

KUBOTA ESPAÑA afronta una nueva etapa sin renunciar a su “filosofía de siempre”

“Nuestro espíritu es la vocación de servicio”



Directivos de Kubota España: Antonio José González Moreno, Director General; Yasuyuki Kanamori, Presidente; y Antonio Pérez Gamarra, Director Comercial.

J. M. / Á. P.

LEGANÉS (MADRID)

Kubota España, empresa comercializadora en nuestro mercado de los tractores japoneses y de su línea de equipos para espacios verdes, ha iniciado una nueva etapa con cambios en la dirección pero respetando la “filosofía de siempre.” Esta línea de actuación le permitió cerrar el pasado año como tercera marca por número de unidades vendidas, con una cuota del 6.35%, lo que constituye todo un éxito, dado que su oferta de producto

carece de modelos por encima de los 135 CV de potencia.

“Nuestra cuota de penetración en el segmento de hasta 100 CV se sitúa entre el 12-13%,” destaca el nuevo Director General, Antonio José González.

“Nuestro espíritu fue, es y seguirá siendo la vocación de servicio,” prosigue González.

“De esta forma podemos entender la evolución de Kubota en España durante los últimos años.” Se trabaja para estar en todo momento muy cerca del cliente, y que en todo momento sienta de cerca el apoyo de la marca. “Seguimos preocupados por ofrecer el mejor servi-

Kubota, una de las marcas con más tradición en el mercado de tractores, ha iniciado una nueva etapa en España. Lo hace con mucha ilusión, con una gama de producto renovada, una red de distribución profesional y, por encima de todo, teniendo muy claro que “nuestro espíritu es la vocación de servicio”, afirma su nuevo equipo de dirección.

cio; esa sigue siendo la seña de identidad de la marca. Cuando conseguimos un cliente, no decimos que sea un tractor más vendido, sino que consideramos que es una persona que se incorpora a la familia. Esto no ha cambiado,” explica el Presidente de Kubota España, Yasukuri Kanamori.

Para alcanzar este objetivo, es fundamental disponer de un tejido comercial capacitado e

ilusionado en el proyecto. *“El trato con nuestros concesionarios sigue siendo privilegiado en ambos sentidos. Vamos en el mismo barco, siempre lo hemos tenido muy claro desde el principio,”* asegura el Director General.

Además del servicio posventa, otro de los factores determinantes en el desarrollo de la marca en España ha sido la excelente adecuación del producto a las necesidades de una parte importante del mercado. Años anteriores, cuando otras marcas se afanaban en ofrecer tractores con un elevado nivel de especificaciones, y por tanto con un precio alto, Kubota siguió apostando por ofrecer modelos sencillos capaces de ofrecer las prestaciones justas. *“Calidad-precio siempre ha sido nuestra política. Tenemos muy claro que competimos a unos precios razonables y adecuados a la calidad que ofrecemos,”* señala el Presidente.

Su mayor fortaleza está entre los 80-100 CV, precisamente uno de los segmentos de potencia en el que más están cayendo las ventas en los últimos tiempos. *“Lo estamos acusando, como todas las marcas, pero trabajamos para salir delante en esta delicada situación,”* comenta el Director Comercial, Antonio Pérez Gamarra.

En este contexto, la demanda parece mostrar un cambio de tendencia y algunas marcas importantes han optado por ampliar sus catálogos. Duplican la oferta en determinados nichos de mercado, sumando a los modelos de altas especificaciones otros con muchas menos prestaciones y un precio notablemente inferior. *“Es absurdo competir solamente por precio frente a los tractores que están introduciendo ahora otras marcas fabricados en países con unos costes de producción más bajos y con unos niveles de especificaciones inferiores. Estamos incidiendo mucho para que los profesionales no valoren solo el precio en el momento de la compra, sino a lo largo de la vida del tractor. Y, normalmente, el cliente de Kubota lo valora,”* afirma Antonio José González.

El Director General tiene muy claro que *“se está produciendo un desplazamiento en las preferencias del cliente.”* *“Donde antes quería más especificaciones, quiere ahora menos precio,”* prosigue, *“hay marcas muy importantes que están introduciendo modelos ‘económicos’, pero siguen conservando en el mismo rango de potencia los modelos con más especificaciones. Misma potencia, distintos modelos. Nosotros no tenemos esos modelos más desespecifi-*



Kverneland

Hace unos meses, Kubota Corporation adquirió el fabricante de implementos Kverneland Group. Hasta ahora, esta operación no ha tenido influencia en la comercialización de ambas marcas. *“Son decisiones que se toman desde la central,”* explica el Presidente de Kubota España. *“Oficialmente, nosotros lo supimos cuando ya estaba materializada la operación. Lo que se nos ha comunicado desde Kubota Corporation es que nosotros seguimos con nuestra red de distribución, y Kverneland con la suya. ¿Qué pasará en un futuro? Todas esas gestiones se llevan en la central y cuando haya algún cambio nos lo trasladará”.*

Continuidad asegurada

Kubota España es la comercializadora de los tractores Kubota en nuestro mercado. En Portugal, trabaja conjuntamente con el importador, Tractores Ibéricos. *“No va a cambiar nuestra estructura, ni hay ninguna previsión desde el grupo de modificarla,”* explica el Director Comercial. Antonio Pérez Gamarra dejó claro que *“no tiene ninguna base quien diga que no vamos a continuar así”.*

Yasuyuki Kanamori y Antonio José González Moreno, durante la entrevista en las instalaciones de Kubota España.





Concesionarios

Desde Kubota España se reconoce que *"en los concesionarios hay mucha preocupación por la situación económica del país y porque el mercado no para de caer"*. *"Pero se muestran confiados en el futuro con respecto a Kubota, porque siguen contentos con el apoyo que reciben, nuestra forma de trabajar y con el producto"*, añade el Director General.

Confianza en España

En Kubota Corporation siguen mostrándose esperanzados con las posibilidades que ofrece el mercado español. Así al menos lo señala Yasuyuki Kanamori: *"Siguen pensando que merece la pena. Es un proyecto a largo plazo"*.

Espacios Verdes

Es otro de los mercados en los que está presente la marca, con una oferta de productos muy destacada. Pero la coyuntura económica española le está afectando especialmente porque *"gran parte de los consumidores de este tipo de productos son ayuntamientos, y todos sabemos su situación actual"*, explica Antonio José González. *"Podemos mejorar la red de ventas de espacios verdes, pero no acompaña el mercado actualmente"*, agrega.

cados, hemos seguido el camino de evolucionar hacia adelante en la relación calidad-precio. Y tenemos que saber explicarlo muy bien, sin centrarnos solamente en el precio."

Yasuyuki Kanamori es rotundo y envía un mensaje a los agricultores de otras marcas: *"El mejor embajador de Kubota es el que tiene un tractor de los nuestros. No hable conmigo, ni con nuestros concesionarios, hable con el cliente de Kubota."*

Producto más potente

Uno de los 'caballos de batalla' de la marca ha sido su falta de tractores de alta potencia, una demanda enviada a Kubota Corporation desde la comercializadora española y su red de concesionarios. *"La 'pelota' está en el tejado de la central, a nosotros no se nos ha comunicado nada oficialmente"*, afirma Kanamori.

"Con Kubota Japón hay flujo en ambos sentidos", destaca el presidente. No en vano, mientras que a las instalaciones de la empresa en Leganés (Madrid) llegan palés con los elementos principales de un tractor para su montaje posterior, desde Kubota España se envían a Japón distintos tipos de componentes para su utilización en las

fábricas de la compañía. *"Es un negocio adicional para nosotros que, desgraciadamente, con Estados Unidos se ha reducido mucho últimamente"*, afirma Antonio José González.

En las últimas semanas están llegando importantes novedades de producto. Ya se comercializan en España la Serie 60, con motores adaptados a la normativa actual, que sustituye a la Serie 40. Y también se presenta la gama GX, con el modelo 110, que sustituye al 108, y además se amplía la oferta de potencia hasta los 135 CV con el M135GX.

Repunte de las ventas

Tras un primer semestre que fue especialmente difícil, que mantuvo la tendencia bajista iniciada años atrás, las ventas repuntaron el pasado mes de agosto. *"Lo achacamos al IVA (subió tres puntos el 1 de septiembre) y a los cambios de enfoque que hemos hecho en la empresa"*, dice el Director Comercial, Antonio Pérez Gamarra. *"Estamos empezando a recoger los resultados. Los tiempos han cambiado y las políticas anteriores no valen para los momentos actuales"*.

Precisamente sobre la subida del IVA, un sobrecoste



Tras recibir las piezas procedentes de Japón, el montaje final de los tractores se realiza en las instalaciones de Leganés.



El Presidente, Yasuyuki Kanamori, es el mejor ejemplo de la gran fluidez que existe entre la central de Japón y Kubota España.

Motores

Una de las divisiones más importante de Kubota Corporation es la que se ocupa de la fabricación de motores. En España, la comercialización de este producto se gestiona a través de otra empresa. "Es posible que en el futuro pudiera ocuparse Kubota España", anuncia Yasuyuki Kanamori.

Previsiones

De cara a 2013, el Director General de Kubota España opina que el mercado español de tractores nuevos "no puede bajar más", pero al mismo tiempo reconoce su error cuando a finales de 2011 hizo su pronóstico para el año en curso. "Creía que no podía seguir cayendo y fíjese cómo estamos, así que lo mejor es centrarse en estos últimos meses de 2012 y pelear día a día", asegura Antonio José González, que confía en una recuperación de los mecanismos de financiación. ■

que algunas empresas –no del sector agrícola– han anunciado su decisión de no repercutirlo en el cliente final, los dirigentes de Kubota se muestran claros: "Estos tres puntos llegan des-

pués de muchos sacrificios en el sector agrícola. A ninguna marca le sobran tres puntos porque las operaciones se hacen con márgenes muy pequeños."

TA Vicon FLOW

YouTube

ORIGINAL SPARE PARTS
A PART OF YOUR DAY

Conozca todo nuestro recambio en nuestra página web
<http://es.kvernelandgroup.com>

kverneland group