

PASCUAL GALINDO

Director General de Vogel & Noot España

La política de diversificación de producto seguida por Vogel & Noot en los últimos años, tanto a nivel de Grupo como en la filial española, facilitó que el año pasado obtuviera cifras récord. Ahora, está ampliando su presencia gracias a los nuevos productos que comercializa y al servicio posventa que ofrece. Pascual Galindo, responsable de la filial en España, se muestra optimista ante los nuevos retos del futuro.

“Estamos ampliando nuestro mercado gracias al servicio posventa”

JULIÁN MENDIETA

Tamarite de Litera (Huesca)

Cuál fue el planteamiento de Vogel & Noot en España? ¿A qué se debió el que quisiera venir a este país?

Nos remontamos a 1987. Vogel & Noot decidió expandirse como producto austriaco al resto de países europeos. Estableció filiales en diversos países como España y Francia, y empezó a abrirse de igual manera al resto de pa-

íses europeos. Realizó gestiones con fabricantes españoles, especialmente de arados (el 90% de la producción de Vogel & Noot en esa época era el arado), hasta que llegó a un acuerdo con la empresa Barber, en Tamarite de Litera (Huesca), para colaborar y crear una filial conjunta. Esa empresa se fundó aprovechando la sinergia, la red comercial y los contactos de Arados Barber. De esta manera se empezó la comercialización y distribución en el mercado nacional.

En aquella época, Barber, al margen de los arados, tenía también excavadoras, intercepas...

Sí, es cierto, pero canceló la producción cuando se hizo cargo de la nueva empresa. Barber disolvió su sociedad y su fábrica para coger directamente las riendas de la empresa creada. Entró como accionista y como gerente de esa sociedad y se dedicó en exclusiva a distribuir los productos importados de Vogel & Noot.

¿Cuándo se incorporó usted a Vogel Noot?

Entré al frente de la administración y de las finanzas de Vogel Noot España, S.A. en septiembre de 1990. Ésta, en sus primeros años, había tenido altibajos por lo que mi trabajo al principio se centró más que en ser el responsable financiero, en hacer un trabajo de control frente a la casa matriz en Austria.

La casa matriz ha pasado por distintos niveles de participaciones con otros socios. ¿Cómo ha sido esta evolución en los casi 20 años que lleva en la empresa?

Vogel & Noot, se fundó en el año 1872, creciendo año tras año, siendo sus inicios la maquinaria agrícola. Poco a poco fue desarrollando otras divisiones (radiadores de calefacción, envases, tecnología, fabricación de utillajes y de recambios)

La división agrícola creció no sólo con los arados, sino también con otros productos anexos y aprovechó la red comercial de la marca para ello. Adquirió la fábrica de Niemeyer de Alemania para incorporar una línea de máquinas para el forraje, con un desarrollo de trabajos en una estación distinta a las máquinas de trabajo de suelo; lo que suponía un complemento ideal. Amplió la distribución de arados con trituradoras, gradas rotativas y otras máquinas de trabajo de suelo.

En el año 2002 el holding se dividió y se separaron las distintas divisiones, tomando cada una caminos diferentes.

La compra de Niemeyer no salió como se preveía y se decidió vender al grupo alemán Ziegler. Concentrándonos a partir de esta fecha en máquinas para el trabajo de suelo, incorporando el lema *Soil Solutions*.

También se vendió el negocio agrícola.

En efecto. En 2003 la empresa alemana DMB, cuyo propietario es el Sr. Dieter Mengele, adquirió la totalidad de las acciones

de empresa. El nuevo propietario ha realizado desde entonces importantes inversiones en las plantas de producción existentes, adquirió la fabricación de sembradoras Mistral (ahora Vogel & Noot Seed Solutions), el año pasado se adquirió la división de pulverización de la empresa alemana Holder (ahora Vogel & Noot Spray Solutions), y se ha construido una nueva fábrica en Törökszentmiklos (Hungría) especializada en la fabricación de cultivadores y rodillos. Aunque mantenido la sede central en Wartberg (Austria), donde se encuentran la totalidad de los departamentos de desarrollo, recambios, ingeniería, marketing, administración...

De esta forma nos convertimos en una empresa global, ofreciendo un amplio abanico de productos, para cubrir las necesidades de los agricultores más exigentes, desde cualquier máquina de trabajo de suelo (arados, cultivadores, gradas, trituradoras..., pasando por una amplia gama de sembradoras mecánicas, neumáticas, siembra directa, siembra con mínimo laboreo... y combinando con el desarrollo en la línea de pulverizadores.

A todo este importante proceso, se ha incorporado como inversor estratégico, adquiriendo la totalidad de las acciones al anterior accionista DMB, a partir del 1 de enero de 2009, Agromash Holding, con sede en Holanda, perte-

neciente al importante grupo industrial CTP (Concern Tractor Plants) con más de 36 000 empleados en todo el mundo, con sede en Moscú.

¿Y mientras tanto, en España...?

Los primeros años nos centramos básicamente en el arado. Es un excelente producto, que se introducía con éxito en el mercado español, adaptándose a las necesidades del agricultor español. Ese fue el primer paso.

Más adelante, comenzamos una diversificación en la oferta, con la distribución de los tractores mono eje suizos Rapid, entramos en un segmento, además del agrícola, comunal y/o áreas verdes, dando un importante impulso a esté y a otros productos que se han ido añadiendo: (desbrozadoras especiales Humus (Alemania), rotoempacadoras de restos de podas y/o sarmientos (CAEB).

Asimismo, a posteriori, diversificamos como importadores de palas frontales Fauchaux (Francia), y toda la gama de remolques autocargadores y remolques mezcladores unifeed de Strautmann (Alemania).


¿La filial española tiene autonomía para comercializar productos ajenos a los que fabrica el Grupo?

Sí. Nuestro objetivo prioritario es potenciar Vogel & Noot y la dis-



tribución de nuestra ya amplia gama de máquinas, pero, aprovechando esas sinergias, debemos rentabilizar la filial en las mejores condiciones y posicionarnos en el mercado. Cuanta mayor oferta de productos tengamos, más y mejor servicio podemos ofrecer al nuestros clientes. Lógicamente todas estas decisiones siempre se toman con el consentimiento de la dirección de Austria.

Vogel & Noot se ha enfocado siempre mucho hacia Europa del Este, incluso en su accionariado cuenta con grupos de esa zona. ¿Está ayudando a la potenciación de la compañía?

 **ES IMPORTANTE
VENDER MÁQUINAS,
PERO HAY QUE OFRECER
UN BUEN SERVICIO
POSTERIOR Y ESCUCHAR
QUÉ NECESIDADES
TIENEN LOS CLIENTES**



Sin lugar a dudas. Nuestra sede central está en Centro Europa (Austria). No sólo hay mercado en Europa Occidental, hoy en día el mercado es global y debemos todas la empresas abrir horizontes. Si queremos crecer, el mercado de Europa occidental es nuestro pilar, la base, ya que se trata de un mercado maduro, estable, que requiere una alta tecnología, gran calidad de producto y un excelente servicio. En cambio, el mercado del Este es un mercado de gran crecimiento, aunque también de riesgo.

Los arados de Vogel & Noot tuvieron que competir con marcas emblemáticas para hacerse un hueco. ¿Qué revierte de aquella época?

Nuestros orígenes están en el arado y todavía ahora sigue siendo un producto muy importante para el Grupo, aunque con menor peso. Las redes de distribución fueron inicialmente creadas en base a la comercialización de arados, lo que ha supuesto una ventaja, ya que, a través de ellos, hemos canalizado el resto de productos. En sus inicios el 'peso' del arado en el negocio era del 90% y en estos momentos significa aproximadamente un 30%.

No obstante, sigue siendo el producto con el que el agricultor más nos identifica. Demostrar la calidad del arado nos ha ayudado mucho para demostrar que con el resto de productos mantenemos el mismo nivel de prestigio y calidad.

Pero el desarrollo no se debe sólo a la calidad del producto.

El servicio posventa es también muy importante. Sin él no hay una continuidad, ni futuro alguno. Es muy importante vender máquinas pero hay que ofrecer un servicio posterior y saber escuchar las necesidades de nuestros clientes. Toda esta comunicación se traslada a las fábricas para realizar las correspondientes mejoras y adaptaciones.



¿La central escucha los planteamientos que hace como responsable de la filial española, en cuanto a adecuaciones de producto para este mercado?

Sí. Llevo casi 20 años trabajando en esta compañía y desde siempre el diálogo ha sido constante. Cualquier recomendación, sea de la filial de España, o de otros países, se escucha y consensúa para hacer las adaptaciones y necesidades que cada país requiera. Por ejemplo, ahora estamos desarrollando una gama de sembradoras propias para la zona mediterránea, adaptadas a las demandas exigidas en estos mercados.

El mercado de la sembradora, ¿no es ya muy competido?

Sin lugar a dudas, pero es el complemento que necesitamos y nuestra fábrica *Seed Solutions* tiene ya una calidad demostrada en fabricación de sembradoras. El agricultor hasta ahora estaba muy satisfecho con nuestras máquinas de preparación de suelo; desde hace ya unos años y más en los próximos estamos creciendo en la gama de máquinas para siembra, y disponiendo en breve de modelos exclusivos para el mercado español. De esta forma el cliente satisfecho de la marca y el servicio Vogel & Noot, puede disponer de equipos para cubrir cualquier necesidad y/o demanda para realizar cualquier tipo de trabajo de preparación de suelo y siembra. Y, por supuesto, también pulverización *Spray Solutions*.



Aumentar la gama de productos supone también cambios en la distribución. ¿Cómo lo pueden hacer teniendo en cuenta las dificultades existentes para encontrar buenos 'aperistas'?

Tienes que demostrar que tu producto reúne condiciones y características mejores que tu competidor, y no es fácil. En muchas ocasiones, cuando a un distribuidor nuestro de máquinas de trabajo de suelo le ofrecemos otro tipo de máquinas, éste ya las comercializaba con otras marcas. No hay suficiente mercado o suficiente red de distribución para que los concesionarios tengan en exclusiva el 100% de nuestros productos. Lo que sí hacemos es volcarlos con el apoyo al agricultor y a nuestro distribuidor (con un trabajo diario y continuo), en contrapunto con otras empresas y/o filiales que se han dedicado al trabajo directo desde fábrica, limitándose a coordinar entregas y pedidos. Además, con nuestros propios medios realizamos entregas de máquinas, servicios, puestas en marcha de las mismas, ... un servicio añadido al distribuidor que otros muchos no hacen, y esto nos diferencia. Estamos ampliando nuestro mercado gracias al servicio posventa que somos capaces de ofrecer, porque los clientes a los que ayudas en los momentos difíciles, luego más te lo agradecen, y se sienten identificados con la marca, lo que para nosotros es muy importante y gratificante.

¿Cómo ha estado el mercado de aperos en el primer semestre del año?

Se vaticina que la caída a final de año será similar a la de los tractores, en torno a un 20-25%. Nos influye más la climatología y el nivel de precios de los productos del campo (cereal, leche, fruta, aceite...) que cualquier crisis financiera. Tenemos ejemplos como el sector lechero, que debido al precio del litro de leche en mínimos, todas las máquinas relacionadas con él se están viendo afectadas con caídas superiores al 50% con respecto al año 2008.

dero vive el día a día con su trabajo con los riesgos asumidos y, dado que las inversiones en maquinaria son para varios años, que garanticen su futuro y continuidad, se muestran cautos.

¿Lo ha acusado en exceso durante el primer semestre?

La diversificación y la ampliación de la gama de producto nos ha permitido que hasta junio, nuestras ventas no hayan caído y mantengan niveles similares al 2008.

A medio y largo plazo soy optimista y observo un gran futuro



EN ESPAÑA HEMOS DIVERSIFICADO NUESTRA OFERTA DE MÁQUINAS PARA AGRICULTURA, GANADERÍA Y ÁREAS VERDES, CON EL FIN DE PODER OFRECER PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD CON UN VALOR AÑADIDO



Hablamos de carros mezcladores, de remolques...

Nosotros en este segmento de mercado somos importadores de Strautmann (Alemania), una empresa líder en remolques autocargadores y unifeds (carros mezcladores), y lógicamente estamos viviendo este año la coyuntura del bajo nivel del precio de la leche al ganadero.

en la agricultura. Comer es una necesidad, la población mundial sigue creciendo y a medida que el poder adquisitivo mejora, quiere alimentarse más y mejor. Las necesidades de alimentos a nivel mundial aumentarán, lo cual nos beneficiará sin lugar a dudas.

A los aperistas, ¿les está ayudando el Plan Renove?

¿Y en otros sectores...?

La cosecha de cereal de este año (nuestro principal mercado) ha sido entre el 30-35% inferior al 2008. Los sectores hortícola y frutícola tienen sus altibajos, el de la aceituna lo está pasando francamente mal.

Pero no olvidemos que los sectores agrícola y ganadero dependen de otros factores, como la climatología, por lo que la situación global de desaceleración les afecta menos. El agricultor / gana-





Ayuda. Lógicamente la venta de aperos va muy unida a la venta de tractores, ya que nos necesitamos mutuamente. Y todo lo que ayude a vender más tractores nos beneficia.

De todos es sabido que al cambiar un tractor por otro de mayor potencia, surge la necesidad de la adquisición de unos aperos adecuados a la potencia del tractor nuevo.

Usted que está en contacto directo con el distribuidor pequeño y con el cliente final, ¿cómo observa que está influyendo la coyuntura actual con las presiones por parte de la banca de limitar los niveles dinerarios en circulación? ¿Todo esto no está creando una tendencia negativa?



Sin lugar a dudas. El agricultor, como cliente final, en el 90-95% de los casos tiene garantías para endeudarse sin ningún problema con un riesgo bancario mínimo. Pero, aún con esto, los bancos les están frenando los créditos, con lo cual se retraen.

De hecho, su situación no es distinta a la de hace 2-3 años. A él le influye más si llueve o no llueve, o las ayudas de Bruselas. Es más importante todo esto, que la coyuntura general. Aunque psicológicamente sí influye, ya que está bombardeado constantemente de noticias negativas sobre la crisis en televisión, prensa, radio ...

¿Qué le transmiten sus puntos de distribución?

Tenemos una red amplia y estable desde hace muchos años y estamos trabajando codo con codo con ella. Nosotros apoyamos igual a todos nuestros concesionarios, sean del tamaño que sean, porque todos tienen nombre y apellidos, son personas. Nuestro trato es directo. En este tiempo, nosotros también hemos pasado por momentos difíciles y ellos han estado cerca, así que en épocas difíciles como ahora les estamos ayudando. Al fin y al cabo es un negocio conjunto.

¿Puede que se estén 'pagando' ahora algunos excesos cometidos en el pasado con los beneficios procedentes del campo?

Durante muchos años se ha diversificado la actividad y algunos han invertido dinero procedente del negocio agrícola en inmuebles y otros negocios. Pero esto es un negocio globalizado en el que todos nos necesitamos: nosotros necesitamos a las redes de distribución y a los fabricantes, las redes de distribución necesitan a los agricultores y ganaderos, los agri-



AL AGRICULTOR LE INFLUYE MÁS SI LLUEVE O NO, O LAS AYUDAS DE BRUSELAS, QUE LA COYUNTURA GENERAL. DE HECHO, SU SITUACIÓN NO ES DISTINTA A LA DE HACE DOS O TRES AÑOS

cultores y ganaderos sin las redes de distribución que les vendan las máquinas y que les den servicio y apoyo no serían nada, y nosotros sin las redes de distribución no seríamos nada, es un compendio de sinergia y esfuerzo. Nos hemos apoyado en los momentos buenos y en los malos, debemos continuar así porque es la única base de futuro.

¿En qué forma puede afectar el futuro de la PAC en España?

Cuando el desacople llegue al 100%, cambiará la mentalidad del agricultor y, lógicamente, del distribuidor. Independientemente de lo que produzca o la rentabilidad que obtenga con lo que produzca, tendrá una cuota fija y podrá decidir cultivar o no. Ese es el primer paso y la primera duda. El paso siguiente debe ser que el agri-

cultor se profesionalice todavía más, como ya está sucediendo con las nuevas generaciones de agricultores y ganaderos, que probablemente busquen más rentabilidad en cultivos alternativos y procesos de trabajos simplificados. En la agricultura va a haber un cambio importante en ese sentido.

¿Cómo observan 2010 desde Vogel & Noot?

Partimos de un 2008 excelente, donde a nivel de Grupo se ha batido cifra récord y a nivel de España también. ¿Qué este año se produce un pequeño reajuste?, posiblemente. Mantendremos la base de nuevos productos, nuevas fábricas, nuevas incorporaciones. Se está valorando la adquisición de fábricas para ampliar la oferta y compensar esa caída de mercado con nuevas líneas de productos.

¿2010? Creo que será un año de recuperación, pero en el peor de los casos lo veo igual que 2009. El agricultor, que es ajeno a toda esta coyuntura internacional, verá que después de todas las crisis financieras él sigue ahí, porque sus verdaderos problemas y lo que realmente le afecta año tras año, cosecha tras cosecha, es la climatología y el nivel de precios de lo que produce.

Una de las zonas que más parece sufrir en España es el sur. ¿Cómo les afecta a ustedes?

Tenemos distribuidores en la zona sur que están funcionando bien. El sur tiene su idiosincrasia, sus características propias, aunque habría que definir qué se entiende por Sur. Lo que es claro es que es distinto y la forma de trabajar la tierra también es diferente. Además, hay una gran cantidad de fabricantes, con productos



muy específicos y muy adaptados para su zona y es difícil entrar en esos nichos de mercado.

Plan de crecimiento

Hace unos meses, los activos de Vogel & Noot fueron comprados por AgromashHolding, un grupo de inversión cuyo propietario final es el Grupo CTP (Concern Tractor Plants), con sede en Moscú, que tiene distintas divisiones.

Las más importante es Obras Públicas, donde es uno de los tres productores más importantes del mundo. Otras divisiones son Acería y Fabricación de Piezas y Vagones para Trenes o la Militar, que fabrica tanques y herramienta militar.

El negocio agrícola lo canaliza a través de AgromashHolding, que opera en más de 30 países fuera de Europa y es líder en los países del Este europeo y Asia en fabricación de cosechadoras y tractores. Según Pascual Galindo tienen un compromiso claro con este sector. "Crean en el futuro de la

maquinaria agrícola a nivel mundial y consideran que Vogel & Noot les supone un buen posicionamiento estratégico en todos los países europeos".

Para el Grupo Vogel & Noot, esta incorporación "es el mejor condicionante



para poder continuar con el ritmo de crecimiento llevado a cabo los últimos años. Lo importante es que el Grupo Vogel & Noot continúa trabajando como una empresa totalmente independiente".

Están previstas adquisiciones, compras y proyección de nuevas fábricas, "para lograr el abanico amplio de ser líderes en aperos de suelo y maquinaria agrícola a nivel mundial", explica el directivo. "Están muy posicionados en maquinaria forestal y para obtención de biomasa".

En 2008, el volumen de negocios del Grupo Vogel & Noot aumentó más de un 42%, alcanzando los 82 millones de euros. "La dirección actual, junto con el Sr. Dieter Menzele en persona seguirán de la misma manera que hasta ahora, dando continuidad al buen desarrollo llevado a cabo durante los últimos

ejercicios. Pero contamos con el apoyo económico para realizar un plan de crecimiento a 10-15 años, y con el apoyo de tener detrás un Grupo con 36 000 empleados y con una capacidad financiera importante", afirma Galindo. ■