

**DIPL-KFM. BERNARD KRONE,**  
*Director General del Grupo Krone*

## “Innovación y enfoque al cliente son las claves de nuestro éxito”



Trabajamos buscando las respuestas en diálogo estrecho con el cliente. Y, así, la innovación viene muy rápidamente.

**Esta semana, han organizado el primer Press Workshop con periodistas de toda Europa y EEUU. ¿Cuándo y por qué lo decidieron?**

Tomamos esta decisión a principios de 2011. Hasta 2010, solíamos organizar en el mes de agosto una 'previa' de las novedades que se presentarían a continuación en la Agritechnica. Sin embargo, en ese mes sólo podíamos mostrar nuestras máquinas en teoría, no trabajando. Es por eso que nos decidimos a realizar una auténtica jornada con la prensa y las nuevas máquinas trabajando en el campo.

**Bernard Krone (34 años) representa la continuidad familiar al frente del grupo alemán. Los resultados avalan su gestión y confirman el excelente momento, gracias a su capacidad para evolucionar según las necesidades de sus clientes.**

**¿Es el mejor momento de la historia de Krone?**

Es uno de los mejores. Sólo en el ejercicio 2007/2008 las ventas fueron más altas (1 489 millones €); para este año 2011/2012 esperamos una cifra de unos 1 400 millones €.

**¿Cuál es la clave o las claves de este éxito?**

La innovación y el enfoque hacia el cliente. Siempre nos hemos preguntado: ¿Qué es lo que el cliente desea? ¿Cuáles son las grandes o pequeñas ideas que marcan la diferencia?

**¿Se plantean algún evento similar con filiales, importadores y distribuidores?**

Ya los tenemos. Cada año realizamos cursos especiales de formación con filiales, importadores y distribuidores en las que mostramos nuestras nuevas máquinas.

**Krone es una de las principales marcas en el mercado español. En el Press Workshop, usted tuvo unas palabras especiales para el grupo español, especialmente para**

**su importador, Deltacinco. ¿Este reconocimiento público se debe a los esfuerzos de muchos años y también a la delicada situación económica en el país?**

Era la primera vez que recibíamos periodistas españoles en una jornada de Krone en Alemania, y lo quise destacar. También quise agradecer públicamente a Deltacinco su trabajo con Krone durante más de 30 años, con excelentes resultados, a pesar de la difícil situación económica de España en este momento. Por ejemplo, en rotoempacadoras y empacadoras gigantes estamos en posiciones de liderazgo de ventas en España, lo cual es notable.

**Krone está presente en muchas zonas de todo el mundo. Las exportaciones representan aproximadamente el 65% de los negocios. Sin embargo, en dos países importantes, como Argentina y Brasil (en este caso se trabaja con un socio local), la marca no es una referencia como en otros países de América del Sur. ¿Están tratando de expandir el negocio en ambos países?**

Sí, por supuesto. Brasil y Argentina son dos de nuestros mercados de futuro, y desde que empezamos a trabajar otra vez en Brasil y Argentina nos dimos cuenta de que estamos en el camino correcto. Cuando se entra un nuevo mercado hay que cuidar muchos aspectos, como la formación de la red de ventas, repuestos, servicio posventa, etc. Así que vamos poco a poco, pero hacia adelante. Por cierto, lo estamos haciendo no sólo en Brasil y Argentina, sino también en China.

**Primero en Agritechnica (noviembre de 2011) y ahora en el Press Workshop, el Grupo Krone presentó mu-**

**chas novedades y soluciones técnicas, especialmente para grandes agricultores y contratistas. La agricultura parece cada vez más profesional. ¿Cuál es el futuro para los pequeños agricultores?**

Krone sigue ofreciendo también máquinas de tamaño pequeño, como, por ejemplo, las segadoras de discos con anchuras de trabajo de 2 a 3.2 m. O rastrillos de un solo rotor y rotoempacadoras pequeñas, como la nueva Bellima. Por lo tanto, no sólo lo más grande es mejor. Pero, por supuesto, estamos centrados en las máquinas para contratistas. Esto es lo que los clientes están pidiendo: innovación y poder de impacto. El beneficio para el pequeño agricultor es que incluso las máquinas de menor tamaño disfrutaban también de una tecnología innovadora.

**También han introducido importantes avances en soluciones electrónicas para la gama de producto de Krone. ¿El enfoque de la compañía tiene como objetivo aumentar las inversiones en I+D?**

Nuestras inversiones en I+D van parejas a las ventas de la compañía. Durante los últimos diez años se situaron entre un 4% y un 5% de las ventas. Y podemos observar que esto realmente da resultados satisfactorios: en la Agritechnica conseguimos una medalla de oro y cuatro de plata gracias a importantes soluciones técnicas. Esto indica que Krone es uno de los pioneros en el sector.

**En una amplia gama de productos, ¿hay 'espacio' para las cosechadoras convencionales?**

No.

**¿Y tractores? Puede ser posible ver a acuerdos con otros fabricantes (incluso de**



**“Las inversiones en I+D durante los últimos diez años se situaron entre un 4% y un 5% de las ventas”**

**tractores, como el caso Kubota-Kverneland) o incluso la compra de uno de ellos?**

Tampoco.

**Durante el Press Workshop pudimos ver a su padre muy cerca de usted, a la vez que en contacto con la prensa y el personal de Krone. ¿Cuál es su papel hoy en día en la empresa?**

Mi padre es el jefe de la junta consultiva de la compañía, además de un asesor muy bueno y, por supuesto, estoy en contacto permanente con él. Tiene cinco décadas de experiencia en la empresa y lo sabe todo de ella. Además, es miembro de varias asociaciones, por lo que representa los intereses de la compañía en esta área también. ■