

## DIPL.-ING. DR. ING. E. H. BERNARD KRONE

Presidente del Holding Bernard Krone

# “Queremos trazar nuestro propio camino”



**JULIÁN MENDIETA**  
Spelle (Alemania)

**Su empresa ha cumplido más de 100 años, ¿cuáles han sido los momentos más importantes en esta trayectoria?**

En la historia de una empresa no se pueden fijar momentos independientemente unos de otros. Los resultados obtenidos han sido una consecución de

momentos de trabajo y, sobre todo, de una política basada en la seriedad de planteamientos que nos ha traído hasta hoy.

**En Reino Unido, Francia e incluso Italia, las empresas familiares se han ido diluyendo durante los últimos veinte años. ¿Cuál es el secreto de que en Alemania sigan creciendo y cada vez sean más importantes?**

Estamos en una situación compleja. No es fácil dar una respuesta porque cada caso es diferente. Mi amigo Luis Delgado tiene en Deltacincro (importador de la marca en España) dos hijos que sí están interesados en proseguir con la empresa, pero hay casos de propietarios de compañías que tienen hasta siete hijos y ninguno de ellos muestra interés por continuar con el negocio. En nuestro caso, ha accedido a puestos directivos de la compañía la cuarta generación familiar, lo cual es maravilloso para nosotros, pero los tiempos cambian y hoy en día, no sólo en Reino Unido, Italia o España, sino también en Alemania son muchos los padres que optan por dar la mejor formación académica a sus hijos y éstos, en ocasiones, acaban inmersos en otros sectores industriales con la consiguiente repercusión para el negocio familiar. En cualquier caso, no sólo Krone sino también otras grandes compañías alemanas mantienen un importante arraigo familiar. Nosotros, como venimos demostrando, estamos ya preparados para dar el salto a la cuarta generación y, de hecho, mi hijo Bernard ya ha asumido importantes responsabilidades en la compañía. Seguiremos trabajando en el desarrollo incesante de la actividad y, a pesar de nuestro carácter familiar, trataremos de rodearnos del mejor equipo de directivos posible que nos ayuden a conseguir nuestras metas.

**La evolución tecnológica de Krone es incesante, un aspecto esencial en momentos de incertidumbre.**

Hemos tenido muy claro a dónde queríamos ir, aunque a veces fuéramos por delante del mercado, pero cuando se innovan máquinas se corre ese riesgo. Nunca nos hemos conformado y eso nos ha permitido marcar las pautas en una serie de productos.

**Uno de sus productos de referencia es la picadora de forraje Big X. ¿Es la base de desarrollo de máquinas pensadas para empresas de servicios?**

Está claro que es un producto con el que nos posicionábamos en el mercado profesional. Es una máquina pensada para un rápido periodo de amortización y, para ello, se necesita un empleo exhaustivo y las empresas de servicios y las grandes explotaciones son su base de clientes más importante.

**¿Ha llegado la Big X a su evolución máxima?**

Cada día evolucionamos e innovamos. Un fabricante nunca se queda estancado y con la Big X estamos en constante evolución.

**A partir de este concepto de máquina polivalente han desarrollado una serie de aplicaciones. ¿Cuánto han invertido en I+D para estos productos?**

No es fácil cuantificar la inversión, pero sí le puedo decir que una importante cantidad de tiempo y de dinero, esfuerzo en pruebas y puestas a punto, hasta ver el proyecto convertido en realidad.

**Krone se ha convertido en una compañía de tamaño medio-grande. ¿No han tenido ofertas de compra por alguno de los grandes grupos?**

¡Claro que las hemos tenido, pero hoy por hoy, no tenemos interés, estamos muy bien 'solos'!



**Cuando el Grupo AGCO adquirió el 50% de Laverda, su presidente Martin Richenhagen dijo sobre su compañía que era mucho "bocado" para poder comer, y que funciona muy bien sola. ¿No es para usted un orgullo que multinacionales de ese nivel miren a Krone con este respeto?**

Sí, agradezco enormemente esas palabras. Hace unos años mantuvimos los primeros contactos con el anterior Presidente de AGCO, Bob Ratliff. Ahora, Martin Richenhagen quiere seguir la línea de éxito iniciada por su antecesor y ha seguido trabajando para incorporar a su Grupo empresas de primerísimo nivel y desde Krone nos sentimos muy contentos con los excelentes resultados que está obteniendo gracias a la amplia oferta con la que está presente en los mercados internacionales.

Hemos discutido amistosamente tanto con Bob Ratliff como con Martin Richenhagen e intentamos establecer algún tipo de acuerdo pero no fue posible porque nosotros no somos unos simples distribuidores, sino que también queremos vender nuestros productos bajo la marca Krone. Hoy en día, AGCO es el equipo que más está influyendo en este sector, y muchas empresas podrían estar interesadas en pertenecer a él, pero también hay otras que decidimos renunciar.

Definitivamente, nosotros queremos trazar nuestro propio camino y trabajaremos para continuar siendo una marca líder en el segmento del forraje. Esto es lo que mi hijo, el equipo directivo y yo hemos decidido hacer para el futuro.

**Son a su vez fabricantes y distribuidores de un gran grupo como es John Deere. ¿Hasta dónde podrían llegar en su colaboración?**

Tenemos una magnífica relación con John Deere... ¿hasta dónde?... De momento estamos bien como estamos.

**El ser un fabricante especializado, ¿les abre las puertas de colaboración con 'todos' los que pudieran ser en ciertos aspectos competidores?**

Las redes de ventas de las marcas que no tienen máquinas tan especiales como las nuestras están abiertas a cooperación a nivel de ventas, pero existen grupos que usted conoce que tienen productos parecidos a nivel de forraje.

**¿Sigue sin entrar dentro de sus planes a corto y medio plazo atacar el mercado de tractores?**

No entra dentro de nuestros planes actuales. Si observamos precisamente la operación que ha realizado AGCO con Laverda,

## “Acertamos con Deltacinco”

Llevar 28 años trabajando en el mercado español con Deltacinco como empresa importadora. ¿Cómo calificaría esta relación a nivel comercial y humano?

Recuerdo nuestros primeros contactos con Luis Delgado. Él nos explicó que tenía una empresa en España que podría ser muy interesante para distribuir nuestros productos. Lo estudiamos y decidimos adentrarnos en un mercado nuevo para nosotros pero en el que observábamos perspectivas de crecimiento. La verdad es que acertamos, porque en este período hemos alcanzado un crecimiento importante y la marca Krone, también en España, es una referencia en el segmento forrajero. Nuestros amigos de Deltacinco han demostrado ser un equipo serio y eficaz cuyo futuro está asegurado con los dos hijos, Juan Carlos y Luis Javier Delgado. La relación con ellos es realmente excelente, han demostrado su profesionalidad ofreciendo un servicio técnico de primer nivel, desarrollando la amplia gama de producto que fabricamos, organizando numerosas acciones de marketing... Nuestro desarrollo en España ha sido muy positivo teniendo en cuenta las particularidades de este mercado, en ocasiones



Bernard Krone, junto a Juan Carlos Delgado.

especialmente limitado por las condiciones climáticas y que en el futuro se verá sin duda afectado por la nueva PAC.

El trabajo mutuo realizado en este tiempo ha sido fantástico, y hemos sabido ganarnos un espacio frente a importantes competidores, algunos de ellos también grandes fabricantes internacionales. La calidad de producto y la seguridad de un eficaz servicio posventa han sido decisivos para obtener estos resultados.

nos damos cuenta de que antes de asumir la fuerte inversión que supondría adquirir íntegramente un fabricante (línea de producción, plantilla, etc.) decide adquirir sólo una parte. Por ejemplo, para comprar una fábrica de cosechadoras debería estar asegurada una producción inicial de entre 6 000 y 8 000 unidades. Según nuestras estimaciones,

para rentabilizar una fábrica de tractores habría que producir entre 40 y 50 mil unidades al año, y esto no es posible para una compañía de nuestro perfil, por lo que creemos que lo mejor para nosotros es continuar siendo unos especialistas en la fabricación de equipos para la recolección y el forraje, invirtiendo decididamente en I+D para ofrecer una gama de producto cada vez más amplia y competitiva.

De momento, no. Nuestro principal mercado es Europa, y no sólo se trata de vender, sino también de ofrecer servicio y tener una distribución adecuada, ya que nuestras máquinas no son equipos simples, necesitan una red muy cualificada.

### La nueva PAC, los cultivos energéticos... ¿hacia dónde se dirige la agricultura europea?

Los cultivos energéticos son una base importante de desarrollo. La agricultura ha experimentado un crecimiento importante, pero no sólo a nivel de energía. El mundo necesita alimentos y la agricultura desarrollada de Europa tiene unos niveles altos de rendimientos, lo que se necesita es que los agricultores tengan confianza y así poder realizar sus inversiones con total seguridad. Cada vez se precisan máquinas más complejas y que suponen una mayor inversión, por ello la seguridad en las políticas agrarias es un factor definitivo. ■

### ¿Cómo les está favoreciendo la incorporación de nuevos mercados a la UE?

Europa del Este es un buen mercado dadas las características de nuestros productos: Rusia, Hungría, Ucrania... son escenarios en los que tenemos depositadas muchas esperanzas de desarrollo. Son un mercado idóneo y lo serán cada vez más en el futuro.

### ¿Han pensado fabricar fuera de Europa en mercados de futuro?

