

ANDREAS KLAUSER, *Consejero Delegado y Presidente de Case IH*

“Existe un interés creciente en las nuevas tecnologías que podemos ofrecer”

En diciembre de 2009, el austriaco Andreas Klauser (44 años), se convirtió en Presidente y Director General de Case IH, un cargo con el que asume la responsabilidad absoluta en todo el mundo de las marcas Case IH y Steyr.



¿Cómo transcurre para Case IH el mercado europeo este año y hasta ahora en el 2011?

Gracias a la renovación de la gama de producto en los segmentos de tractores y tecnología para recolección de máxima calidad, esperamos seguir creciendo en todo el mundo en los próximos años. En los mercados europeos esperamos un mayor crecimiento en nuestra cuota de mercado para 2010. Este desarrollo será apoyado por una fuerte expansión de la red de distribución europea, conceptos innovadores en materia de servicio posventa y suministro de recambios, así como una moderna gama de atractivos ser-

vicios financieros para los clientes de Case IH. Los mercados que mejores perspectivas de crecimiento a corto plazo ofrecen para Case IH son América del Norte y Brasil. Estas áreas serán los principales actores gracias al aumento de la producción de bioetanol y también a los proyectos que están bajo control estatal.

Los agricultores de toda Europa quieren ser más eficientes y están modernizando sus equipamientos. Existe un interés creciente en las nuevas tecnologías que podemos ofrecer. Esperamos incrementar el volumen de negocios entre un 3 y un 5% el próximo año. Algunos mercados, co-

mo España, que era muy débil al inicio del año, están volviendo a crecer ahora. Los mercados de Europa del Este –como Bulgaria– que gozaba de un auge reciente, se va a retrasar, mientras que Rumania,



que es muy lento en este momento, experimentará un repunte como resultado de la adhesión a la UE. El escenario de desarrollo en Europa es un cajón de sastre, aunque en general esperamos un crecimiento gradual. Nuestro objetivo es ser un potente 'número tres' en el mercado de tractores europeo. Con el fin de responder a las expectativas de alta calidad de nuestros clientes europeos, nuestro propósito es reforzar nuestra posición en nuestro punto de fabricación en St. Valentin (Austria).

Europa es un mercado complicado. No podemos olvidar que el Norte tiene unas condiciones específicas, muy diferentes a las que presentan el Este y el Sur. Cuando Case IH desarrolla un producto, ¿se hace con una idea global o pensando según qué tipo de máquinas exige un cliente concreto?

Nuestro Centro Europeo de Ingeniería conoce las necesidades específicas del cliente en los diferentes mercados para garantizar la más alta calidad y el mejor rendimiento del producto en su categoría. Ofrecemos al cliente productos específicos, como por ejemplo los tractores 'especiales' Quantum V / N / F dirigidos a mercados como Francia o España. En la fábrica de San Valentin tenemos un equipo que adapta tractores agrícolas para aplicaciones no agrícolas, como tareas forestales o ayuntamientos.

¿Qué producto de la gama actual de Case IH favorece más

la consolidación y la expansión de la marca en el mercado?

La serie Puma, que permitirá una expansión muy importante en el segmento de potencia de 130 a 230 CV, con diferentes tipos de configuración: Powershift, semi-Powershift y la avanzada transmisión continua.

En la situación actual, ¿cómo son las ventas en el 'viejo continente' y cuál es la predicción para el futuro con los 'nuevos' mercados de Rusia, India y China? ¿Qué pueden aportar a Case IH? ¿Qué procesos de fabricación se seguirán para estos mercados?

Case IH tiene una larga tradición como uno de los mayores fabricantes de maquinaria agrícola en el mundo. Es 'número uno' en cosechadoras en EEUU y uno de los líderes en tractores, así como en empacadoras, cosechadoras de algodón y de caña de azúcar. La compañía genera unas ventas de casi 4 000 millones de euros al año y tiene 15 fábricas. La División Agrícola de Fiat está situada mejor que sus competidores. Empezamos a reducir la producción en marzo del año pasado, porque hemos aprendido de la crisis que ha sufrido nuestra división de maquinaria de construcción. El mercado global en Europa se ha reducido en casi un 20%, por lo que la producción se ha ajustado en esta línea.

En Norteamérica el negocio va muy bien. La producción está al mismo nivel que en 2008. En Europa del Este, Polonia lo está haciendo excepcionalmente bien,

Profundo conocedor de los mercados de Europa del Este

Su trayectoria en la compañía comenzó hace casi 20 años, como responsable de Exportación de los tractores Steyr en Italia y el Este de Europa. Como Director de Negocio en Europa del Este para Case IH y Steyr, reestructuró la distribución en esta 'región'. También fue Director de Negocio en Europa Central para Case IH, New Holland y Steyr, así como Director de Ventas y Marketing en Polonia, donde obtuvo un gran éxito. A principios de 2006 asumió este mismo cargo para el mercado austriaco. Desde noviembre de 2006, Andreas Klausner ha trabajado como Vicepresidente y Manager General de Case IH y Steyr, liderando el desarrollo de ambas marcas en Europa. Sus proyectos más importantes han sido la expansión de la red de ventas en el 'viejo continente' y la implementación de una nueva estructura de negocio y ventas con la centralización del equipo directivo en St. Valentin (Austria). Entre los retos que asume con este nuevo cargo destacan el diseño de una estrategia clara que pasa por el desarrollo de nuevos productos, el refuerzo de la distribución y la ampliación del servicio posventa.





mientras que los Estados del Báltico han disminuido drásticamente debido a la fuerte influencia de los créditos extranjeros. Rusia también está pasando por un momento muy difícil. En Brasil seguimos vendiendo un gran número de cosechadoras para caña de azúcar.

Con la nueva gama de tractores de alta potencia presentada en Praga, se aprecia que Case IH no para de innovar en este segmento. ¿Significa esto que la única apuesta de futuro

de la marca se dirige a la alta potencia? (aparte de la gama de 'especiales').

Debido a los requisitos de homologación general (Tier 4A) nos hemos centrado en la actualización de todos los modelos superiores a los 130 CV y en el desarrollo de una nueva tecnología de motores (EfficientPower). Esto incluye el sistema SCR (reducción catalítica selectiva), que ofrece motores con nuevas emisiones nocivas con un menor consumo de combustible y un mejor rendimiento.

En Europa, los países del Sur han sufrido caídas mayores que los del norte. ¿Cómo están los mercados de España y Portugal? ¿Hay alguna idea o innovación en el futuro para aumentar las ventas en estos dos países?

Las condiciones generales no han sido fáciles en los dos últimos años, con un fuerte impacto de la crisis financiera y una ca-

ída constante de la industria prevista de hasta las 15 700 unidades en 2010. Con la actual recuperación de los precios de los productos agrícolas y las perspectivas más positivas para el negocio, esperamos una cierta recuperación de la industria en los próximos meses y años en España y Portugal.

Para Case IH, estos dos mercados son clave y hemos invertido mucho en nuestra distribución para desarrollar la marca y la gestión, para alcanzar un crecimiento de nuestra participación en tractores durante los tres últimos años. Ahora estamos extendiendo nuestra presencia al negocio de las cosechadoras con una nueva generación de modelos Axial-Flow en la que hemos hecho un desarrollo específico para atender las necesidades españolas. Acaba de finalizar con éxito nuestra segunda campaña de ventas de este tipo de cosechadoras en España. ■



AMAZONE

CALIDAD Y TECNOLOGÍA ALEMANA

Nº 1 MUNDIAL



DELTACINCO 
IMPORTADOR EXCLUSIVO PARA ESPAÑA

Teléfono 979 728 450
www.deltacinco.es

