

FRANCO FUSIGNANI,*Presidente y Consejero Ejecutivo de New Holland*

“Tenemos una gran flexibilidad y reaccionamos rápidamente a las demandas del mercado”

Aprovechando su visita a Brasil, durante la Feria Agrishow llevamos a cabo una entrevista con el CEO de New Holland, Franco Fusignani, con el que repasamos la situación de la marca a nivel global, europeo y sudamericano.

JULIÁN MENDIETA
RIBEIRAO PRETO (BRASIL)

¿Cómo definiría a nivel global la actual situación del mercado de maquinaria agrícola en las diferentes zonas donde desarrolla su actividad New Holland?

En cuanto al mercado de tractores, es buena en América del Norte y Australia, permanece estable en Europa, mientras que en América Latina, África, Oriente Medio y Asia, el mercado se está reduciendo. En el sector de cosechadoras, el mer-



cado tiene un buen crecimiento en Europa y una disminución en América del Norte y América Latina. Estable en Australia.

En Europa la situación es muy diferente entre el norte, centro y sur, y se ven claros signos de ralentización en la

cartera de pedidos. ¿Cómo prevé que será este mercado 2012, en tractores, equipos de recolección y resto de máquinas?

En tractores prevemos un cierre estable, próximo a los niveles de 2011. Alemania, Francia, Austria, junto con Reino Unido y Polonia, son las áreas que han encabezado la recuperación con respecto a 2011, mientras que en los países del sur de Europa, Italia, principalmente, España, Portugal, Grecia y los países bálticos y escandinavos se registra una ralentización. Los balcánicos sí que muestran una tendencia positiva. Para cosechadoras, el incremento en Europa debe situarse alrededor del 5%.

El primer trimestre de 2012 no podía ser mejor para Fiat Industrial, que superó sus ingresos en un 9.3% con unos beneficios operativos de 435 millones de euros (148 más que en el mismo periodo de 2011); pero lo que es más significativo es que ha sido CNH quien ha aportado más, por las caídas de FPT Industrial e Iveco. ¿Los meses siguientes serán igual de positivos? ¿Porcentualmente, cuál ha sido la aportación de New Holland?

CNH representa el 52% de los ingresos totales de Fiat Industrial y el 66% de los beneficios de las actividades ordinarias, lo que contribuye significativamente a los resultados del Grupo. Aproximadamente el 80% de los ingresos provienen de las marcas de CNH en el sector agrícola. Esperamos contribuir siempre de manera significativa a los resultados futuros de Fiat Industrial.

En los últimos años, la expansión de la marca ha sido importante. Rusia, India, Turquía, China, etc., y a nivel de Sudamérica, en México, Brasil



(con importantes instalaciones, Curitiba, Sorocaba y Minas Gerais, donde se llevará a cabo una inversión de 600 millones de R\$ (240 millones de euros) y ahora en Argentina quieren invertir más de 200 millones de dólares. Pese a la situación de la economía global, ¿están justificadas estas inversiones?

Son coherentes con nuestra estrategia, dirigida a reforzar nuestra posición en un mercado global, garantizando un mayor equilibrio financiero y económico, especialmente en un momento complejo y difícil como el que está atravesando la economía mundial. Estamos presentes en todas las zonas geográficas más importantes, con oficinas y una red de ventas e instalaciones de producción que proporcionan una gran flexibilidad y reacciones rápidas a las demandas del mercado.

Respecto a Argentina, se ha criticado que al ceder a las 'presiones' del Gobierno, han abocado a las demás compañías a llevar a cabo inversiones en un país 'más que dudoso' en sus prácticas con las empresas ubicadas en el

país y donde la opacidad en las políticas monetarias son el día a día. Pese a ello y a las trabas en las fronteras con Brasil, ¿creen que ha sido una buena decisión? Cuando hipotéticamente tengan las instalaciones argentinas en rendimiento, ¿no irán en detrimento de sus plantas de Brasil?

El mercado argentino es parte de esta estrategia. Argentina es uno de los principales países en la producción agrícola mundial y presenta un fuerte potencial de crecimiento que aún no se ha reflejado. Esperamos una expansión significativa en los próximos cinco años y, para fortalecer nuestra posición en el Mercosur, hemos decidido aumentar nuestra capacidad de producción. La nueva planta de Córdoba producirá tractores y cosechadoras de alta potencia,



La Ministra argentina de Industria, Débora Giorgi, subida a un tractor New Holland junto a Franco Fusignani.



donde se anuncia una fuerte demanda local, lo que, seguramente, supondrá una ventaja para los productores nacionales.

Brasil y Argentina son dos países con unas fluctuaciones cambiarias difíciles, donde si en uno la moneda está sobrevaluada, en otro ya no se sabe su valor con mercados cambiarios paralelos. ¿Cómo se pueden llevar a cabo planteamientos de amortizaciones ante estas coyunturas?

Una fuerte identidad nacional de nuestras fábricas proporciona una mayor seguridad a nuestras inversiones. De hecho, también estamos incrementando el contenido local de los productos fabricados en Brasil y Argentina. Cuanto más se presenten como fábricas y productos locales, mayor será la independencia de las fluctuaciones monetarias.

En Europa, nos enfrentamos a una nueva PAC de la que aún no se saben las líneas de negociación y en donde el cambio de Gobierno en Francia, aún creará más dilaciones.

¿Hasta qué punto incidirá en sus ventas la nueva PAC?

De lo que ha trascendido hasta ahora de la nueva PAC, y según la proporcionalidad de las hectáreas admisibles para las ayudas, pueden quedar penalizadas las pequeñas parcelas y en general, los agricultores dedicados a cultivos frutales y hortícolas. Por tanto, será el segmento de tractores de 100 CV y 'especiales' los que más sufrirán, mientras que las máquinas de tamaño mediano y grande, así como los equipos de recolección se verían favorecidos. Otro elemento importante de la nueva política será el denominada *greening*, la aplicación de prácticas agrícolas sostenibles y el desarrollo de todo lo relacionado con la agricultura de conservación. Por tanto, puede producirse un aumento de la demanda en el segmento de tractores de más de 100 CV, que en los últimos años ha ido en constante aumento y en el que New Holland ha renovado su gama en los últimos dos años con el lanzamiento de las series T7, T8 y T9 con la tecnología Ecoblue™ SCR.

Europa del Este, con Polonia, Ucrania, Hungría finalizando con Rusia, supone una esperanza ante mercados maduros y debilitados por la crisis actual. ¿Qué esperan de estos países a niveles de aumento en sus ventas?

En cuanto a los países del Este que forman parte de la Unión Europea, Polonia y Rumania, están registrando un fuerte crecimiento y representan interesantes oportunidades para nuestra marca. Recuerdo que en Plock (Polonia) tenemos una fábrica de cosechadoras TC y rotoempacadoras BR. En Ucrania, New Holland es uno de los tres actores principales y tenemos presencia local con una oficina comercial en Kiev. Rusia presenta un gran potencial, ya que supone el 9% de la tierra cultivable mundial y el 20% de las reservas de agua, pero tiene un impresionante porcentaje (90%) de máquinas obsoletas, según un informe del Estado sobre la Agricultura para el periodo 2013-2020. Dos años después de la firma del acuerdo que dio lugar a una *joint venture* industrial con Kamaz, el establecimiento de Chelny ha sido completamente renovado para llegar a una capacidad de producción de 5 000



unidades al año. El crecimiento de la producción ha sido rápido y de la línea de Chelny salen tractores de última generación de las series T8 y T9 y la nueva cosechadora CX6090 de 300 CV.

Se dice que muchas veces las rivalidades 'entre hermanos' son más fuertes que ante 'terceros'. En CNH cohabitan tres 'hermanos', si bien son solo dos los que presentan más similitudes. ¿Esto perjudica más que ayuda?

Nosotros preferimos decir que la competencia exitosa y saludable no desmerece, sino que aumenta la penetración de la CNH en todos los mercados, generando beneficio.

Ustedes nunca han huido de llevar a cabo políticas de alianzas puntuales, bien sea a nivel de agricultura de precisión como con otros fabricantes a la hora de ampliar oferta. Con Semeato, hasta ahora se basan en Brasil principalmente, pese a lo que supone la adecuación de las características de las máquinas para otros mercados, ¿piensan expandir estas modelos en Europa y Norteamérica?

En efecto, en los últimos meses hemos estado muy activos con alianzas estratégicas. Recuerdo la establecida con Trimble, un reconocido líder en tecnología GPS y sistemas de precisión de orientación para el desarrollo de aplicaciones y servicios avanzados para la agricultura de precisión. Otro es el

de adaptación a diversos tipos de cosecha fabricada en nuestro Centro de Excelencia de Coex (Francia). Lo mismo ocurre con la cosechadora-picadora FR9000, que ahora también opera en la producción de biomasa y se ha aplicado de forma experimental en otros cultivos, como el eucalipto.

“New Holland ofrece una de las gamas agrícolas más completa del mundo, que va desde las máquinas para espacios verdes de 20 CV hasta los tractores T9 de 670 CV”

acuerdo citado con Semeato, uno de los líderes brasileños en siembra y máquinas para la preparación del terreno con mínimo laboreo, a partir inicialmente de Francia, Italia y Polonia, y luego a toda Europa. Y, por último, está la alianza mundial con Orkel, empresa noruega que se convierte en nuestro socio para el desarrollo de la nueva generación de rotoempacadoras de cámara fija de alto rendimiento/alta resistencia.

La evolución de los cultivos abre nuevas posibilidades de ventas. Hemos visto cómo Braud se adecúa a viña, olivo... ahora café, al igual que sus picadoras de forraje se adaptan al triturado de cultivos para producir biomasa. ¿Estamos en la época de la polivalencia en las máquinas?

Las vendimiadoras Braud son la máxima expresión de la polivalencia. Después de los grandes éxitos en la viña, en el olivar y en las aplicaciones para la cosecha de frutos del bosque, ahora estamos probando sus posibilidades en el cultivo del café. Así que tenemos una máquina con una gran capaci-

Estados Unidos requiere distintos tipos de máquinas diferenciadas, desde las más sofisticadas, hasta las más sencillas, ¿Cómo articulan las gamas para tanta variedad?

New Holland ofrece una de las gamas agrícolas más completa del mundo, que va desde las máquinas para espacios verdes de 20 CV hasta los tractores de gran alcance de T9 de 670 CV, con 80 líneas de productos y más de 300 modelos. A esto se añaden las cosechadoras, las máquinas para heno y forraje, las cosechadoras de cultivos específicos y otros equipamientos. En América del Norte, nuestra extensa red de ventas cubre todas las necesidades, desde el agricultor profesional hasta el de fin de semana. Y no sólo eso: en septiembre de 2010 fuimos los primeros en lanzar tractores y cosechadoras con motores Tier 4A y equipados con la probada tecnología SCR Ecoblue™. Hoy tenemos la más amplia gama Tier 4A: 30 tractores y 16 cosechadoras.

La irrupción de maquinaria de origen asiático, con el factor de precio, es algo con lo que se tiene que contar. ¿CÓ-





mo se preparan para afrontar esta competencia, aunque en muchos casos su tecnología y sus componentes de seguridad sean inferiores?

Estamos ya en el mercado con máquinas que cubren las áreas donde están presentes los competidores asiáticos. La línea de tractores compactos Boomer™, de 23 a 47 CV, lanzada el pasado mes de febrero en América del Norte, llegará muy pronto a Europa. Por no hablar de los modelos de tractores que se producen en las líneas de montaje de nuestras plantas ubicadas en Noida (India), Shanghai y Harbin (China), Ankara (Turquía) o Tasken (Uzbekistán). También tenemos una fábrica en Pakistán para atender el mercado interno. Nadie en el mundo ofrece una amplia cobertura geográfica para atender las necesidades de los agricultores de los diferentes países.

Desde hace un año, Kubota viene anunciando su interés en la compra de una marca de tractores de Europa, pero sobre todo que tenga una gama de la que ellos ca-

recen, con motores de más de 120 CV. ¿Que candidatos cree usted que estarían en esta línea? ¿No piensa que después de la compra de Kverneland estarán definiendo un candidato?

Observamos atentamente las actividades de la competencia, pero no consideramos correcto hacer predicciones.

África parece la más olvidada en el reparto mundial y, sin embargo, puede ofrecer posibilidades en un futuro no muy lejano. ¿Qué planes tienen para este continente dentro de una agricultura sostenible?

New Holland es uno de los principales 'jugadores' del mercado africano y en algunos países, como Marruecos, Kenia, Libia o Sudáfrica, tiene posiciones de liderazgo. Recientemente, en una de las más importantes ferias agrícolas de África, Nampo en Sudáfrica, lanzamos nuestra estrategia Clean Energy Leader, presentamos dos nuevas gamas de tractores, el TD5 y el TT Compacto con un consumo de combustible reducido y bajo impacto ambiental, y el tractor

NH2™ que utiliza nitrógeno. También participamos en muchos proyectos de desarrollo en varios países que contribuyen al crecimiento de la agricultura sostenible. La presencia en el país también es evidente a través del establecimiento de centros de formación, oficinas comerciales y talleres de asistencia técnica.

El mercado de tractores italiano está sufriendo este año. ¿A qué factores lo achacan?

Los agricultores italianos muestran una cierta propensión a la compra de maquinaria nueva, pero están limitados por la escasez de crédito. A pesar de esta dificultad, New Holland está ganando cuota de penetración en el mercado con nuestros programas de financiamiento flexibles que ofrece CNH Capital.

¿Por qué New Holland no opera en todo el mundo con sus productos dirigidos a espacios verdes?

En los dos o tres últimos años este mercado ha cobrado un gran interés en Europa, incluida Italia. Hemos desarrollado nuevas líneas de productos, como el T3000 y el TD3.50. Con la introducción del Boomer™ compacto y el Boomer™ CVT con transmisión EasyDrive, vamos a ofrecer una gama de productos para el segmento profesional de espacios verdes que va de 23 a 50 CV.

Los tractores Goldoni isodiamétricos que se venden como New Holland en Turquía. ¿Es un fin en sí mismo o un primer paso para entrar en la industria?

Aunque los isodiamétricos se limitan al sur de Europa, es un mercado interesante y estamos evaluando todas las oportunidades. ■