

ROB SMITH

Vicepresidente Senior del Grupo AGCO para EAME
(Europa, África y Oriente Medio)

"No es un problema gestionar una 'región' tan fragmentada"



Llegó al cargo en septiembre y en una de sus primeras entrevistas, Rob Smith se muestra confiado en el crecimiento y la expansión del Grupo AGCO en una zona tan desigual como la suya, con notables diferenciaciones de todo tipo.

JULIÁN MENDIETA

Usted está en una posición de gran responsabilidad, donde el desarrollo de los diferentes mercados es desigual, mostrando algunos de ellos en el sur de Europa, caídas continuas (Portugal, Italia, España), otros como Alemania y Francia, con oscilaciones, y con respecto a Europa del Este, con variaciones en algunos países como Rusia, Ucrania, Rumania; estable sólo Polonia, Hungría, Eslovenia y República Checa; Croacia con buenas perspectivas; África, después de las revueltas en el Magreb incierta, aunque hay planes en Argelia, y si hablamos de Oriente Medio... ¿Cómo armonizar las diferentes tendencias de su 'zona' de responsabilidad?

Por supuesto, la 'región' EAME (Europa, África y Oriente Medio) es una zona con una gran diversidad cultural y económica. Estas características diferenciadas tienen que ser consideradas para hacer negocios en cada país, si se quiere tener éxito. Yo lo veo como un reto y también una oportunidad: hay que ser conscientes de que algunas regiones son más fuertes y otras más débiles, para elaborar la estrategia adecuada para cada país. Pero no es un problema gestionar una región tan fragmentada.

Usted es responsable de marcas muy emblemáticas, como Fendt, Massey Ferguson,

son, Valtra, Laverda, Fella. ¿No le parece que son demasiadas para armonizar todo y tener redes de gran potencia?

No, más bien lo contrario. Tener varias marcas bajo el paraguas de AGCO es una importante característica, es parte de nuestra estrategia de plataforma. Todas ellas contribuyen al éxito de la compañía, nuestro modelo de negocio se caracteriza por la diversificación a nivel de alta calidad. Y todas las marcas se benefician de ser parte del Grupo AGCO como una de las empresas líderes en el mercado, ofreciendo una red fuerte y una sólida formación financiera. Somos un socio fiable.

Massey Ferguson, al menos a día de hoy, sufre una reducida oferta de tractores especializados para los mercados del sur de Europa. Además, las gamas de cosechadoras y máquinas forrajeras desarrolladas en los últimos años parece ser que todavía no están en el mismo nivel de la competencia. ¿Qué piensa hacer al respecto?

AGCO está invirtiendo considerablemente en investigación y desarrollo en estos sectores para cubrir la demanda y mejorar los productos ya existentes. Esto incluye también los planes de ampliar nuestra gama de productos en los próximos años.

Europa es un punto de referencia en términos de exigencias de calidad, que acaba de inaugurar las nuevas instalaciones de pintura de Massey Ferguson en Beauvais (Francia). Fendt ha experimentado un impulso, por no mencionar la fábrica de equipos de recolección de Breganze (Italia), junto a las



instalaciones en Finlandia de Valtra y Sisu. ¿Cómo coordina estas inversiones, equilibrando sinergias? Todo esto sin mencionar el resto de plantas en Estados Unidos, Brasil, Argentina y otros países.

La mecanización agrícola se está desarrollando rápidamente, especialmente desde un punto de vista tecnológico. En todo el mundo, la inversión en I+D, así como la introducción de las últimas técnicas en las instalaciones de producción es más importante que nunca. Por lo tanto, vamos a seguir invirtiendo en nuestras plantas en todo el mundo para asegurar el uso de las más modernas tecnologías y ofrecer elevados estándares de



Martin Richenhagen, CEO del Grupo AGCO, y Rob Smith en la reciente Agritechnica.

Experiencia en otros sectores

Rob Smith tiene una amplia experiencia en gestión internacional. Antes de acceder a su actual cargo, era vicepresidente y gerente general de la división global de componentes para motores de TRW Automotive, uno de los mayores proveedores mundiales de automoción. También fue presidente del Consejo de Supervisión de TRW Automotive GmbH. Antes de ello, fue vicepresidente de la división de automoción global de Tyco Electronics, y vicepresidente y director general de recambio de Bombardier Transportation. Entre 1993 y 2001, desempeñó varios puestos en la cadena de suministro en la industria automotriz con las compañías LucasVarity PLC, Lucas Industries PLC y BMW.

Asimismo, el Dr. Smith fue oficial de ingeniería de combate en el ejército de Estados Unidos. Obtuvo su Licenciatura en Ciencias en Ingeniería de la Universidad de Princeton, seguido de un MBA en la Universidad de Texas, en el Austin Graduate School of Business. Obtuvo el doctorado alemán en Dirección de Operaciones Internacionales del WHU de Coblentz y es miembro del Consejo de Dirección de la Cámara Americana de Comercio en Alemania.

alta calidad. La coordinación de estas inversiones se basa en un análisis continuo de las demandas y prioridades.

AGCO es un grupo presente en todo el mundo. ¿Cómo se beneficia de ello desde su área de responsabilidad? En cuanto a la planificación de las estrategias de producto, ¿siguen un código de conducta o se realizan ajustes específicos en función de los mercados?

Cada región y cada equipo, también en AGCO EAME, se beneficia de ser parte de un grupo global. Como indiqué anteriormente, las ventajas estratégicas que ofrecen las diferentes regiones orientan e influyen en el negocio. Pero ciertas adaptaciones a algunos mercados específicos tienen que ser hechas, de lo contrario no se puede tener éxito.

En ciertos nichos de mercado, ciertos productos de sus diferentes marcas compiten entre ellos con características muy similares. ¿No es esto un riesgo, o se trata de un riesgo 'calculado'?

No es un riesgo, está calculado. Es parte de nuestra estrategia ofrecer una amplia gama de productos para que nuestros clientes puedan elegir, siempre con la condición de que podamos cumplir con la demanda y entregar alta calidad.

¿Cómo ve, desde su perspectiva, la evolución de los mercados de su área de responsabilidad en 2014 y cómo definiría el mercado de la maquinaria agrícola, desde el punto de vista AGCO?

Estoy bastante confiado en que en 2014 el mercado se va a desarrollar de una manera positiva, tanto para la región EAME como en todo el mundo. El próximo año se verá, como todos esperamos, si Europa supera realmente la crisis financiera. Esperamos un crecimiento del mercado de la maquinaria agrícola como pilar importante para asegurar el suministro de alimentos de una población mundial en crecimiento. Por lo tanto, zonas como África y Oriente Medio contribuirán a un aumento de la demanda de maquinaria agrícola y, por lo tanto, para el éxito de AGCO. ■