

Miguel Ángel Menéndez, responsable de maquinaria de recolección de AGCO Iberia



El Grupo AGCO apuesta de forma decidida por la maquinaria de recolección. Su amplia gama de producto se ha visto reforzada con la incorporación de la marca Laverda. El responsable de la división para el mercado español, Miguel Ángel Menéndez, explica la política de actuación que sigue la compañía y las perspectivas para el futuro.

## “Tenemos una gestión exclusiva y específica de cada marca”

JULIÁN MENDIETA

Miguel Ángel Menéndez ha sido nombrado recientemente máximo responsable de la división de maquinaria de recolección de AGCO en nuestro país, un nombramiento que, como él mismo comenta, “es consecuente con la política de la empresa de potenciar la recolección, y con ello las empacadoras y cosechadoras.”

Según indica Menéndez, “hace cinco años se decidió

por parte de la compañía reforzar todo lo relacionado con las máquinas de cosecha, y esto implica una gestión exclusiva y específica, dedicando todos los recursos necesarios, y no compartida como hasta hace poco tiempo. Esta política implica que ahora hay personas muy profesionales del tema”. Respecto a los motivos de esta decisión y el aprovechamiento de sinergias con otras marcas del grupo comenta que “todo es debido a la adquisición del 100% de Laverda y de la fábrica de Breganze,

y una gran cartera de producto. Cuando afrontas una inversión así es para conseguir éxito, y el aspecto más importante es dedicarse plenamente a los clientes. AGCO pretende desarrollar la gama de recolección”, prosigue.

Respecto a las sinergias, Menéndez recuerda que “Laverda es una marca histórica fundada en 1837, con un prestigio indudable y máquinas de alta reputación. Asimismo, tiene una fábrica muy nueva que dispone de la última tecnología, la más moderna de Europa. Ade-

más, otro aspecto importante es el amplio conocimiento del mercado. No es igual una máquina para la zona mediterránea que para el centro de Europa, es una marca implantada especialmente en la zona mediterránea, y puedes hacer frente en países con peculiaridades como el mercado español. Pero AGCO aporta experiencia, una forma de hacer las cosas, conocimientos a nivel de ingeniería e I+D. También aporta una extensa presencia en los mercados, una red muy fuerte en toda Europa, y una gran cartera de clientes que ha comprado productos de AGCO y ahora esta deseando comprar productos de recolección de AGCO."

### ■ Oferta

Menéndez es consciente que el Grupo AGCO tiene en cartera varias máquinas de recolección, tanto en Europa como en Estados Unidos, y de todas los tipos: híbridas, normales convencionales, rotor sencillo, etc., y que las máquinas han sido objeto de un fuerte plan de introducción en el mercado.

El directivo destaca que los objetivos globales a cinco años vista, organización, volúmenes y cuotas de mercado por marcas, se han centrado en las marcas Fendt y Laverda. "Hace unos años ya dijimos que queríamos ser un socio fiable del agricultor, y queremos transmitir esa ma-



nera de hacer negocios, basándonos en lo que hemos estado trabajando. La formación, red, servicio, postventa; hemos captado concesionarios repartidos por todo el territorio español para dar servicio a las máquinas de campaña."

Ahora se une al grupo la marca Laverda, que tendrá amplia representación en el mercado, porque en muchas zonas tiene una excelente reputación y quieren atender a esos clientes que quieren seguir comprando la marca. "También hay un mercado que Laverda controla muy bien, que son las máquinas de ladera, no autonivelantes, sino ladera, y para esos clientes seguirá estando disponible toda la oferta."

### ■ Estrategia de marca

Menéndez explica que, "Fendt es una marca premium global, y Laverda seguirá estan-

do disponible donde los clientes quieren esa marca y también en zonas de España donde tienen una tradición continuada y gran prestigio. La diferenciación de ambas marcas se hará por cliente. Los objetivos propuestos son crecer y llevar la marca globalmente a unos niveles de penetración de mercado acorde con las expectativas y nombre de Fendt y AGCO en España. Significa que hay que hacer las cosas bien, y dar un buen servicio y atención al cliente. Si como hemos demostrado a lo largo de estos tres años somos una marca fiable y solvente, podemos estar en una posición muy privilegiada a medio y largo plazo."

El directivo de AGCO reconoce que, sumando las cuotas de mercado de las dos marcas, la participación de AGCO en el mercado de recolección debería ser cada vez más grande. "Tanto en España como en Europa esperamos que nuestra presencia sea cada vez mayor. Cuando AGCO hace una inversión de semejante envergadura y afronta un reto tan grande es para triunfar. Prueba de ello es que hemos empezado sin mucho ruido, ni grandes despliegues, porque entendemos que la post venta, recambio y servicio técnico son quienes tienen que hablar de nosotros. Hemos incorporado gente para venta, pero lo más importante es que





**“Fendt va a ser marca premium, para profesional y agricultor, y Laverda estará disponible en máquina de ladera, autonivelante y arroz”**

*hemos garantizado el servicio y los recambios, primero para la marca Fendt, y ahora para Laverda.”*

### ■ Distribución

En cuanto a las previsiones de comercializar maquinaria de AGCO a través de redes de distribución externas, nos comenta que no hay intenciones al respecto, *“como decía, hemos trabajado este tiempo para crear una buena red. Este aspecto es muy importante en nuestro país si quieres estar presente en el mercado, si quieres ser alguien. Para la maquinaria es fundamental, son máquinas que trabajan con unos picos de trabajo muy concentrados, y es fundamental tener a alguien por detrás que pueda atender rápidamente a esos clientes, porque en ese espacio el cliente se juega mucho dinero, por eso hemos trabajado mucho en la red.”*

Aunque reconoce que eso no significa que no se vayan a integrar los concesionarios Laverda dentro de AGCO. *“Lo que he-*

*mos hecho es aprovechar dentro de esas sinergias a la gente de Laverda que estaba trabajando bien y tenía una reputación de servicio dentro de ese mercado. Los hemos incorporado dentro de AGCO, pero bajo la premisa de una exclusividad, algo que ahora podemos dar porque tenemos una gama completa de producto que ofrecer.”*

Y prosigue comentándonos que, *“Fendt tiene unas especificaciones de marca premium, y sigue una estrategia de producto que se ampara en la frase “Efficient Technology”, y vamos a trabajar también con ese concepto con Laverda. Fendt va a ser marca premium, para profesional y agricultor, y Laverda estará especializada en máquina de ladera, y en zonas donde haya demanda de la marca atenderemos esa solicitud, las zonas de arroz, por ejemplo. Hemos invertido mucho durante estos tres años en eficiencia tecnológica, en rendimiento, consumo, mantenimiento y a nivel global de la marca. Las cosechadoras tienen diferencias importantes*

*respecto a los tractores, es un cliente mucho más profesional, uno que busca retorno de inversión, sencillez y ninguna complicación.”*

Respecto a cómo se van a acoplar ambas marcas en una distribución compartida, Menéndez nos indica que, *“partíamos de una situación con muchos concesionarios, pero hemos creado la división de “harvesting” con concesionarios específicos de maquinaria de recolección. De este modo, nos hemos centrado en los concesionarios más capacitados en dar servicio a estos clientes tan específicos, y hemos seleccionado los que mejor podían atender en campo cualquier necesidad del cliente.”*

### ■ Otros acuerdos

AGCO tiene actualmente un acuerdo industrial con Kverneland, distribuyendo sus rotoempacadoras a través de la red de Fendt. Aunque cuando le preguntamos respecto a la posibilidad que cambie esa situación después de que Kubota haya adquirido el 80% de Kverneland, nos dice que, *“con las rotoempacadoras estamos trabajando con un acuerdo estratégico, que en este caso concreto funciona muy bien.”*



AGCO también ha llegado a un acuerdo empresarial con Sampo, especialista en maquinaria de recolección ubicado en Finlandia, y cuando le preguntamos respecto a la posibilidad de ver en un futuro cercano maquinas de Sampo con marca Valtra nos comenta, *"Ilevamos muchos años trabajando con ellos en el norte de Europa, y ahora hemos profundizado ese acuerdo. No vamos a lanzar Valtra en el mercado, el acuerdo va a continuar, pero solo vamos a comercializar Fendt y Laverda en España. Independiente de la política que use AGCO con Valtra. Sampo es una marca global, pero AGCO también actual localmente, y es lo que estamos haciendo en España con Fendt y Laverda, hay que actuar adaptándose a cada marca localmente."*

Respecto a la posibilidad de comercializar la picadora de forraje Katana, Menéndez explica que, *"es producto que piden continuamente, pero estamos en una época delicada en el mercado agrícola. Es un producto que está funcionando estupendamente en Alemania, aunque su mercado en España está en un momento bajo, así que pedimos paciencia, y cuando el mercado salga de esta atonía, Katana será un producto a tener en cuenta."*

## ■ FIMA 2012

Entre las novedades que veremos en FIMA de AGCO destaca tres cosechadoras de AGCO, dos Fendt y una Laverda. *"La Laverda es el modelo autonivelante de ladera AL4. Respecto a Fendt vamos a presentar el sistema Para-Level de nivelación completa de la máquina y el sistema, a través de CAN BUS, de gestión integral de la cosechadora mediante un monitor. Pasos hacia delante para hacer de Fendt la marca deseada por el profesional de recolección."*

Menéndez continúa con las macroempacadoras de alta densidad, *"también se va a beneficiar de esta política que vamos a seguir. Vamos a potenciar las empacadoras a través de la red, un tipo de máquina con la que tenemos gran experiencia. Como ya sabrán Laverda inventó el sistema de autonivelación, y nosotros somos los padres de la macroempacadora. Durante los últimos 10 ó 15 años, si la empacadora ha evolucionado es gracias a AGCO y a Hesston, la fábrica norteamericana de referencia donde se fabrican. Tenemos disponibles para la campaña 2012 tanto en la marca Massey Ferguson como en la marca Fendt macroempacadoras de alta densidad, en formato de paca 120 x 90, máquinas que han dado un rendimiento óptimo en el resto de Europa. Y como les comentamos en una entrevista hace unos años, nunca vamos a traer una máquina que no nos proporcione el 100% de seguridad y satisfacción del cliente. Con las macroempacadores convencionales ya lo hemos conseguido, y esperamos ahora, con las de alta densidad, alcanzar una buena reputación bajo las dos marcas."*



## ■ Experiencia

También habla de la importancia de tener dentro de la marca a alguien con tan dilatada experiencia en máquinas de recolección, *"el actual vicepresidente y responsable de la división de recolección de AGCO tiene un alto grado de responsabilidad en el desarrollo de esta política en maquinas de recolección. Es un mercado muy segmentado y profesional, y que haya gente en los estamentos más altos de la empresa que conozca de sus peculiaridades ayuda muchísimo. Hablar con tu Vicepresidente en el mismo idioma cuando se habla de cosechadoras es importante, como también lo es que esa persona haya vivido y tocado lo que es la complejidad del mundo de la cosecha."*

Respecto a los nuevos productos destaca que, *"en España prevemos lanzar la cosechadora híbrida en la campaña 2012-2013. Queremos seguir la misma política que en su momento aplicamos con las cosechadoras de ocho sacudidores, con las de rotores, rotor único, y también lo haremos con la híbrida y la Katana."* ■

