

Javier Goñi, Gerente de Agrisa, concesionario de Landini y McCormick

SIEMPRE CERCA DEL AGRICULTOR

Agroindustrial Riojana, más conocida como Agrisa, es responsable, en gran medida, de la enorme aceptación que tienen los tractores Landini y McCormick en la zona de La Rioja.

La empresa se creó hace 35 años, cuando Javier Goñi y su hermano tomaron la iniciativa de comprar un negocio de venta de automóviles y maquinaria agrícola en Logroño, que pertenecía a la empresa soriana Fundación Ergueta. "Por aquel entonces yo tenía 21 años y ninguna experiencia. Era una oportunidad y no la dejé escapar. Arrancamos con las mismas marcas que llevaba Ergueta: tractores Ford, tractores Renault, vehículos Land Rover Santana e implementos. Desde entonces hasta ahora nuestra dedicación ha sido plena".

En estos 35 años de historia, Agrisa ha adquirido experiencia en distintos sectores (automoción, equipos de recolección, tractores etc.) y ha trabajado con marcas importantes (Land Rover, New Holland, Agria, Landini, McCormick, Laverda...), lo que le ha permitido crear un importante parque de maquinaria agrícola. "Calculo que con anterioridad a asumir la distribución de Landini, llegamos a hacer unas 5 000 ventas agrícolas entre Agria, Renault, Ford y New Holland, con tres puntos estratégicos de venta", explica Goñi.



"Cuando empezamos, el vino no era tan relevante en la zona. Había mucho cereal y vendíamos muchos más tractores convencionales que viñeros. Poco a poco se fue implantando el viñedo en La Rioja y fue cuando empezamos a focalizar el negocio hacia el tractor viñero. Ahora supone más del 90% de nuestras ventas, dentro de la parte agrícola".

Su relación con Landini comenzó en 1984 y desde entonces mantiene una colaboración muy estrecha con el fabricante. "Es una marca muy importante para nosotros, especialmente por su gama de viñeros. Gracias a su aportación, en los años '90 logramos una cuota de mercado cercana al 35%", explica Javier Goñi. "Para diferenciarnos del resto nos hemos apoyado en su producto y en el servicio posventa. Estamos siempre muy cerca del agricultor porque esa, realmente, es nuestra principal arma de venta".

Otra ventaja de la que se siente especialmente satisfecho es de la financiación. "Lan-





■ Servicio posventa

El responsable de Agrisida explicó que el recambio es parte fundamental de su negocio agrícola, ya que un 25% de la facturación agrícola procede de talleres y repuestos. *“Estamos fomentando mucho este área porque es muy importante un buen mantenimiento. Entre otros aspectos recomendamos que los propietarios de tractores echen nuestros aceites. Hemos enviado unas 1300 cartas a usuarios de nuestras marcas para que se conciencien de lo importante que es y además les ofrecemos una serie de ventajas y de descuentos para ser competitivos. Es muy importante que vayamos de la mano en el mantenimiento”.*

En los cuatro años que lleva Agrisida enviando cartas, el retor-

dini tiene acuerdos financieros muy buenos con un banco. Esto, afortunadamente, permite que estemos trabajando con holgura. Desde que pusimos en marcha el convenio con la financiera, hemos cerrado muchas operaciones. Las ventajas que damos son muy buenas: con sólo unos pequeños gastos de formalización de póliza, nuestro cliente consigue crédito a dos años sin intereses. Afortunadamente no nos han rechazado ningún expediente”, comenta el gerente. Sin embargo, reconoce que entre los viticultores hay un fuerte temor a pedir créditos porque el precio de la uva “no despega” y porque las circunstancias del mercado no son buenas.

Javier Goñi distingue entre dos tipos de clientes: los particulares, que suponen el 80% aproximadamente de sus ventas, y las empresas con flotas de tractores. *“Normalmente, cuando son bodegas quieren tractores muy seguros (una buena cabina, antivuelco, prestaciones para tratamientos...),*



pero sin sofisticados mecanismos internos de hidráulicas y sistemas de cambio. Para ellos no son tan importantes esos aspectos porque pasan por muchas manos y lógicamente les pueden dar más problemas. En cambio, el cliente individual busca un tractor mucho más equipado, con muchas salidas de aplicación y muchas comodidades para enganchar aperos”.

no alcanzado ha sido de aproximadamente un 25%. Ahora está probando esta fórmula con las reparaciones en taller y también está obteniendo una respuesta muy positiva. *“En tiempos de crisis, los agricultores cuidan más su tractor y tienen más en cuenta su mantenimiento, por lo que acuden más al taller. Quieren tener un tractor más preparado. Siempre es más barato mantener el tractor campaña*



Estructura

Agrisa cuenta con una superficie de 12 500 m² en un polígono industrial de Logroño, de los cuales 7 200 m² son cubiertos. La parte agrícola dispone de 1 700 m² cubiertos para la exposición de maquinaria, para almacén de repuestos y para talleres en activo. En una segunda nave, disponen de otros 700 m² aproximadamente para almacén de maquinaria agrícola. En total, la parte agrícola tiene unos 2 500 m² cubiertos, más exteriores.

Aunque la administración del negocio agrícola y del negocio automovilístico se lleva desde un mismo departamento, el resto es todo independiente. Según explicó Goñi, "somos una empresa familiar y lógicamente nos apoyamos y aprovechamos nuestras sinergias. Yo dirijo la cabeza de los dos grupos y trato de inculcar a nuestros trabajadores la idea de que somos los mismos y nos tenemos que ayudar. En taller agrícola tenemos en total 7 personas fijas. En recambios hay una persona fija, hay una recepcionista para talleres, y cuatro mecánicos, un vendedor y un repartidor. En ventas, estamos un vendedor y yo", explicó.

En cuanto a los medios, señaló "contamos con tres vehículos, uno equipado con un taller completo, que está perfectamente identificado para salir al campo en cualquier circunstancia; un camión con rampa de 12 toneladas, que nos permite traer dos tractores grandes sin problemas. Lleva rampa de subida y cabrestante de arrastre poder subir el tractor averiado sin problemas".

A pesar de la situación, Agrisa cerró 2011 con buenos resultados, "porque estábamos preparados para la crisis. Desde hace tiempo veníamos observando que iba a llegar y nos preparamos para afrontarla", asegura un Javier Goñi que se muestra optimista para este año. "Creo que la situación que estamos atravesando ha llegado al tope. Hay que confiar en que va a mejorar el mercado. Nosotros ya lo estamos notando en estos últimos meses del año".

a campaña. Por eso aconsejamos que se revisen los niveles, rótulas, desgastes,... hay que ver los puntos donde hay que intervenir antes de dar lugar a la rotura. Para evitar averías de importancia lo que se debe tener es mucho más mantenimiento".

En la empresa cuentan con la colaboración de Landini para hacer campañas de ventas de recambios y servicios. "Los mantenimientos no pueden hacerse de cualquier forma. El mantenimiento de un tractor con máximo equipamiento debe de estar hecho por gente especializada. Eso el cliente lo tiene que entender. Un taller tradicional no puede manejar las tecnologías más sofisticadas porque le faltan medios electrónicos para poder hacer las mediciones, entre otros aspectos".

Agrisa ofrece un servicio de reparación completo. "Entendemos que es imprescindible para una concesión tener un camión al servicio del campo, con rampas hidráulicas, con cabrestante hidráulico, con todo completo y que sabe llegar hasta el sitio donde está el tractor. Eso lo hemos cuidado toda la vida y lo seguimos manteniendo. Sabemos que si no tenemos estos servicios no podemos tener éxito".

En cuanto a nuestros clientes de flotas, aseguró que cada vez demandan más un seguro de mantenimiento que incluya todo. "Con ellos tenemos que negociar. Nos gustaría tener un medio de seguros como el de los coches para que sus tractores se mantengan siempre desde el servicio oficial".

Goñi opina que el servicio oficial está, en muchas ocasiones, mal vendido porque el cliente piensa que es más caro. Según el directivo, en Agrisa el taller de coches es aproximadamente un 25% más caro que el taller agrícola pese a que los gastos son los mismos, pero es

su forma de competir con los demás talleres.

■ Formación al cliente

Por otra parte, recordó que se está planteando celebrar unos cursillos para las personas que adquieren tractores sofisticados que necesitan mantenimientos más exhaustivos, con el fin de dar a conocer bien el producto para que luego sepan darle un mantenimiento adecuado.

al domicilio de nuestro cliente, enviamos a un mecánico que conoce perfectamente la máquina para que le explique todo lo que pueda necesitar”.

Sin embargo, está pensando en entregar los tractores, además de con el manual, con unas recomendaciones que sean del criterio de Agrisa. Su objetivo es estar más coordinado con el cliente en cuanto al mantenimiento.

Goñi recuerda que los talleres oficiales “ofrecemos más



nos conocen perfectamente los equipos que compran y hacen el mantenimiento perfectamente bien: saben que cuidando bien la maquinaria pueden ahorrar y ven positivas todas las ofertas y campañas que hacemos para mejorar el servicio. Sin embargo, hay otro tipo de cliente que no cuida el tractor y que viene al taller con una reparación mucho mayor de lo que debería ser por no haber llevado ningún tipo de mantenimiento ni cuidado anterior. Ese hombre se queja de que todo es caro”.

“Los distribuidores estamos un poco abrumados en este momento porque se están utilizando unos precios un poco abusivos en los tractores usados”

Según el empresario, Agrisa ya ofrece mucha información al cliente cuando compra un producto y además, aprovecha cualquier tipo de contacto posterior, para seguir explicando las características del mismo. “Normalmente, cuando los tractores requieren una revisión y vamos

medios y formación que los demás talleres, y además no somos más caros, está demostrado. Vamos derechos al problema y solemos hacer presupuestos cerrados y dar seis meses de garantía”. Afirma que en el sector de la maquinaria agrícola hay clientes muy dispares. “Algu-

■ El ‘usado’

Está convencido de que todavía tiene demanda. “Al contrario que los automóviles, los tractores de más de diez años mantienen un valor residual, y una aceptación buena. Un tractor que ha tenido un uso normal y que tiene unas características de funcionamiento adecuadas tiene una salida de mercado bastante buena. Los distribuidores estamos un poco abrumados en este momento porque se están utilizando unos precios un poco abusivos. El tractor que desaparece del mercado de VO es el tractor de simple tracción, pero el que tiene doble tracción o tiene cabina y buenas características de seguridad se mantiene con una importante presencia en el mercado”.

