

LUIGI COPPA

Director Comercial y de Marketing del Grupo ARGO

EL NIVEL DE LA EXPERIENCIA

Es uno de los directivos más experimentados del sector a nivel internacional. Hijo de agricultor, Luigi Coppa ha tenido la oportunidad de aplicar la filosofía de su padre en la industria de la mecanización agrícola de todo el mundo. En un momento como el actual, pocas opiniones resultan tan valiosas para atisbar hacia dónde evoluciona la Agricultura y la distribución de equipos especializados.



En el mundo de los negocios suele decirse que un buen gestor se reconoce cuando el mercado está en crisis. Si esto es cierto, entonces Luigi Coppa, Director Comercial y de Marketing del Grupo ARGO, es, sin duda, uno de los mejores gestores del sector agrícola en Italia.

A pesar de la difícil situación que atraviesa la industria, que en el caso de Italia lo está sufriendo en mayor medida a nivel productivo, Luigi Coppa ha conseguido cerrar 2008 en crecimiento, vendiendo tractores en todo el mundo, llevando a su grupo a un récord de producción. "2008 fue un muy buen año para Argo Trac-

tors en términos de facturación y producción", afirma. "Con Landini y McCormick hemos superado los 24 000 tractores comercializados en todo el mundo, a pesar de que en el mercado italiano se ha registrado una caída del 4% con respecto al año anterior, debida principalmente a retrasos en la entrega de los modelos

con motores Tier 3. Las dificultades generales surgidas en el segmento de los tractores especializados y de baja potencia han supuesto un inconveniente para nuestra marca Landini, pero hemos podido equilibrarlo con el impulso comercial conseguido con McCormick en la alta potencia, con un crecimiento del 9%. Valpadana ya ha comenzado a cosechar los frutos de la renovación de gama, con un aumento del 24%".

Un 2008 repleto de satisfacciones ha dado paso a un periodo diferente. "Desde luego, la situación es difícil, porque todos los operadores de la industria pagarán los efectos negativos de una crisis internacional que comenzó siendo financiera, pero que ahora ha involucrado a la economía real". Luigi Coppa pronostica que en Italia caerá la demanda en el primer trimestre, que podría ser seguida por una recuperación en el segundo semestre de 2009. "La prudencia, sin embargo, es una obligación. La tendencia de la demanda está determinada en gran medida por factores externos que no podemos controlar, tales como la confianza de los consumidores, el acceso al crédito y la disponibilidad de fondos en el marco de los planes de desarrollo regional. Por estas razones, Landini y McCormick van a invertir y trabajar en todas las áreas del negocio, mediante el lanzamiento de nuevos productos para mejorar la competitividad de su oferta y manteniendo una más estrecha cooperación con la red de distribución a fin de que pueda ofrecer servicios en línea con las expectativas del cliente".

En definitiva, 2009 se confirma como un año muy complejo, pero, ¿qué segmento puede sufrir las mayores dificultades? "En potencias bajas continuarán los problemas, aunque podría crecer las ventas de modelos de alto rendimiento, pero dependerá del acceso a los fondos de ayuda,



LA TENDENCIA DE LA DEMANDA ESTÁ DETERMINADA, EN GRAN MEDIDA, POR FACTORES EXTERNOS QUE NO PODEMOS CONTROLAR

sobre todo para las pequeñas y medianas empresas. Las grandes explotaciones y contratistas, compradores habituales de alta potencia, no interrumpirán totalmente su inversión, incluyendo la compra de equipos profesionales. Por esta razón, Landini ha puesto mucho énfasis en las series PowerMondial, PowerMax y Powermaster, y McCormick hará lo propio con los CX, MC, XTX y TTX".

Para el Director Comercial y de Marketing del Grupo ARGO será fundamental "que la estra-

tegia incluya una completa oferta de tractores, con modelos básicos y con tecnología puntera, un requisito esencial para todos los grandes fabricantes que operan en el mercado internacional". El directivo considera que "durante un tiempo, los fabricantes deberán calibrar cuidadosamente las 'invenciones', centrando su atención en las características específicas que mejoran el rendimiento, haciendo más rentable el trabajo, proporcionando un nivel de confort y minimizando el tiempo de inactividad". Todo esto, según Luigi Coppa, debe ir "combinado con una estética sencilla pero moderna, atractiva y en línea con las expectativas de un mundo donde el diseño se ha ganado un valor importante en la toma de decisiones del cliente".

Distribución

¿Y sus redes? ¿Podrán soportar estas tendencias? "Sin duda. Tanto es así que lejos de interpretar este 2009 como un año difícil en términos de cambio de la demanda, Argo Tractors ha decidido desarrollar tres tipos



distintos de apoyo a la red de distribución mediante la participación en la comercialización con esfuerzos encaminados a iniciar nuevos productos, capacitación técnica y comercial a los distribuidores y una comunicación más eficaz, para mejorar la imagen de nuestras marcas y estimular el interés en nuestros productos."

Esta política parece contraria a la aplicada por algunos competidores, que hablan de una reducción en el número de distribuidores y una mejora de la calidad en el servicio. Luigi Coppa destaca que "el concesionario juega un papel determinante en el éxito de las ventas y su fuerza está directamente relacionada con la capacidad para permanecer en el mercado". A su juicio, "fabricante y distribuidor deben

cooperarán para incrementar la cuota de mercado. El primero se ocupa de ofrecer el producto adecuado y de su competitividad, mientras que el segundo debe proteger el territorio asignado a la publicidad y la promoción de la marca a nivel local, así como de ofrecer un correcto servicio de asistencia y recambios al usuario final". Estas son las directrices sobre las que trabajará Argo Tractors, "sin descuidar la búsqueda de nuevos puntos de ventas y servicio para asegurar una amplia difusión y cobertura".

■ Estrategias multi-marca

En el sector de la automoción ya pueden observarse redes cuyos concesionarios comercializan los productos de las diferentes marcas que forman parte del grupo industrial al que pertenecen. ¿Hacia dónde se dirige Argo Tractors? "La distribución del producto y la organización de la red son sólo el fin de un proceso que incluye otras decisiones que, a su vez, están ligadas a la estrategia adoptada para el desarrollo de producto conjunto. Quién fabrica los mismos productos y tiene una distribución única corre el riesgo de

 **VAMOS A**
APOYAR A LA RED DE
DISTRIBUCIÓN PARA
MEJORAR LA IMAGEN
DE NUESTRAS
MARCAS 

perder concesionarios en zonas donde haya más de uno. En cambio, en aquellos puntos del territorio que no están bien cubiertos, nos centraremos en redes especializadas por marca".

Luigi Coppa asegura que este planteamiento es igualmente válido para los mercados exteriores, que para la empresa suponen el 80% de la facturación. "La exportación ha representado una auténtica vocación que nos permite actuar sobre la base de dos niveles de evaluación: por necesidad y por oportunidad". En términos de necesidad operan en todos los países de Europa Occidental, Europa del Este y los países de la antigua Unión Soviética. "En estas zonas es una obligación hacer más, porque los volúmenes son interesantes y se puede trabajar libremente. Hasta ahora, siempre hemos obtenido muy buenos resultados". En el resto de los mercados, excepto los norteamericanos donde también se muestran satisfechos con la posición que mantienen en relación con la fuerza operativa, surgen lo que el directivo califica como "oportunidades". "Debemos estar siempre atentos para afrontar retos a corto plazo", finaliza. ■

Una familia 'del campo'

Luigi Coppa se muestra "feliz" de haber dedicado su vida laboral al sector de la mecanización agrícola. "Es un mundillo pequeño, con unas reglas muy simples que se refieren a la tierra y a los agricultores. Muchas de las personas que en él trabajan y que he podido conocer durante tantos años, rara vez dejan una marca, un recuerdo, independientemente de la lengua que hablen o los resultados que más o menos modestos que obtengan".

"Sólo tengo un pequeño lamento", prosigue. "Mi padre fue pionero en el campo, donde trabajó desde antes de la Segunda Guerra Mundial hasta mediados de los '70. Él me enseñó mucho, pero no con palabras sino con el ejemplo. Yo pude recoger el testigo de su esfuerzo y aplicar por todo el mundo su filosofía de trabajo. Con éxito, pero sin poder disfrutar de las pequeñas cosas como él a causa de la locura que caracteriza a la actualidad". Ahora, el hijo ha 'amenazado' con incorporarse también al sector agrícola. Coppa se mostraría "orgullosa" de ver la tercera generación familiar trabajando en la agricultura.

FURIO OLDANI

© MACCHINE TRATTORI

Traducción y adaptación:

agrotécnica

agrotécnica