

ANDREA BEDOSTI

Director de Ventas, Marketing y Posventa de Same Deutz-Fahr Group

“El futuro pasa por una agricultura globalizada”

Invertir para crecer. Es el mensaje que lanza a los distribuidores de maquinaria el responsable de Ventas, Marketing y Posventa de Same Deutz-Fahr Group. Andrea Bedosti, que anuncia para la próxima Agritechnica el lanzamiento de dos gamas de tractores de hasta 300 CV, analiza la evolución mostrada por el sector agrícola en los últimos años.

**JULIÁN MENDIETA**

Treviglio (Italia)

¿Cómo ha visto evolucionar el mercado de tractores en los últimos años desde el punto de vista tecnológico?

El gran cambio se produjo hace diez años cuando se inició un nuevo 'curso' de la mecanización agrícola, el cual va unido a la transformación que esta sufriendo la agricultura europea que comienza a parecerse en ciertos

aspectos a la agricultura americana, con una progresiva profesionalización de los equipos humanos y técnicos. Esto, desde el punto de vista tecnológico, ofrece dos vertientes: una mayor demanda de máquinas de altísima productividad y potencia; y, por otro lado, máquinas extremadamente simples y básicas con numerosas aplicaciones. Exactamente como sucede en Estados Unidos. Por tanto, estamos ante una radicalización en el desarrollo de producto, lo que ha traído consigo avances como la transmisión de variación continua, el aumento de la potencia media del parque de tractores, cabinas más confortables y silenciosas, etc. Pero uno de los puntos clave de esta última década ha sido la

introducción de la electrónica para la gestión del tractor y de los implementos.

Esto es, a grandes rasgos, lo que ha sucedido en los últimos años, pero más concretamente en el último lustro ha aparecido otro gran fenómeno: la globalización de la mecanización agrícola. Hace apenas cinco años los grandes desarrollos se producían en Europa Occidental, Norteamérica y Australia; hoy en día se han extendido a otras zonas del planeta, como Brasil o Latinoamérica. A esta tendencia se han incorporado también, más recientemente, mercados como India, China o los países del Este de Europa, que hace sólo unos años eran mercados absolutamente marginados. Pero su 'ex-

plación' ha sido tal que tan sólo India y China acaparan el 55% del mercado mundial de tractores. Esto ha comportado el fuerte desarrollo de máquinas económicas, simples y sencillas de usar, cuya introducción no ha sido excesivamente complicada en mercados de nueva mecanización. Capítulo especial merecería el análisis de Rusia, un mercado de enormes dimensiones que ha abierto importantes perspectivas de negocio, aunque los últimos meses está sufriendo, muy especialmente, los efectos de la situación económica y financiera mundial.

Un fabricante global como SDF Group, ¿cómo combina los dos polos de desarrollo de producto que demandan los mercados norteamericano (tractor largo con gran capacidad de tiro) y europeo (tractor compacto)?

Para afrontar el mercado global es necesario disponer de ambos tipos de máquinas. Para las aplicaciones que exigen mucha tracción, son importantes las máquinas con cambio Powershift y elevadas prestaciones, que representan el 70% de la ventas de tractores hasta 150 CV. Para aplicaciones en transporte o toma de fuerza, es preferible disponer de la transmisión de variación continua, que suponen el 30% restante.

¿Está su grupo preparado para afrontar esta doble demanda del mercado?

Sin lugar a dudas. Así lo hemos demostrado en las dos últimas grandes ferias europeas, Eima-Bolonia y Sima-París. Una de nuestras grandes 'armas' es el desarrollo de producto. Estamos trabajando para poder presentar en la próxima Agritechnica-Hannover dos gamas paralelas de tractores de hasta 300 CV, una con transmisión mecánica Powershift y otra con transmisión continua.

En los últimos seis meses han afrontado una política agresiva que es consecuencia de las inversiones realizadas en la cadena de producción y en desarrollo de nuevos productos. La flexión generalizada en los mercados surgida en los últimos meses, ¿puede modificar sus planes?

No. Siguen adelante nuestros planes de desarrollo de producto, fundamentalmente en dos gamas: una dirigida a los mercados que buscan una alta productividad y la otra con máquinas básicas. Tampoco hemos alterado nuestros proyectos sobre localizaciones productivas. Contamos con fábricas en Italia, Alemania, China e India y hemos anunciado proyectos en Turquía y



de cliente muy específico: el maquilero o empresa de servicios. ¿A él se debe la apuesta de su grupo por otros productos como los equipos para la recolección?

El maquilero es la figura de empresario agrícola típicamente europeo. Para nosotros es fundamental ofrecerle una gama de producto lo más completa posible, desde tractores pequeños hasta maquinaria para la recolección, así como servicios financieros. En esta línea se sitúan, precisamente, nuestro objetivo de ofrecer tractores de hasta 300 CV, el lanzamiento de la cosechadora rotativa y la presentación de la nueva vendimiadora. Además, bajo la marca Deutz-Fahr ofrecemos una gama completa de equipos para forraje y tenemos proyectos para ampliar la oferta con equipos para la preparación del terreno.

Los equipos para forraje son fruto de su acuerdo con Vicon. Ahora que el Grupo Kverneland ha vendido esta división al Grupo Kuhn, ¿pueden variar los planes de SDF Group a la búsqueda de otros proveedores e incluso desarrollar una gama propia con joint-ventures puntuales?



NUESTROS

PLANES DE DESARROLLO DE PRODUCTO SIGUEN ADELANTE, FUNDAMENTALMENTE EN DOS GAMAS: UNA DIRIGIDA A MERCADOS QUE BUSCAN UNA ALTA PRODUCTIVIDAD Y OTRA CON MÁQUINAS BÁSICAS



Rusia. Por supuesto que con la ralentización del mercado surgen interrogaciones y hace plantearse estas inversiones, pero está demostrado que el futuro pasa por una agricultura globalizada.

En los últimos diez años ha cobrado también un protagonismo importante un tipo



Nuestro objetivo es mantener la actual oferta de producto, y si es posible, ampliarla.

La globalización extendida al ámbito productivo conlleva la fabricación de productos de una misma marca en países muy diferentes, donde la cualificación de la mano de obra y los proveedores pueden ser sensiblemente distintos. ¿Cómo logran unificar la calidad del producto final para preservar así el prestigio de la marca?

Para nosotros son esenciales la calidad y la fiabilidad. Sea cual sea la instalación productiva aplicamos un procedimiento de control de todo el proceso de industrialización, de montaje... que es idéntico precisamente con el fin de ofrecer los mismos niveles cualitativos. Esto nos permite, por ejemplo, poder vender en cualquier mercado productos fabricados en nuestra planta de India.

Pero, realmente, ¿la calidad se paga?

Hoy en día es un requisito necesario, porque el cliente no

perdona cualquier problema relativo a la calidad del producto. Una de las claves del éxito de nuestro Grupo desde 2004, que nos ha permitido aumentar la cuota en Europa cerca de tres puntos porcentuales, es precisamente la calidad del producto. No hemos protagonizado una gran innovación, sino que hemos apostado decididamente por la calidad, lo cual, nos ha permitido ofrecer máquinas más seguras, eficientes y fiables.

En España se dice que "en el país de los ciegos el tuerto es el rey". En la situación negativa actual, el sector de la maquinaria agrícola es el 'tuerto', ¿cuándo cree que va a recuperar la 'visión'?

El sector agrícola está viviendo, como todos los sectores, un momento de dificultad. Pero, por ahora, no lo llamaría crisis. Crisis es lo que están sufriendo sectores como la construcción, obras públicas o camión. La agricultura es una actividad primaria que no puede detenerse, y, sobre todo, es un sector que en los momentos de gran euforia crece menos y da menos satisfacciones, pero, en cambio, en las situaciones de crisis, sufre menos porque es más constante.

La agricultura no es un sector rico, pero está muy saneado, con lo que la crisis actual de crédito tiene una menor repercusión. Los profesionales que trabajan en la agricultura destacan, en líneas generales, por su sol-

LOS CONCESIONARIOS Y DISTRIBUIDORES DEBEN APROVECHAR LA CRISIS COMO UN MOMENTO REAL DE POTENCIAL DE INVERSIÓN Y CRECIMIENTO

vencia y el nivel de impagados es mínimo. De hecho, cuando afrontan un inversión, es porque la han estudiado con profundidad y, además, está avalada por un capital real, que es el propio negocio agrícola. La seguridad que da la agricultura, en un momento como el actual, viene dada por la exigencia que tiene de proveer al planeta de alimentos y energías renovables.

¿Cree que esta situación va a hacer que el distribuidor confíe más en su negocio, no vea espejismos fuera de él, invierta más y que vaya cimentando sólidamente su empresa de cara al futuro?

Desde el punto de vista financiero, los distribuidores de maquinaria agrícola suelen ser negocios sólidos. En un momento de crisis como el actual, el empresario luchador que mire con optimismo hacia delante afrontará inversiones que asegurarán y reforzarán su continuidad en el futuro, frente a los que adopten una aptitud negativa, rechazando cualquier inversión, que pueden llegar incluso a salir del mercado. Mi consejo a los concesionarios y distribuidores es que aprovechen este momento de crisis como un momento real de potencial de inversión y crecimiento. ■



Andrea Bedosti, junto al propietario de la compañía, Vitorio Carozza, y sus hijos Francesco y Aldo.