

UN RECORRIDO POR LA HISTORIA DE LA COMPAÑÍA QUE TIENE COMO OBJETIVO UNA FACTURACIÓN DE 40.000 MILLONES DE EUROS EN 2018

# John Deere conmemora su 175 aniversario

**La multinacional John Deere ha celebrado el 175 aniversario de su fundación, con una visita de los medios de comunicación de la Región 2 a su sede central, principales centros de producción en Estados Unidos, y el mismísimo lugar en el que comienza la historia de un emprendedor sin precedentes que empezó fabricando un revolucionario arado y que ha llevado a esta compañía a un beneficio neto de más de 2.150 millones de euros en 2011 y 64 fábricas alrededor de todo el mundo.**

Alex Blas.

Redacción Vida Rural.

**J**ohn Deere revolucionó la agricultura e hizo del cultivo de los duros suelos del Medio Oeste americano una empresa productiva y rentable», afirma Samuel R. Allen, el actual y noveno presidente de la compañía en todos sus años de historia.

El primer presidente fue un herrero nacido en 1804, el cuál en un pequeño pueblo del estado de Illinois –Grand Detour– fabricó en su pequeña herrería familiar su primer arado de vertedera autolimpiable. Su nombre, John Deere. Desde entonces y hasta hoy, la compañía que lleva su nombre se ha ido consolidando en el panorama internacional como una de las grandes empresas de maquinaria agrícola. Pero, no ha sido un camino fácil, ni mucho menos.

## El comienzo

El comienzo de la compañía fue una herrería –ahora convertida en John Deere Historic Site– que empezó en 1837. En dos años se multiplicaron las ventas, llegando a una producción de 100 arados en 1842. Actualmente se puede realizar una visita turística de la antigua casa y la recreación de dicha herrería, donde un guía explica y muestra detalladamente los secretos de la fundición y manejo de los materiales de aquella época.

Debido al auge en ventas de sus arados, Deere decidió trasladarse a una ciudad más grande donde poder desarrollar y potenciar su ya consolidado negocio, decidiéndose por Moline (Illinois), para aprovechar las oportunidades de transporte y energía fluvial que aportaba el río Mississippi. Poco a poco la compañía empezó a crecer, y tras varios años con cambios de nombre, la muerte de su fundador y el registro del ciervo



Placa conmemorativa de John Deere Historic Site, en el lugar de la antigua herrería de 1837, donde John Deere forjó su primer arado de vertedera autolimpiable.



Réplica de la herrería de 1837 en Grand Detour (Illinois) en John Deere Historic Site.

como marca comercial, en 1912 se introdujeron en el negocio de la recolección. De esta forma fue inaugurada en 1913 la fábrica Harvester Works, en Moline.

## Harvester Works

Dicha fábrica –una de las más grandes de cosechadoras del mundo (con casi 100 hectáreas de superficie, 30 de ellas bajo techo)– está especializada en recolección de cereales. Aquí se fabrican cinco modelos distintos de la

serie S, cuyas máquinas están constituidas de aproximadamente 18.500 piezas (de las cuales el 80% se fabrican en la Harvester Works de Moline), con una vida útil media de diecisiete años y cinco utilitarios. La primera cosechadora de cereales que salió de Harvester Works fue el Modelo nº2 en 1927. Desde entonces tienen una producción constante, de la cual solo el 60% es vendida en Norteamérica, mientras que el otro 40% es vendido a nivel internacional. Con más de 2.100 emple-

ados en las fases de mayor producción, el año que viene celebrará su centésimo aniversario.

También se localiza en Moline la fábrica de sembradoras, una de las más antiguas de la compañía y donde se producen las sembradoras serie 1700 y DB, con más de 800 empleados que producen una media de 45 sembradoras al día, de las cuales más del 60% se exportan fuera de Estados Unidos.

Pero continuando con la historia de Deere & Company, llegamos a una fecha bastante significativa, ya que en 1918 se da un paso definitivo para el futuro estratégico y comercial; la compra de la compañía de tractores Waterloo Boy. De esta manera, John Deere pasó de ser un negocio de arados tirados por caballos, a uno de tractores de gasolina.

### John Deere Waterloo Works

Deere & Company siguió vendiendo los tractores bajo el nombre Waterloo Boy hasta 1923, cuando se presentó el John Deere Modelo D. Desde entonces se han fabricado todas las series, desde los utilitarios (series del 1 al 4) hasta los de mayor tamaño, en las que ahora se centra la fabricación, las series 7R, 8R y 9R. Actualmente la fábrica de Waterloo es una de las más grandes del mundo, con más de 6.000 empleados, una superficie de 66 hectáreas y seis instalaciones.

Una de las instalaciones más importantes hoy en día es el centro de ingeniería de productos, donde trabajan más de 1.700 empleados de quince países distintos, y donde ingenieros cualificados producen planos computarizados para tractores, cajas de cambios, árboles de transmisión, diseños, virtuales en 3D y la realización de diferentes test: análisis de ruidos, vibración del tractor, cabina y asiento, potencia, pruebas en campo, tracción, etc.



Fábrica de Harvester Works, Moline (Illinois).

El resto de instalaciones se reparten las operaciones de fundición, mecanizado de motores, las operaciones de trenes de fuerza (donde se fabrican ejes, enganches hidráulicos y otros componentes) y las operaciones dedicadas al montaje de cabinas. En cuanto a su futuro, la compañía ha anunciado recientemente que invertirá más de 52 millones de euros en la ampliación de la capacidad productiva de sus instalaciones (en más del 10%).

### Apertura de nuevas fábricas

La siguiente gran adquisición fue en 1947, cuando el Gobierno estadounidense decretó la venta de una gran planta de fabricación de armas para la industria militar

en Des Moines, Ankeny (Iowa). John Deere necesitaba más fábricas debido a la demanda creciente de maquinaria agrícola después de la II Guerra Mundial, y compró dicha planta. Con unas 1.400 personas en plantilla, actualmente se trata de una fábrica de pulverizadores autopropulsados, cosechadoras de algodón, equipos de siembra y herramientas y aperos de labranza que ocupa una superficie de aproximadamente 23 hectáreas.

En cuanto a las características de montaje y fabricación, el pulverizador modelo 4630 de 165 CV se monta en una línea, mientras que los modelos 4730, 4830 y 4930 son montados en la segunda línea. La secuencia de fabricación se inicia con la unidad principal sobre las ruedas para,

posteriormente, ir añadiendo los demás componentes: motor, cabina, etc, dejando para el montaje final la cisterna y los componentes más pequeños. Después, las máquinas son revisadas para garantizar la calidad: una inspección dos veces por semana de dos días de duración cada uno.

Respecto a las cosechadoras de algodón, se fabrican dos modelos; el 7760 de seis hileras que empaqueta el algodón cosechado, y el 7660 que lo recoge en una cesta. Estas máquinas constan de alrededor de 15.000 componentes, muy lejos de la primera cosechadora de algodón de dos hileras que revolucionó el mercado en 1950.

En cuanto a su futuro, Deere & Company ha confirmado sus planes de ampliación, con los que se podrán mantener 400 empleos como resultado directo, se invertirán alrededor de 64 millones de euros en mejoras y se construirá un nuevo pabellón de unos 28.000 metros cuadrados para el montaje de productos. Está previsto que la construcción del nuevo edificio comience durante la primavera del presente año y empiece la producción en la primavera de 2013.

### Expansión territorial

Después de la compra de Waterloo Boy, y tras pasar años de estancamiento y ventas descendentes en la década de los treinta, en 1956 la compañía expande su presencia en el mundo, construyendo una pequeña planta de montaje de tractores en Méjico y adquiriendo una participación mayoritaria de una constructora alemana de tractores y cosechadoras llamada Heinrich Lanz, instalada en Francia y Alemania.

En 1958 empieza a funcionar John Deere Credit, para financiar la compra de equipamiento de la compañía. La siguiente expansión a nivel internacional de los canales



Réplica del tractor original Waterloo Boy en la tienda oficial de John Deere de Moline (Illinois).

de distribución y venta fue en la entonces Comunidad Europea en la década de los 60, con la creación de sucursales en España (1964), Reino Unido e Irlanda (1966), Francia, Alemania e Italia en 1967 y Suecia en 1968. Mientras, John Deere Export (más adelante llamada John Deere International), fundada en 1967, atendía las necesidades de los clientes de los mercados restantes de CE, África y Oriente Medio.

Su crecimiento dentro del mercado europeo tuvo una consolidación industrial generalizada en los 80, cuando la compañía amplió su gama de productos para agricultura y jardinería adquiriendo Sabo (1991), así como Kemper y un fabricante de pulverizadores de los Países Bajos en 1997.

A partir de los 90 la compañía comenzó su expansión hacia el este. Se creó la organización de concesionarios nacionales y formaciones de sucursales comerciales en Polonia y Rusia, y fábricas de equipamiento para siembra en las localidades rusas de Orenburg y Domodedovo.

### Concesionarios actuales en el Medio Oeste

John Deere es ahora una compañía con 64 fábricas distribuidas en 64 países, con un total de 61.000 empleados. En 2010 las ventas netas fueron de 19.000 millones de euros, de las que aproximadamente dos tercios de las mismas fueron de la región de Estados Unidos y Canadá, y un tercio en el resto del mundo.

Para hacerse una idea de que es John Deere en el presente, durante el viaje con motivo del 175 aniversario, se visitó un concesionario tipo del Medio Oeste de Estados Unidos. P&K Equipment es en términos de ingresos uno de los diez mayores concesionarios de John Deere de EE.UU., con casi 228 millones de euros de facturación al año, y que posee seis cen-



Réplica del arado fabricado por John Deere en 1837 en la sede central de la compañía de Moline (Illinois).

tros en Iowa y otros diez en Oklahoma.

Iowa es un Estado –conocido como el corazón de América– donde la agricultura es de vital importancia a nivel económico. Los agricultores poseen tierras de gran extensión, de entre 1.500 y 3.000 hectáreas –algunas incluso de 25.000 hectáreas–, y cuyos propietarios pueden ser hasta veinte. Las ventas de los centros de P&K en Iowa facturan entre 30 y 34 millones de euros por equipos nuevos al año, 30 millones por equipos usados, 7,5 millones por el servicio y casi 5 millones por recambios. Entre todos sus centros trabajan 140 empleados (una media de 20-25 en cada centro) y cubren una superficie de aproximadamente 1,5 millones de hectáreas de tierras de cultivo.

En Oklahoma, sin embargo, los agricultores no tienen explotaciones tan grandes, aunque año tras año el tamaño medio está aumentando considerablemente. Sus centros poseen 240 empleados (también con una media de 20-25 trabajadores por centro), los cuales, en palabras del gerente general de P&K Oklahoma, Scott Eisenhauer, «necesitan hoy en día personal muy cualificado, no sólo mecánicos, sino que actualmente hay una fuerte demanda de especialistas en electrónica, informática y gestión de datos». De

hecho, John Deere en 2011 lanzó la estrategia mundial del “concesionario del mañana”, para según Eisenhauer, «adaptarse a la consolidación de la agricultura en el campo, de forma muy organizada y consiguiendo el apoyo de distintas universidades, tanto para el desarrollo de programas de cooperación y mejora de la cualificación de sus propios empleados como para programas de formación a los clientes sobre nuevas tecnologías en nuestros propios centros».

En cuanto a las ventas de los centros de Oklahoma, los equipos nuevos facturan 50 millones de euros al año, los equipos usados unos 34 millones de euros, por servicio prestado se facturan alrededor de 7,5 millones de euros y por recambios un total de casi 17 millones de euros.

Eisenhauer también comentó la situación actual de mercado para la compañía: «vender un producto John Deere en Estados Unidos es bastante fácil, los competidores no se han hecho todavía con un público fiel», si bien Patt Happe, gerente general de P&K Iowa añadió que «en el mercado de tractores de baja potencia cada vez está habiendo mayor competencia». Por último comentaron datos interesantes sobre las ventas en Estados Unidos, cómo la gran fidelidad de los agricultores ameri-

canos a una marca en concreto, o la media de sustitución de un tractor en Estados Unidos, que es de tres a cinco años.

### Estrategia FarmSight

Ya en la última década, y bajo el nombre de John Deere FarmSight, se encuentra la estrategia de presente y futuro de la compañía. «No se trata de un producto, sino de una estrategia global cuya finalidad es que la productividad pueda subir, optimizando la maquinaria agrícola, la logística y la toma de decisiones», asegura Georg Larscheid, gerente de Soluciones Integrales de la Región 2. La estrategia FarmSight se desarrolla dentro del ISG (Intelligent Solution Group), que se compone de 900 empleados distribuidos en seis localizaciones a lo largo del mundo.

FarmSight propone maquinaria inteligente, soluciones de gestión agrícola innovadora (AMS) y servicios de valor añadido. Para el cliente supone más precisión y mayor rentabilidad (hasta 5 euros por hectárea según la compañía), y para los concesionarios y los comerciales nuevas oportunidades de negocio.

Bajo esta estrategia, los tractores, cosechadoras y pulverizadores que salen actualmente de la fábrica, vienen equipados con sistemas inteligentes. Todos los tractores de las series 6R, 7R, 8R y 9R, están completamente preparados para Isobus, y presentan como equipamiento nuevo el display GreenStar 3 de consola Command Center plenamente integrado según Isobus 11783 con pantalla táctil opcional. También vienen preparados los tractores 7R, 8R y 9R con el sistema de guiado automático Autotrac y sistema de seguimiento de pasadas paralelas.

Asimismo incorporan el nuevo JDLink Ultimate con servicio de aviso remoto, gracias al cual se puede saber la posición exacta de las máquinas en un mapa, dónde

# La alternativa de valor para tus necesidades que crecen



## NEUMÁTICOS DE AGRICULTURA



### **AGRIMAX** RADIAL TRACTOR TYRES

Mucho más que una respuesta tecnológica a las exigencias específicas de la agricultura moderna: un proyecto innovador que transforma las prestaciones en términos de eficiencia operativa, seguridad y confort.

El valor de la investigación BKT se concentra en Agrimax. En su estructura, más resistente para exaltar las prestaciones durante más tiempo. En su mezcla, para alargar la vida y reducir los costes de ejercicio. En el diseño de su banda de rodadura, desarrollado para trazar inéditos estándares de confort y facilidad de conducir, incluso por carretera.

Neumáticos de Agricultura BKT: respuestas innovadoras, en una gama entre las más completas y competitivas del mercado.

**BKT**  
GROWING TOGETHER

hay puntos de abastecimiento de agua o combustible cercanos, estado actual, horas de funcionamiento, consumo de combustible, o estado del motor y temperatura.

### Comunicación Machine Sync

En cuanto a las soluciones de gestión agrícola (AMS), se encuentra el nuevo Machine Sync, para la optimización de la logística de la cosecha. Se trata de un sistema de comunicación para que una cosechadora en pleno trabajo “hable” con el tractor y su remolque. Se trata del intercambio de datos en tiempo real sobre la marcha, de tal manera que se proporciona a los operadores del tractor y cosechadora la información apropiada para mejorar la cadena logística.

Hay cuatro estados de funcionamiento de Machine Sync. El primero de ellos es el inactivo, es decir, cuando el tractor no se encuentra en la órbita cercana de la cosechadora. El segundo paso es cuando el tractor con su remolque entra en dicha órbita, el tercero es el estado llamado de adquisición, cuando cosechadora y tractor empiezan a comunicarse ya en la zona de trabajo, y por último, el paso final, es el control total del tractor.

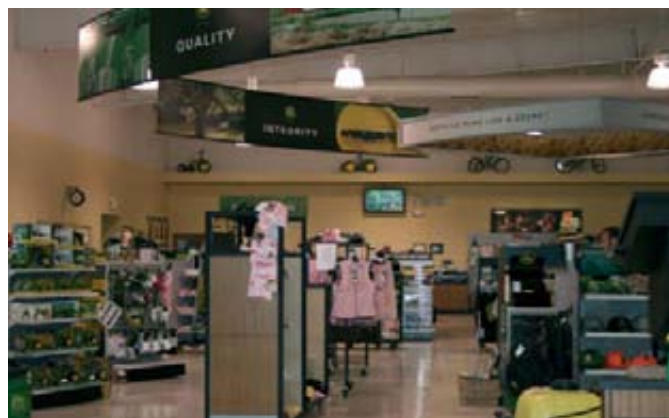
Así, primero, en el monitor integrado de la cabina, el operador del tractor puede ver en un mapa la localización exacta de la cosechadora (y viceversa), para lograr la aproximación precisa deseada. Posteriormente el operador del tractor acepta la solicitud de descarga, y con un sistema de dirigente-seguidor, permite que el operador de la cosechadora tome totalmente el control del tractor y su remolque controlando la velocidad y sentido de avance del mismo. Además irá descargando automáticamente en marcha mientras se mantiene la velocidad de trabajo.

Los componentes necesarios en el tractor son además de Machine Sync, el sistema de Autotrak con StarFire Receiver y el display

GS3 2630 en ambas máquinas. Por último señalar que se basa en un sistema 10-3-1, diez máquinas funcionando y comunicándose a la vez, en 3 millas de distancia (casi 5 km) y una sola red inalámbrica de comunicación. Todo ello hace que este sistema de comunicación y guiado pueda aumentar de manera considerable el rendimiento y la rentabilidad de la maquinaria y de las explotaciones agrícolas en su conjunto.

### Más soluciones de gestión de futuro

Otra solución de gestión (AMS) es el sensor HarvestLab para analizar los componentes del material cosechado, porcentaje de



Interior del concesionario P&K Equipment en Iowa.

materia seca, así como la detección de otros parámetros de ensilado, como el contenido de proteína cruda, azúcar y almidón. El análisis se puede realizar en un sensor portátil o sobre la marcha en las picadoras de forraje autopropulsadas.

El complemento de JD Link es el Service Advisor Remote, con el que el concesionario puede acceder de modo remoto al sistema de diagnóstico de la máquina, y así el técnico podrá leer también de forma remota los códigos de fallos y detectar los repuestos necesarios.

Por último la necesidad de una mayor precisión ha hecho que

las aplicaciones de automatización de máquinas y guiado se implanten bajo sistemas RTK (+/- 2 cm), por lo que un número creciente de concesionarios de John Deere las ofrece en sus áreas.

### Líneas futuras de investigación

La Sede Central de Moline alberga el centro de ingeniería, donde se establecen y se presentaron a medios de comunicación internacionales las futuras líneas de investigación, así como los datos y cifras de la compañía en los últimos años. «John Deere es una de las empresas más antiguas de EE.UU, pero la innovación sigue siendo fundamental» apuntaba

En cuanto a las líneas futuras de investigación y desarrollo destacan las basadas en maquinaria autónoma (con sistemas de AutoTrac con RTK y iTech Pro), eléctrica y robótica, estrategias de sostenibilidad medioambiental y de manejo eficiente de agua. En esta última, la compañía está haciendo especial hincapié, definiéndolo como objetivo prioritario, «no como en los últimos años –señalan desde el centro de ingeniería de la compañía – donde los objetivos han sido insumos como fertilizantes y pesticidas». También las líneas futuras de investigación se basarán en el diseño, la mejora de la ergonomía de las máquinas y la interfaz del usuario.

La estrategia general como compañía es la consecución de un objetivo ambicioso; alcanzar en 2018 una cifra neta de ventas cercano a los 40.000 millones de euros con la progresión de todas sus áreas de negocio. Además se espera que para este año, las ventas sean mayores en mercados fuera de Estados Unidos y Canadá, especialmente en los países BRIC. Por ello John Deere quiere aprovechar las oportunidades de crecimiento, y ha anunciado recientemente la construcción de siete nuevas fábricas en Brasil, China, India y Rusia.

El herrero John Deere dijo un día «nunca voy a poner mi nombre en un producto que no tiene lo mejor que hay en mí». Si ahora levantase la cabeza, podría ver lo que ha conllevado la construcción del primer arado de acero pulido hace 175 años. «John Deere inculcó cuatro valores centrales en esta compañía –explica el actual presidente y consejero delegado, Sam Allen– hoy, quienes trabajamos en John Deere seguimos respetando esos valores tan importantes que son: integridad, calidad, compromiso e innovación, y creemos firmemente que estos valores han sido la clave de la ya larga historia de nuestra empresa». ●