia de AC Ibérica coinciden con 10 años de crecida y de cambios radicales en la organización interna de Antonio Carraro.

A finales de los años '90 decidimos organizar la fábrica siguiendo el principio del Lean Thinking, método aplicado por primera vez por los japoneses de Toyota, hoy la empresa productiva número uno al mundo. Fue un cambio radical que ha traído una eficiencia y calidad en la producción, que no teme comparaciones, y que nos puede hacer afirmar que, somos un ejemplo de organización, tanto que, debido a las continuas consultas, hemos creado recientemente la Antonio Carraro Consulting, que lleva consultas de compañías más grandes y aparentemente más estructuradas que nosotros.

Una palabra clave del Lean Thinking es Kaizen, que significa mejora continua.

Es un principio que aplicamos en todas las actividades de la compañía y en particular, especialmente en los últimos tiempos, en la innovación del producto. Ya hoy, todo el que ve la gama de productos... de manera importante y mucho de... Usted verá en los próximos meses.

Desde la óptica de la mejora, querríamos ayudar a nuestra red comercial a contentar una legión de clientes, cada vez mayor, y es por ello que durante el pasado año, hemos llegado a un acuerdo de comercialización del producto Carraro Agritalia, presentado por primera vez en España hoy, y agradezco la presencia aquí, de mi primo Tommaso, y también para el producto Club Car, aunque de momento sólo para Italia.

Gracias al apoyo de nuestra red comercial, de todos envidiada, hemos continuado y continuaremos nuestra política de la única marca y único color.

En el sector, continuamos siendo la única empresa verdaderamente independiente y distribuida por una sola red.

Creo que es un importantísimo valor añadido en una época de feroz competencia.

La Antonio Carraro Ibérica seguramente durante estos 10 años ha tenido la influencia del Lean

*Thinking, y de su consiguiente innovación en el ámbito organizativo. Al igual que la casa madre la Antonio Carraro Ibérica ha crecido y especialmente en el último período y ha sido determinante no sólo en España, sino también en la apertura del mercado transoceánico.*

*Dado que la historia la escriben los hombres, quiero acordarme de aquellos determinantes para la existencia de esta compañía.*

*En particular de los Sres. Manuel Roig, Antoni Giménez, Emilio Subirá y Miguel Martínez (que Dios tenga en su gloria), que nos acompañaron en*

*el inicio de esta aventura y crearon posteriormente las condiciones idóneas para la entrega del testigo que llevar a un necesario relevo generacional sin trauma alguno, tanto es así que hoy en la Ibérica trabajan todavía un Roig, un Giménez y un Martínez dando el sello de continuidad.*

*Concluyo con un mensaje que deben tener siempre presente. La Antonio Carraro es una empresa sólida, dinámica y en continua mejora. Estamos determinados y convencidos de continuar así para llegar a ser el 'Número Uno', aceptando todos los retos del mercado mundial.*

## OBJETIVO: "SER LOS LÍDERES A NIVEL MUNDIAL"

Giorgio Ceccato, Director Comercial de Antonio Carraro, SpA y miembro del Consejo de Administración de Antonio Carraro Ibérica, S.A., esbozó la estrategia comercial de la compañía y los planes de futuro en cuanto a productos y mercados. Tras destacar el "reconocimiento" que tiene la marca como "referencia en el mundo de la maquinaria especializada", conseguido gracias "a la larga experiencia en aquello que hacemos y al soporte de una red comercial bien seleccionada", fijó como objetivo "ser los líderes a nivel mundial".

"Investigamos continuamente en la modernización de nuestra gama, en su evolución técnica, a la búsqueda de los productos complementarios", señaló Ceccato. La intención es crecer de acuerdo con una política de producto Full Liner (gama completa) que ofrezca "soluciones completas de mantenimiento con la capacidad y la garantía de una marca de fábrica que sabe perfectamente los requisitos de sus clientes y sabe interpretarles".

El Director Comercial destacó "las modernizaciones del año 2007 del Tigre y del Country, la nueva serie 21 con los nuevos motores y características, el programa de garantía de 4 años, los nuevos tractocarros, los nuevos motores de hasta 100 CV y la evolución de la tecnología del cambio hidrostático hasta altas potencias". Subrayó también la "voluntad de innovar" de la empresa con la incorporación de la línea Agriplus de Carraro y de los transportadores Carry All (actualmente, sólo para el mercado italiano).

La nueva política agrícola aplicada en Europa está provocando una "profunda transformación en la forma de hacer agricultura", según Giorgio Ceccato. "Los impactos de dicha transformación en

los mercados de tractores "son ya hoy muy visibles en muchas provincias en España, donde hay una disminución muy marcada de las ventas tradicionales de gran potencia, que se corresponden a una crecida de ventas especializadas y adaptadas a los cultivos de tipo mediterráneo." Y puso como ejemplo el mercado italiano, el cual, "en los primeros meses de 2007, por primera vez, el segmento de los tractores compactos (viñeros/fruteros/invernaderos y montaña inferior a 100 CV) ha sobrepasado en volumen al segmento de los tractores de campo abierto. Hace solamente cinco años la relación estaba 3 a 1 a favor de estos últimos".



Giorgio Ceccato, Director Comercial de Antonio Carraro, SpA y miembro del Consejo de Administración de Antonio Carraro Ibérica, S.A.

## ANTONIO CARRARO IBÉRICA, S.A.



### EQUIPO DIRECTIVO FUNDADOR

Manuel Roig  
 Antoni Giménez  
 Emilio Subirá (continúa en la empresa)

### EQUIPO ACTUAL

Justo Sampayo	Gerente
Emilio Subirá	Director Financiero
Xavier Roig	Responsable de Administración
Marta Jolis	Administración y Secretariado
Rubén Giménez	Responsable de Marketing
Alfred Serra	Gestión Comercial y Logística
Miguel Alemán	Delegado Comercial Zona Sur
Miguel Martínez	Delegado Comercial Zona Norte
Óscar Pompermayer	Delegado Comercial Zona Mediterráneo
Alejandro Solá	Jefe de Servicio de Asistencia Técnica
Anselm Ayala	Asistencia Técnica
Félix Contreras	Recambios

### OTRAS PERSONAS QUE FORMARON PARTE DEL EQUIPO

Núria Roig, Alberto San Martín, Hernán Cirera, Miguel Ángel Petisco, José Teruel, Francesc Estopa y Federico Schiavon.

## 'Carraro Family'

Los tractores de la serie Agriplus, fabricados por Carraro, SpA, y cuya comercialización se realiza a través de la Red de Concesionarios de Antonio Carraro (la Ibérica tiene el control absoluto, tanto en España como en Portugal, en todas sus facetas: comercial, recambios, servicio, etc.), representan el primer exponente de la Carraro Family, un novedoso concepto dirigido a la expansión de la gama con productos complementarios. "La Carraro Family será un polo de crecimiento futuro para nosotros y para todos nuestros concesionarios," que tienen "la oportunidad de hacer más negocio, al disponer de la gama más completa de tractores especializados que hay en el mercado mundial," señaló Justo Sampayo. "Queremos que todos nuestros concesionarios se sumen, ya que está diseñando como un proyecto global único y conjunto, siguiendo la estrategia de una sola red para todos nuestros productos, más potente, sólida y fiel."



## Nace Antonio Carraro Sudamérica

Comenzará su actividad comercial dentro de unas semanas y está destinada a ser el "trampolín de lanzamiento" de la marca hacia "el importante mercado de Latinoamérica," afirmó Marcello Carraro. Con sede en Chile y responsabilidad directa de las oficinas en Barcelona, es el "fruto del trabajo de años de relaciones y colaboraciones de los equipos humanos de la Ibérica y de la casa madre."

Antonio Carraro se convierte en el primer fabricante de tractores con presencia directa en este país. Hace unas semanas, Antonio Carraro, SpA se unió con la sociedad chilena Atom Rental S.A. para ofrecer soluciones de mecanización al mercado local, bien a través de venta o por medio de alquiler a largo plazo. Este año esperan llegar al centenar de tractores de esta marca en alquiler. ■

**NOTA:** En el próximo número publicaremos un reportaje sobre la gama de producto.