

Directivos de las principales multinacionales confían en mejorar este año los históricos registros de 2008 en el Cono Sur

LA GRAN COSECHA

Las perspectivas en los principales mercados agrícolas del Cono Sur son extraordinarias. Se esperan cosechas récord en soja, maíz... Los fabricantes se han visto desbordados y no dan abasto para atender la enorme demanda de equipos. Sus previsiones son mejorar los históricos resultados obtenidos en 2008.

AGRIWORLD®

Brasil, el quinto país tanto en territorio como en número de habitantes a nivel mundial, se presenta en la actualidad como uno de los mercados con más posibilidades de crecimiento para el sector de la maquinaria agrícola debido, en gran parte, al bajo nivel de meca-

nización que presenta la mayoría de sus explotaciones.

A pesar de las dificultades encontradas en 2009 por la crisis financiera mundial, los principales fabricantes de tractores salvaron con éxito el ejercicio y auguran buenos resultados para el año en curso, ayudados por las políticas gubernamentales que, desde el año pasado, incentivan

la compra de algunos de sus productos.

Con unas previsiones bastante optimistas para 2010, responsables de algunas de las marcas más importantes comentan las características del mercado agrícola brasileño, los objetivos y las expectativas para la próxima campaña, además de algunas estrategias de futuro en sus respectivos negocios.



FRANCESCO PALLARO

Director de Ventas de New Holland para América Latina

“En Brasil tenemos cierta ventaja porque contamos con una generación muy joven de mecánicos”

Mecanización: En Brasil hay cuatro millones y medio de propiedades agrícolas, de las que sólo medio millón son realmente productivas. Los otros cuatro millones son explotaciones de entre 20 y 40 ha y la gran mayoría no están mecanizadas y no pueden empezar con la tecnología más alta, sino con un tractor de 50 CV. Esa es la razón por la que el mercado de tractores en Brasil debería ser mucho más elevado. Hasta hace dos años, la media de las ventas de tractores estaba entre 25 000 y 30 000 unidades anuales. En los últimos dos años pasamos a las 40 000-45 000 unidades, coincidiendo justamente con los ‘Programas Sociales de Mejora de la Mecanización de la Agricultura Familiar’.

Formación: En Brasil tenemos cierta ventaja con respecto a otros mercados porque contamos con una generación muy joven de mecánicos. Nuestros nuevos mecánicos entienden la electrónica fácilmente. Ya no tienen que llevar una llave o un martillo, lo que necesitan es un ordenador. Tenemos que motivarlos con cursos, formación adecuada a su perfil. Lo difícil es preparar a un mecánico tradicional (que tenga ya unos 50 años), con ordenadores y tecnología actual. Nuestra preocupación es evolucionarlos conforme a la nueva generación.

Financiación: Está claro que cuando uno tiene un brazo financiero volcado exclusivamente a financiar sus productos, es una ventaja.

Perspectivas: En Europa se desconoce el mercado de Brasil. Aquí pensamos que en Europa el



mercado es más sólido. Una demostración de esto es que la crisis entró en todo el mundo en septiembre-octubre del año 2008, aunque en nuestro sector no se vio hasta mitad de año. En Brasil el sistema es distinto. El 2 de noviembre ya cerramos el ejercicio. Nuestra agricultura no tiene seguro y no se sabe si va a cobrar financiación. Tenemos un modelo antiguo que tiene que ser renovado y no se cuánto tiempo demoraremos para hacerlo.

Ferias: La tendencia actual en Brasil es crear en cada lugar una feria, pensando en que va a reportar a la región beneficios y crecimiento. Más tarde nos llegará la necesidad de organizarlas, como ocurrió en Europa, con una periodicidad y calendarios para definir cuáles son las que realmente tienen que sobrevivir. En el año 2000 tuvimos tendencia al crecimiento. Luego hubo una racionalización, y finalmente creo que tendrá que

estabilizarse el panorama, para tener matices que indiquen dónde se tiene que apostar. No somos maduros todavía como para decir cuántas ferias debe haber. Falta bastante para definir un circuito como en Europa. Necesitamos ser más maduros y estabilizarnos para llegar a eso.

Pronóstico: El mercado en 2010 será incluso mejor que en 2008, año récord. La diferencia estará en que 2008 también batió récord en los resultados de exportación, mientras que este año creemos que alcanzaremos resultados récord sólo en Brasil, aunque pensamos que pueden ser hasta superiores a los de 2008. Sin embargo, no perderemos volumen de la exportación, porque, aunque no somos competitivos, otros mercados de América Latina no habrán reaccionado todavía. Tenemos un moderado optimismo en su conjunto, tanto a nivel interno como externo.

ANDRÉ CARIOBA*Vicepresidente Senior del Grupo AGCO para América Latina***“Brasil es el ‘gigante’, pero también es importante dedicarse a otros mercados”**

Moneda: El real está sobrevalorado, con un cambio alto, lo que nos obliga a mirar otras oportunidades en el mundo.

Capacitación: Nuestros concesionarios ven un mercado bastante bueno y fuerte para el año 2010. Son positivos aunque con realismo. La red tiene que seguir mejorando, porque tenemos miembros altamente profesionales, pero también algunos que necesitan invertir en el negocio, adecuar sus concesiones, y no me refiero a la parte estética, que también es importante, sino al servicio posventa, al repuesto, al taller, a la capacidad financiera, al servicio que dan en el campo. Muchas de las máquinas no se reparan en el taller del concesionario, sino en el campo para dar mayor agilidad y dedicación al cliente. Donde el negocio está yendo mejor es, normalmente, donde hay personas que entienden la relevancia de este servicio al cliente.

Próximos años: Al país le ha ido bien en un periodo razonable de años. Creo que los políticos, sean del partido que sean, se han dado cuenta de esto, y habrá cierta continuidad con la política. Sea con el partido actual o con el adversario, es posible que haya algunos retoques, pero el rumbo general creo que será una prolongación de lo que está aconteciendo. No obstante, hay mucho por hacer, por ejemplo en infraestructuras. Van a ayudar mucho al país dos grandes eventos mundiales que se van a celebrar: la Copa del Mundo de Fútbol, y los Juegos Olímpicos. Se van a celebrar, por primera vez en América Latina y, más en concre-



to, en Brasil, en dos años consecutivos. Esto debería dar un gran empuje. Es bueno y necesario mejorar carreteras, aeropuertos, puertos, etc. Faltan ferrocarriles... y creo que hay que invertir con rapidez porque 2014 está a la vuelta de la esquina. Hay que ser más rápidos y ese sentido de urgencia no sé si ha sido captado aún por todos.

Pronóstico: El Grupo AGCO, en el mundo, prevé mantenerse estable respecto a su facturación en 2009. En América del Sur, principalmente en Brasil, los primeros dos meses han mostrado bastante fuerza, con resultados superiores a los del año pasado, por lo que podría ser un año similar a 2008, que fue muy bueno. En Brasil se depende mucho de la política de incentivos, su herramienta de financiación para la ma-

quinaria agrícola. Actualmente existe el programa *Mais Alimentos* y otra herramienta que vale para todo tipo de maquinaria, con una financiación del 4.5% al año, lo que para Brasil es algo maravilloso. Este programa se extiende oficialmente hasta el 30 de junio. Como las elecciones serán en octubre, por lo menos hasta entonces debería continuar. Con esas herramientas estimamos que tendremos un año bastante positivo para Brasil.

Exportaciones: Hay mercados que son más pequeños que Brasil pero que también requieren nuestra atención porque, a veces, necesitan un determinado producto que, con unos pequeños ajustes, podemos ofrecerles. Brasil es el ‘gigante’, pero es importante también dedicarse a estos otros mercados.

FABIO PILTCHER,*Director de Marketing del Grupo AGCO para Brasil y América Latina*

Perspectivas: Europa no tiene mucho que ver con Brasil por varias razones. La tecnología en Brasil tiene que estar volcada a un producto adecuado. Nos gusta la fiabilidad, sencillez y beneficio, pero estamos en niveles muy distintos. Nuestro mercado sigue necesitando tractores robustos, pero también hay nichos y espacio para ofertar tecnología más avanzada. No obstante, no hay un paralelo con Europa. Aquí no se compra un tractor para cada aplicación, un tractor se usa para varias cosas, mientras que en Europa hay usos distintos para los tractores.

Financiación: AGCO Finance tiene una penetración en nuestras ventas muy significativa. Trabajamos con otros agentes financiadores también, pero el conocimiento de nuestros concesionarios, el análisis del crédito que AGCO Finance tiene, no lo ofrecen otros bancos. Nos da una ventaja competitiva en el tema de financiación de maquinaria agrícola.

Exportaciones: Se puede exportar todo lo que uno quiera pero, hoy por hoy, el tipo de cambio no está favorable. Estamos tornándonos en un país caro. Quitando el tema cambio, que podrá oscilar, también hay que tener en cuenta el tema de dimensiones. Se pueden exportar, y de hecho exportamos, cosechadoras, pero la lógica de maquinaria de gran porte debe estar más en los mercados próximos que propiamente moverlas de un continente a otro. Pero mientras la ecuación financiera económica dé positiva, se hará. Nosotros no producimos cosechadoras de algodón ni de caña, pero la cosechadora de grano es un ejemplo similar y se puede utilizar.



“Debería ser un año similar a 2009 en tractores y mejor en cosechadoras”

Capacitación: Estamos trabajando en la mejora de la capacitación de la red. No es un cambio simple ni sencillo de hacer, porque tenemos una mano de obra todavía volcada a la antigua. La tecnología y la electrónica no pueden transformar las cosas en más complicadas, al revés. Un piloto automático no es complicado. Quizá la gente puede llegar a tener miedos, recelos por el tema de las averías... Hoy estamos introduciendo la EDT. Este maleficio trae informaciones que no se podían tener antes. Hay pros y contras en todo ese proceso. Hay que tenerlo en cuenta y hay que capacitar a lo técnicos. Veo que es un proceso que está avanzando y me parece que lo hace bien.

Pronóstico: En Brasil será un año similar a los niveles de 2009. Puede que algo más bajo

en ventas. En cosechadoras, en concreto, tenemos una visión positiva. Pensamos que la industria podría subir un 10-15%. Dentro de una evolución que no traiga tragedias climáticas, cambiantes o gubernamentales, debería ser un año similar a 2009 para tractores y mejor para cosechadoras. La siembra tiene altos y bajos más dramáticos que los tractores y las cosechadoras. Ahí no me arriesgaría mucho a hacer pronósticos. No obstante, debería ser una evolución similar a tractores y cosechadoras.

Ferías: Quizá hay demasiadas, pero es también una forma de que las comunidades y determinadas regiones colaboren en promocionar un negocio, para Brasil y para sus comunidades, fundamental: el agronegocio.

PAULO RENATO HERMANN
Director de Marketing de John Deere América Latina



plia del mercado. Ahora nos toca trabajar la red de distribuidores. Queremos estar más cerca de los agricultores de lo que jamás estuvimos. En cuanto a la cualificación, tenemos cinco centros de formación en Brasil y el año pasado aumentamos el sistema de formación. Para nosotros es fundamental que nuestros concesionarios conozcan el producto, su manejo y mantenimiento.

Tecnología: Es impresionante la velocidad de adopción de la tecnología por satélite. El operador maneja la máquina de la manera más sencilla. Es una cuestión de mejora en cuanto al uso del equipo. La necesidad de reducir

“La caña de azúcar y la ganadería son mercados que están empezando a desarrollarse y ofrecen oportunidades”

Oportunidades: Dentro del mercado brasileño tenemos grandes oportunidades con la caña de azúcar. Es un gran mercado que está empezando a desarrollarse. La mecanización es muy simple. Hay muchas cosas por hacer. La ganadería en Brasil también es un mercado con muchas oportunidades. Y, por supuesto, el grano. Pero también hay mercados fuera de Brasil, que suponen nuestro segundo reto. Por un lado, miramos el mercado brasileño e intentamos construir una estrategia que atienda los diferentes nichos y, por otro, estudiamos los mercados de exportación que son importantes, como Venezuela, Paraguay, Argentina... A éstos también les ofrecemos un producto adecuado a las características que demandan. Esa es un poco la estrategia: mercado interno diversificado y mercado ex-

terno para compensar cuando el mercado interno no va bien.

Moneda: En un país como Brasil, la moneda es un punto de discusión: durante un tiempo puede estar muy fuerte, después baja... Como estrategia intentamos hacer que la balanza de importación y exportación sea más o menos equivalente. Hoy, más o menos, importamos el 30% de componentes y exportamos alrededor del 20% de nuestra producción. Al final estamos equilibrados.

Distribución: Es una estrategia básica. Tenemos tres plantas en Brasil con gran capacidad, que aún no han llegado a su límite y que tienen posibilidad de expansión y de ampliarse por módulos. La gama de productos que tendremos este año va a ser la más am-

costes de producción está permitiendo que esta tecnología entre con un grado muy grande. Es el futuro y es donde John Deere puede construir su liderazgo en Brasil. Nuestra fuerza radica en que nuestros equipos son más 'inteligentes'.

Pronóstico: Las previsiones con las cuales trabajamos actualmente son tener un 2010 mejor que 2009, aunque por debajo de 2008, es decir, un año intermedio. Tenemos algunos mercados, como el brasileño, que registrará aumentos, pero mercados importantes como Argentina que reaccionarán a partir del segundo semestre. Además, hay países que tienen gran influencia política y no sabemos cómo se van a comportar. Hay elecciones en Brasil y en Argentina, lo cual afecta. ■