

John Deere Ibérica afronta con ilusión la campaña 2011 después de cerrar el pasado ejercicio con los segundos mejores resultados de su historia a nivel global

SÍMBOLO DE ENTUSIASMO

Simbolizar el entusiasmo con el que John Deere afronta los cambios que se están viviendo en los últimos tiempos. Con este objetivo, expuesto por su Consejero Delegado, Germán Martínez, convocó John Deere Ibérica a la prensa, el pasado 14 de diciembre, en su Centro Integral de Formación y Marketing de Parla.



José Carlos Herráez, Francisco Agúndez y Germán Martínez, directivos de John Deere Ibérica, durante la cita con la prensa el pasado 14 de diciembre en la sede de la empresa en Parla.

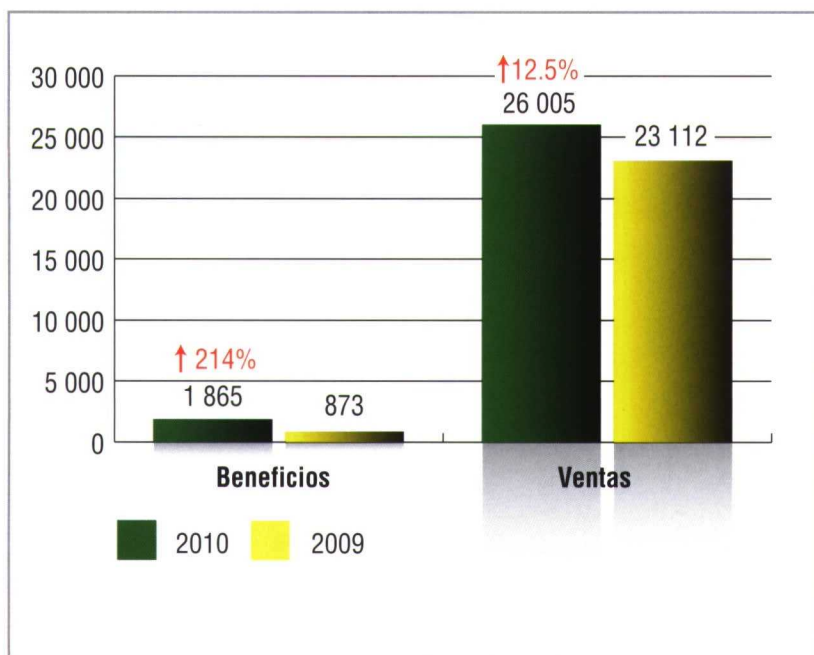
ÁNGEL PÉREZ
Parla (Madrid)

La jornada fue una representación del optimismo que invade a la compañía, confirmado por los resultados económicos correspondientes al

último ejercicio fiscal, cerrado el 31 de octubre de 2010. "El segundo mejor en la historia de Deere & Company", destacó Germán Martínez, con unas ventas que superaron los 26 000 millones de dólares y un beneficio que aumentó un 214% respecto al año anterior.

Las inversiones en 2010 fueron del 7.9% en ventas de equipos, del 3.4% en capital (802 millones \$) y del 4.5% en I+D (1 050 millones \$), lo que equivale a unos 4.5 millones \$ por cada día laborable.

En cuanto a la filial ibérica, pendientes de conocer los números definitivos, avanzaron que el volumen de ventas en 2010 ha aumentado un 23%, con un incremento del 18.6% en la venta de maquinaria y de un 24.6% en la exportación de componentes. Este último capítulo gracias al buen comportamiento de la fábrica de Getafe, que presenta muy buenas perspectivas para el próximo año, según dijo el directivo.



En un contexto "muy negativo" como es el que está atravesando el mercado español, la Red de Concesionarios de John Deere Ibérica consiguió un aumento de las ventas del 12.2% lo que permite "estar en beneficios": "Los cambios afrontados en 2006 nos dejan en una posición muy ventajosa," señaló Germán Martínez. Ese año comenzó un proceso de reestructuración del tejido distributivo que ha supuesto una importante reducción del número de concesionarios, consiguiendo así mayor nivel de profesionalización y una gran capacidad de atención al cliente.

El Gerente de Marketing, Francisco Agúndez, anunció también que la penetración de la marca en España aumentó un 2.8% el último año, gracias, sobre todo, a la introducción de la Plataforma 5000, que ha permitido reforzar su presencia en un nicho de mercado muy importante, a la fortaleza de la red de ventas y a las posibilidades que ofrece John Deere Credit. "Somos la única compañía del sector que tiene su propia financiera y esto, en los tiempos actuales, es un factor decisivo," afirmó Agúndez.

■ Oportunidad EGR

Dado que el 1 de enero entró en vigor en la UE la normativa de emisiones IIIB (Interim Tier 4 en Estados Unidos), las dos soluciones tecnológicas introducidas en el mercado fueron también objeto de análisis durante la jornada en Parla.

John Deere ha optado por la conocida con las siglas EGR (recirculación de los gases de escape), que incluye un filtro de escape (EF). "Es una solución sencilla, probada y eficiente," advirtió el Gerente de Marketing. "Es una tecnología que supone una mayor inversión, pero su uso es más sencillo," coligió Germán Martínez. "En estos momentos no sabemos si la elección de una solución u otra es un factor decisivo en la com-

pra de una máquina, pero sí hemos observado que se está produciendo un rechazo por parte de algunos agricultores hacia la otra tecnología (SCR), ya que hay que reponer un fluido adicional y adap-

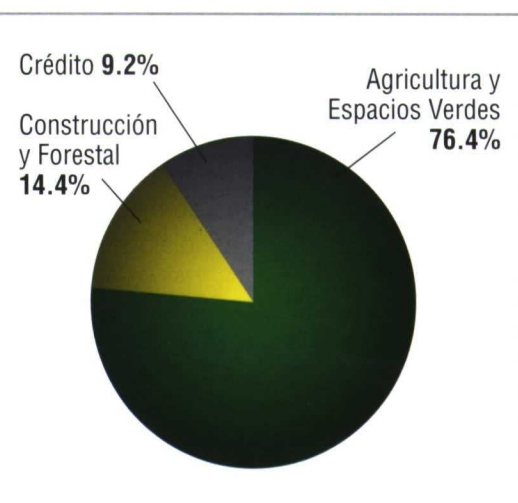
Perspectivas en el sector del riego

Una de las divisiones que está cobrando una importancia creciente dentro de la compañía es John Deere Water, una de las referencias del sector del riego a escala internacional, con presencia en más de un centenar de países. Incluye las sociedades Plastro Irrigation Systems y T-Systems International, adquiridas en 2008, y Roberts Irrigation Products, en 2006. El máximo responsable para la Región 2 es el español Germán Martos, que precisamente tiene su oficina en las instalaciones de Parla. De momento, esta división no ha llegado a España y en John Deere Ibérica se encuentran analizando las sinergias entre las redes de distribución para valorar las posibilidades de negocio que pueden abrirse en el futuro.

Línea 'verde'

Aunque a nivel global la compañía englobó recientemente en una misma división los negocios agrícola y de espacios verdes (Turf), en España la diferenciación es clara. De hecho, las redes de distribución son independientes, e incluso hay una para jardinería particular y profesional y otra diferente para mantenimiento de campos de golf, incluida la línea de riego específica. La primera cuenta con 27 concesionarios y 90 puntos de venta. El objetivo de la empresa, según dijo el responsable de este área, José María Campo, es llegar a los 125 puntos de venta en 2011.

VENTAS NETAS Y BENEFICIOS 2010

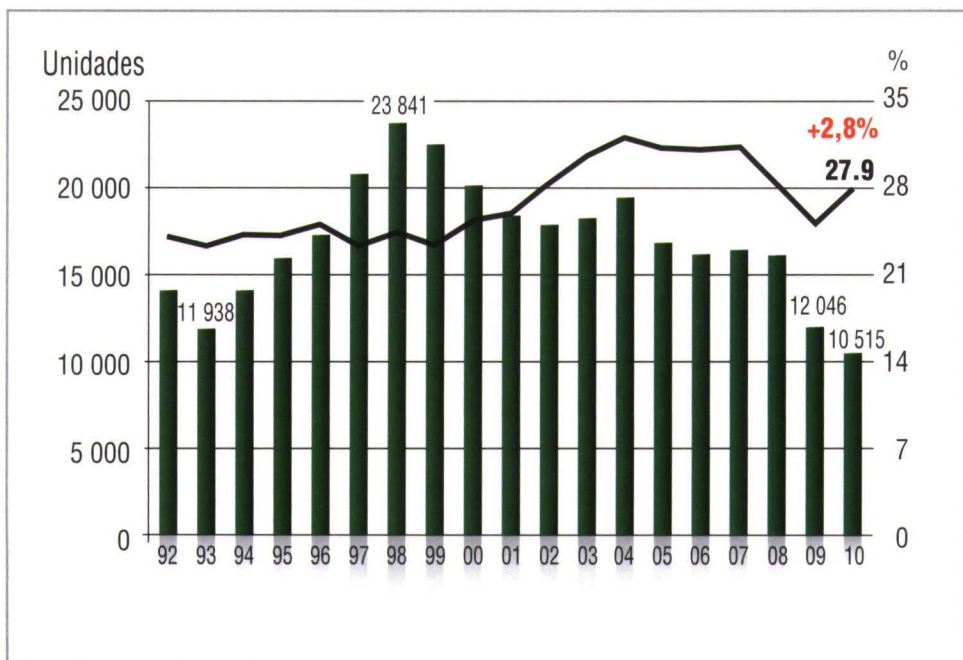


John Deere Credit, un apoyo decisivo

Conseguir financiación en un momento como el actual no es sencillo. Son muchas las entidades y los profesionales que acuden sin éxito a las entidades bancarias. Incluso en el sector agrícola, donde el nivel de morosidad es notablemente menor al de otros sectores, resulta muchas veces más que complicado conseguir un crédito.

John Deere es la única compañía de este sector que tiene su propia financiera, que en el pasado ejercicio aceptó más del 96% de las solicitudes presentadas. "Somos muy flexibles y agotamos todas las posibilidades a nuestro alcance para tratar de aceptar todas las peticiones", explicó Federico Fitch, Director General de John Deere Credit en España y Portugal.

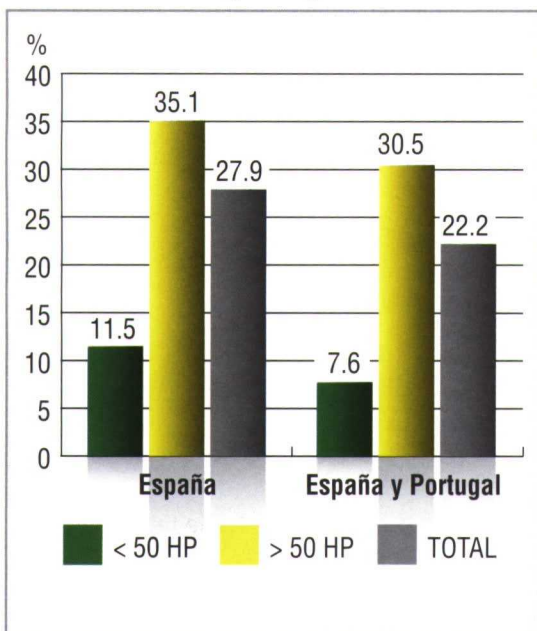
TOTAL MERCADO DE TRACTORES Y % JOHN DEERE



“La red más preparada para el futuro”

John Deere Ibérica ha afrontado un profundo proceso de reestructuración de su Red de Concesionarios en la Península Ibérica. De los 106 con que contaba en 2005 ha pasado a los 56 actuales, con un total de 160 instalaciones, la mayoría de ellas renovadas en los cinco últimos años para adaptarlas a los estándares que exige la marca. *“Tenemos la red más preparada para el futuro”*, afirmó el responsable del área, Enrique Gómez.

TRACTORES ESPAÑA Y PORTUGAL (AF'10)



tar la logística, pudiéndose producir alguna confusión entre los dos líquidos.”

John Deere ya utiliza la tecnología EGR en los motores Power-Tech Plus, en fase IIIA y afirma que la combustión a menor temperatura asegura la fiabilidad y la eficiencia de combustible es de casi un 8% sobre la media de sus competidores.

Además, los directivos destacaron la ventaja que supone el hecho de contar con la misma tecnología en todas las máquinas de su catálogo, lo que facilita al cliente la gestión de su flota y al concesionario la preparación de sus mecánicos y vendedores.



La nueva serie 6D llega con una oferta especial en el modelo 6100D: 30 500 €.

“La mayor oferta del mercado”

Los 83 modelos de tractores incluidos en su catálogo permiten a John Deere contar con *“la mayor oferta del mercado”*, en palabras de Germán Martínez. La última incorporación ha sido la serie 6D, que viene a cubrir el ‘espacio’ entre la serie 6030 y los 5M. Como ya publicamos en nuestro anterior número de Noviembre (pág. 79), comprende tres modelos de 99 a 130 CV, producidos en la fábrica de Sotillo (México).

Félix Gómez, Director de Producto para Cosechadoras, Pulverizadores, Atomizadores, Cañones y Picadoras de Forraje.



“La historia de un compromiso”

El pasado 16 de diciembre de 2010 se cumplió un año desde que el Presidente del Congreso de los Diputados, José Bono, cortara la cinta inaugural del Centro Integral de Formación y Marketing, nueva sede de la Unidad Comercial de John Deere Ibérica.

Para celebrarlo, la compañía ha editado un libro en formato de lujo que bajo el título “La historia de un compromiso”, recoge el proceso seguido desde el momento del nacimiento de la idea para llevar a cabo el proyecto, una explicación detallada de cómo fue su ejecución, así como el día a día del equipo humano en sus nuevos puestos de trabajo, recogiendo testimonios de empleados, concesionarios y clientes, así como de números documentos gráficos.

En su prólogo, Germán Martínez, Consejero Delegado y Director General de John Deere Ibérica S.A., destaca el significado del Centro como ejemplo del compromiso de John Deere con el progreso de la agricultura y su deseo de servir más y mejor a la mejora de la calidad de vida de los agricultores y ganaderos de España y Portugal.



Germán Martínez,
Consejero Delegado de
John Deere Ibérica.

Último y primero

No podía faltar en una reunión de este tipo un pronóstico para el próximo año por parte del máximo responsable de John Deere Ibérica. “El país está muy mal. Hay una gran incertidumbre y el crédito sigue muy restringido”, explicó Germán Martínez. “Pero soy optimista con el sector agrícola y al igual que fue el último en entrar en crisis, será el primero en salir de ella”, agregó.

En ese mismo reportaje publicamos también la otra gran novedad de producto, que se introduce al mercado bajo la nueva marca Frontier. Se trata de una gama de pulverizadores para cultivos mediterráneos que de momento abarca atomizadores, nebulizado-

res arrastrados y cañones suspendidos.

Con la ‘estrategia Frontier’, John Deere busca expandir la oferta de productos exclusiva para sus concesionarios, con especificaciones adaptadas a las necesidades de cada mercado. El capítulo de

novedades se completó con los lanzamientos en la división AMS (agricultura de precisión): el monitor GS3 2630, el receptor SF3000, un paquete de actualización para gestión de flotas (JDLink) y el sistema iGrade para nivelación de terrenos. ■



50 km/h

John Deere ha comenzado a adaptar sus tractores para que puedan circular a una velocidad de hasta 50 km/h, de acuerdo con la nueva legislación aprobada en España. El Director de Producto Rubén Abajo anunció que todos los tractores de la marca a partir de 125 CV ya han comenzado a incorporar modificaciones (neumáticos, sistema de frenado en el eje delantero, etc.) para poder beneficiarse de la norma.