

“El origen del éxito es nuestro alto nivel de inversión en I+D”, afirma Andrea Bedosti, Director Comercial, Marketing y Posventa

Grupo Merlo CRECIMIENTO POR ELEVACIÓN

En una coyuntura de mercado nada favorable, el Grupo Merlo crece y se refuerza. Según su Director Comercial, Andrea Bedosti, se están recogiendo los frutos de las decididas inversiones en investigación y desarrollo (I+D).



FURIO OLDANI

© MACCHINE TRATTORI

El Grupo Merlo continúa creciendo y haciendo frente a la crisis económica con solvencia.

En 2011 alcanzó un volumen de negocios cercano a los 400 millones, un aumento del 30% respecto al 2010, e incrementó su personal en cerca de un centenar de empleados. Una tendencia que, según Andrea Bedosti, Director Comercial del Grupo y uno de los directivos más reconocidos en el mundo agrícola, no resulta sorprendente, aunque contrasta con la de la situación actual del mercado.

“El origen del éxito de la marca se encuentra, sin duda, en el alto nivel de inversión en I+D, y la constante actualización y ampliación de la capacidad y calidad productiva”.

Unos principios que los fundadores, Natalina y Amilcare Merlo, hicieron propios desde sus inicios en 1964. Estas constantes no solo han sentado las bases para la invención del cargador telescópico moderno, en la actualidad una de las máquinas de mayor éxito en el mundo, sino que también han sido capaces de madurar y consolidar su liderazgo tecnológico en los últimos años.

Desde 2011, y durante un periodo de dos años, se decidió reforzar este aspecto clave mediante una inversión de alrededor del 10% del volumen de negocios, aspecto que confirma el deseo de crecimiento y las inmejorables expectativas de esta empresa fuertemente involucrada en la innovación de producto, la excelencia en prestaciones y la seguridad del usuario.

En Merlo, esta filosofía también ha posibilitado la exporta-



ción desde sus comienzos, que ha supuesto el 85% de la facturación en 2011. En Europa, es líder de mercado en Alemania con una cuota de mercado de casi el 35%, un dato importante para una máquina de alta tecnología fabricada en Italia. Asimismo, es líder en otros países de menos volumen numérico, pero muy exigentes en términos de calidad y rendimiento, como Suiza, Austria, Suecia y la República Checa. En Francia e Inglaterra, donde operan con filiales comerciales controladas directamente, están en segunda posición, con elevadas cuotas de mercado cercanas al 25%. Fuera de Europa, lideran el mercado en Canadá, y gracias a algunos modelos de alto rendimiento dotados de una exclusiva y vanguardista tecnología para el control dinámico de la carga en movimiento, han logrado el liderazgo tecnológico absoluto en el mercado australiano, donde crece constantemente su volumen de ventas. Todo ello sin olvidar Italia, donde tienen una cuota de mercado cercana al 50%, tanto en agricultura como en construcción.

La empresa tiene una gran experiencia en el sector

agrícola, y en la actualidad está igualmente involucrada en otros sectores como el de la construcción. ¿Qué diferencias encuentran entre estos dos mundos?

En la agricultura, el cliente es a menudo el usuario de la máquina," explica Bedosti. "Por ello, tiene mayores exigencias y pone más atención a las prestaciones; la velocidad, la capacidad de carga y transporte, la potencia y el confort de marcha, este último un parámetro que debe responder a unas expectativas al nivel de la automoción. En la agricultura se busca una productividad esperada y un mínimo costo de funcionamiento horario. Por contra, en construcción, es un asalariado el que maneja la máquina en la mayoría de los casos, y a menudo ésta ni siquiera es propiedad de la compañía. En el entorno de la construcción y del mantenimiento público también están más reguladas las normas de seguridad, sobre todo, en los elevadores telescópicos. El cumplimiento de la norma de seguridad EN 15000 que afecta a las telescópicas no puede penalizar la fiabilidad y la sencillez de utilización de la máquina, dos de las características más

demandadas en aplicaciones industriales. No es casualidad que gran parte del éxito comercial de nuestras máquinas esté vinculado a unas características que combinan alto rendimiento y cumplimiento de los más estrictos estándares de seguridad para el operador. Los cargadores telescópicos Merlo son productos transversales, apreciados en los sectores de la construcción, agricultura, minería, y también por los militares, como las fuerzas armadas italianas, francesas australianas, suecas, y más recientemente alemanas, que utilizan nuestras telescópicas en sus operaciones logísticas militares. El pasado diciembre, entre otras cosas, hemos completado el primer tramo de traslados de nuestros elevadores telescópicos con destino a la base militar aérea de la OTAN en Afganistán.

Se trata de éxitos comerciales que, sin embargo, no distraen a Merlo de la continua búsqueda de innovaciones, como demuestra la última novedad presentada en la Agritechnica de Hannover durante el mes de noviembre: el 'Control de Carga Dinámico', un avanzado sistema que supera los parámetros de seguridad identificados en el nuevo marco normativo, y que fija nuevos y más elevados estándares técnicos.

En la evolución de la compañía, usted considera que se debe tomar en consideración la distinta solidez financiera de los actores de los dos mercados.

El de la construcción e infraestructuras ha conocido un periodo muy favorable hasta 2008, mientras la situación actual es totalmente contraria. La agricultura, por su propia naturaleza, se desenvuelve en un ámbito mucho más coherente y equilibrado. No conoce los picos de euforia de la vivienda, pero



“El sector agrícola, que representa más del 50% de nuestra facturación, ofrece una gran fortaleza financiera incluso en tiempos difíciles”

tampoco sus depresiones. La agricultura, considerada la cenicenta de la economía mundial durante muchos años en un ambiente entusiasmado por el desarrollo industrial primero y por el de los servicios después, está experimentando un gran momento, hasta el punto de que en la actualidad más del 50% de nuestra facturación proviene de la agricultura. Se trata de un sector, el agrícola, con gran fortaleza financiera, incluso en tiempos difíciles, mientras que la volatilidad del de la construcción es mucho más elevada.

De esto entendemos que los cargadores telescópicos no se han visto afectados en gran medida por la crisis actual. ¿Cómo ve la situación?

De la situación económica italiana creo que hay muy poco

que añadir a los numerosos comentarios vertidos por políticos y diferentes líderes de opinión. Lo mismo se puede decir respecto a Europa. Estamos ante un periodo de quince años de separación social y política de la economía real que, de hecho, se basa en la producción agrícola e industrial. Pero no se puede prescindir de un fuerte compromiso individual y colectivo, y sólo se puede crecer y prosperar en base a una fuerte inversión y la asunción de riesgos tanto empresariales como de gestión. La ilusión de que servicios, más o menos avanzados, las finanzas y la mala práctica de pedir a los demás que desempeñen los trabajos más exigentes y menos gratificantes aseguren un elevado nivel de vida sin límites, está presentando una dura y amarga factura. Tanto los

trabajos de fabricación, como los de investigación y desarrollo, se han delegado, e incluso transferido a países fuera de Europa, y no sólo en términos de valor añadido, sino también de conocimientos técnicos. Como resultado, nos hemos convertido en deudores de países como China, India, Singapur, Malasia, Indonesia Corea o Brasil. Por otro lado, resulta suficiente estudiar la crisis financiera económica del Imperio Romano en la época de Diocleciano, o la que golpeó al Imperio Chino a mediados del siglo XIX y que desencadenó las llamadas Guerras del Opio, para comprender cuál es nuestra situación y sus causas. Tampoco es difícil imaginar dónde podríamos acabar si no somos capaces de reaccionar con rapidez. El futuro del mundo industrial al que pertenecemos, y el de Europa, depende de superar estos retos mediante profesionalismo, compromiso, visión y verdadero espíritu de empresa.

Pasando de la universalidad a la particularidad, el Grupo Merlo siempre ha seguido una política basada en una alta concentración del control de procesos industriales, y su diseño y desarrollo dentro de la propia compañía.

Esto ha dado como resultado una empresa fuerte, que controla todos los procesos de propiedad intelectual e industrial que crean el verdadero valor añadido del producto, y que dispone de una gama de cargadores telescópicos dotados de una tecnología de vanguardia absoluta que le permiten hacer frente y con gran determinación a los proyectos más desafiantes de expansión comercial en todo el mundo. Este enfoque pragmático permitirá no sólo salvaguardar puestos de trabajo, sino crear nuevos puestos de trabajo para jóvenes ante una complicada situación”



Andrea Bedosti
junto al
presidente de
la compañía,
Amilcare Merlo.

Pero, ¿en que aspectos está actuando Merlo para ampliar su penetración en el mercado?

Las actividades de desarrollo comercial en el pasado año se concentraron en gran medida de tres aspectos principales. Mejorar la comunicación, el apoyo de la central y llevar a cabo una política comercial agresiva en mercados como Francia, Inglaterra, Alemania e Italia, donde estamos directamente o representados a través de una filial que gestiona la venta a nuestros concesionarios. Esta estrategia ha resultado en un aumento de las ventas en más del 25% en comparación con 2010. Hay que tener en cuenta también que en Reino Unido, Merlo tomó el control al cien por cien de la filial, imprimiendo un nuevo ritmo de expansión en ese mercado, que numéricamente es el más importante del mundo junto a Francia.



Un aspecto importante es el fuerte desarrollo de las actividades de exportación a través de importadores privados, sobre todo en Escandinavia, Europa del Este, Hispanoamérica y Norte de África, donde el crecimiento de las ventas ha sido cercano al 50%.

Debemos mencionar la radical renovación a principios de 2011 de la gestión de la filial



australiana", recuerda Bedosti, "donde gracias a un producto particularmente apreciado tanto en el campo de la construcción como en el sector agrícola, prácticamente se han duplicado las ventas en comparación con 2010. Estas acciones combinadas han dado lugar a un aumento global de las ventas de un 30%, pero sobre todo una cartera de pedidos que supera con creces el incremento de las ventas, y que han sentado las bases para un posterior crecimiento en 2012.

Se trata en términos generales de un panorama positivo, pero que no impide pensar en otras líneas de expansión de la actividad comercial. El año pasado se sentaron las bases de importantes proyectos que se desarrollarán durante 2012 y que ponen sus miras en áreas geográficas de enorme potencial. Ya han comenzado a desarrollarse cuatro proyectos que contemplan la creación de oficinas comerciales y filiales que contribuirán al fortalecimiento de las ventas del Grupo Merlo en el presente año.

El cargador telescópico es una máquina muy joven, en términos industriales, y tiene una flexibilidad aplicativa inexplorada en muchas áreas y que puede reemplazar a las máquinas tra-

dicionales en muchos sectores. Las grandes áreas geográficas fuera de Europa Occidental representan una reserva de mercado muy interesante, unas áreas que son prioritarias en nuestros programas de expansión para alcanzar una mayor penetración.

¿Se podría sugerir a las autoridades una estrategia similar para crear un sistema que permitiera promover el 'Made in Italy' en regiones donde que no sufren la crisis?

No somos políticos, aunque estamos dispuestos a formar parte de acuerdos bilaterales económicos específicos con países culturalmente próximos a nosotros y hoy en gran expansión. Se debe trabajar para abrir líneas de crédito y apoyar las exportaciones y, en paralelo, estimular la investigación para convertir el 'Made in Italy' no sólo en un símbolo de diseño sino también en una señal de superioridad tecnológica. Por último, pero no menos importante, deberíamos implicarnos en grandes proyectos de infraestructuras y agrícolas en Italia y en el extranjero. Ciertamente, se trata de un programa ambicioso, pero en Merlo estamos acostumbrados a participar y no sería malo que otros también lo hicieran.■