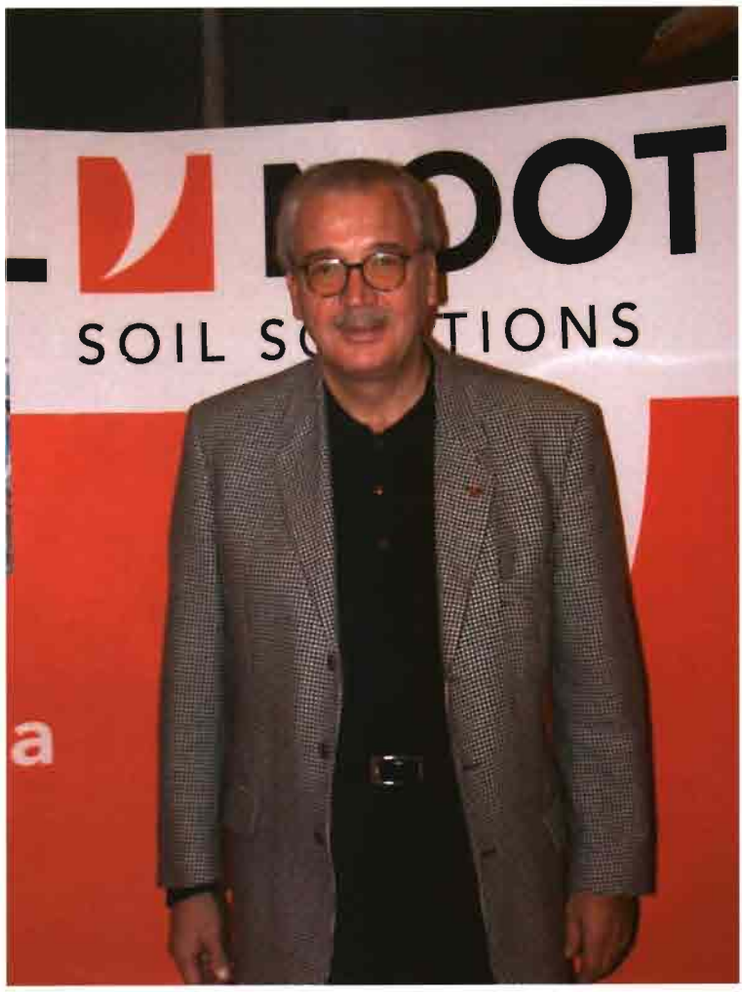


ÁNGEL PÉREZ

DIETER MENGELE, PROPIETARIO DE VOGEL & NOOT

"VAMOS A SER LA MARCA DE REFERENCIA EN MAQUINARIA PARA LA PREPARACIÓN DEL TERRENO"



Hace unos meses, el grupo Vogel & Noot vendió su negocio agrícola a Mengele, una marca que durante muchos años gozó de un gran prestigio en los mercados internacionales de la maquinaria agrícola. El pasado mes de diciembre, con motivo de la celebración de SAMATEC, viajó a Madrid el nuevo propietario de la empresa, Dieter Mengele, que en esta entrevista explica los proyectos en los que trabaja la compañía que pasan por asentar su presencia en los mercados europeos e identificar la marca como un producto de indudable calidad.

¿Qué le llevó a tomar una decisión tan importante como la adquisición de Vogel & Noot?

Vogel & Noot era una gran empresa con presencia en diferentes sectores, cuyos propietarios decidieron dividirla en tres áreas y vender algunas de ellas, como la dedicada a la maquinaria agrícola.

Yo, personalmente, procedo de este sector, de otra compañía alemana llamada Mengele, especializada en la fabricación de remolques autocargadores para forraje. Este negocio se canceló en 1986 y durante este tiempo he intentado encontrar buenos nombres, buenas compañías para construir y vender con la mejor calidad.

Cuando establecí contacto con Vogel & Noot y visité sus instalaciones, me di cuenta en seguida de la eficacia con la que se realizaba el trabajo en cada una de sus fases y puedo asegurar que esta empresa es una gran potencia en la fabricación de maquinaria agrícola con productos altamente cualificados.



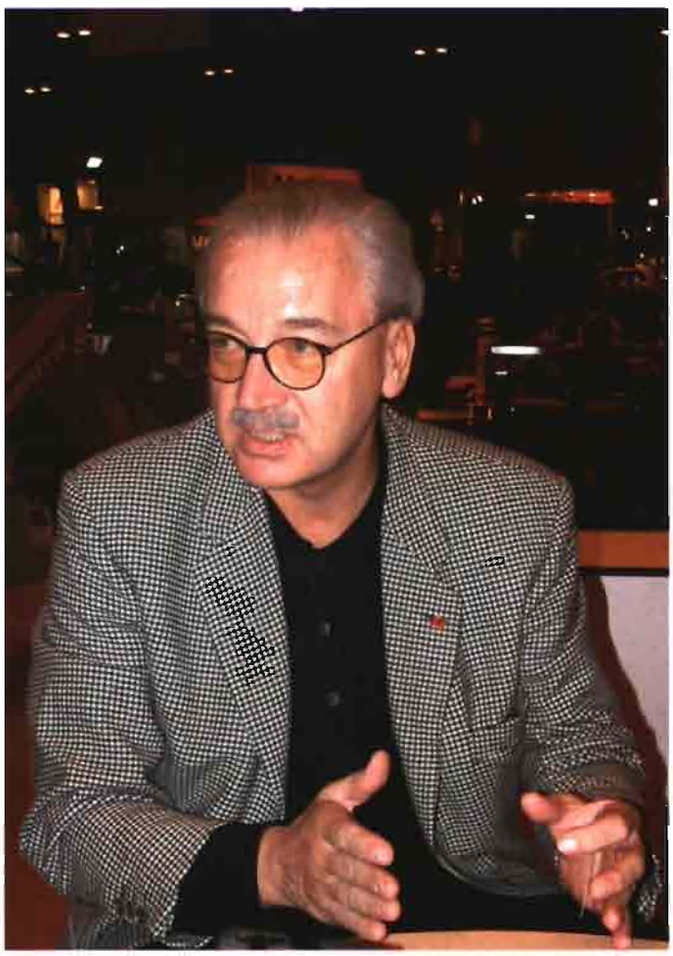
Dieter Mengele, en el stand de la marca en SAMATEC '04 junto al director de Exportación del grupo, Klaus Pinitsch, y al responsable de la filial española, Pascual Galindo.

¿Qué proyectos se traza a medio y largo plazo?

Somos una compañía con varias filiales, 550 empleados y un volumen de ventas de unos 57 millones de euros. Nuestro objetivo para los próximos cinco o seis años es convertirnos en el principal fabricante de equipos para la preparación del terreno y siembra y queremos ser reconocidos como la mejor marca. Soy muy optimista con el futuro de la empresa, a pesar de que las condiciones actuales de los mercados no son las mejores ni mucho menos.

¿Cuáles han sido los principales cambios que se han producido en la empresa desde su llegada?

Nosotros separamos claramente todas las divisiones. Tenemos *Vogel & Noot Soil Solutions* (soluciones para la tierra), que es nuestro principal negocio, donde abarcamos todos nuestros productos dedicados a la preparación del terreno, como arados, gradas, etc. Dividimos la producción y creamos una compañía, llamada *Premium Parts*, centrada ofrecer piezas de la máxima calidad.



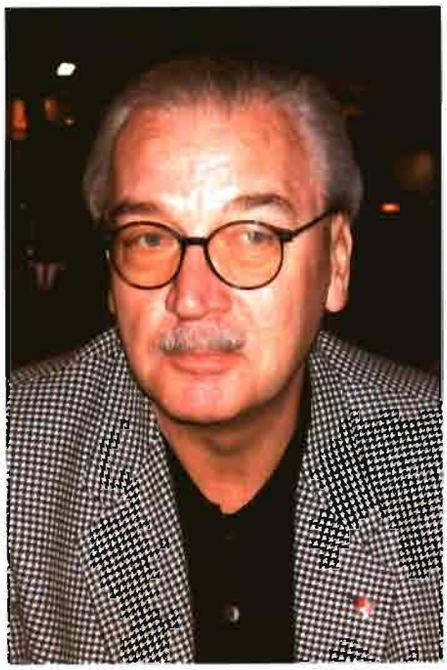
Tenemos otra compañía en Austria (MLT), que es el principal importador de maquinaria agrícola en este país, que se ocupa de la comercialización de muchas e importantes marcas de maquinaria agrícola, tanto para el propio mercado austriaco como para Hungría.

¿Qué opinión tiene de la gama de producto de Vogel & Noot, y que evolución ha mostrado en estos últimos tiempos?

El producto de referencia de Vogel & Noot históricamente ha sido el arado. Actualmente, estamos centrados, no sólo en consolidar nuestro liderazgo en este producto, sino en ir ampliando y mejorando nuestra presencia en productos relativos a la preparación del terreno. Por ejemplo, para el próximo año tenemos prevista la presentación de importantes novedades en nuestra línea de cultivadores, que nos permitirá disponer de una oferta mucho más completa. También mostraremos avances en el segmento de gradas y vamos a ser la marca de referencia en maquinaria para la preparación del terreno, con equipos líderes no sólo en arados.

Centrarse tan decididamente en los 'equipos de suelo', ¿puede suponer un obstáculo para el desarrollo de otro tipo de producto como las sembradoras?

Hace diez años que Vogel & Noot dispone en su catálogo de sembradoras neumáticas y desde este último año también ofrecemos sembradoras mecánicas. Como es conocido, nosotros no las producimos íntegramente y compramos componentes a otras empresas, de cuyo ensamblaje sí que nos ocupamos nosotros en nuestras instalaciones. Nuestro objetivo es que en tres o cuatro años podamos asumirlo todo totalmente.



"Muchos mercados, entre ellos el español, viven un momento crítico debido al fuerte incremento de los precios de las materias primas y su repercusión en la maquinaria agrícola"

En algunos mercados internacionales se viene cuestionando desde un tiempo el empleo del arado de vertedera y su influencia en los suelos. Parece que, junto a los trabajos de mínimo laboreo, la siembra directa también gana adeptos. ¿En qué forma puede afectar esta nueva tendencia a su compañía? ¿Se plantean incluso la posibilidad de acceder a un segmento tan específico como el de las sembradoras de siembra directa?

Desde luego, es un tema que nos preocupa. Estamos trabajando con otras compañías para poder ofrecer unos productos de mayor nivel tecnológico y muy respetuosos con los distintos tipos de cultivos y los terrenos donde se trabaja con ellos. No obstante, me gustaría destacar que en algunas zonas de Europa en las que muchos agricultores se habían pasado del arado al cultivador y equipos de mínimo laboreo, han terminado volviendo a utilizar el arado de vertedera después de sufrir muchos problemas con los terrenos, básicamente con el crecimiento incesante de las malas hierbas. Por tanto, esta corriente negativa hacia el arado de vertedera, procedente de América, no es aplicable de igual forma a Europa, puesto que las características agronómicas de nuestros suelos son netamente diferentes. Y tampoco creo que sea interesante plantear un debate sobre *"arado sí, arado no"*.

¿Cómo puede competir, en un mercado donde prima el precio, un producto del status diferenciado de Vogel & Noot, sin que vaya en detrimento de la calidad?

No es nada fácil. Trabajamos muy duro para encontrar la fórmula que nos permita ofrecer a los agricultores una gran calidad de producto a un precio excepcional. Tenemos que ser muy cuidadosos con este tema, porque insisto en la dificultad que supone para una compañía como la nuestra acceder a nichos de mercado muy concretos, en los que la competencia más fuerte no es la de otras marcas de prestigio, sino de fabricantes locales que tienen una importante penetración en zonas determinadas. Pero por encima de todo, nuestro factor diferencial debe ser nuestra elevada calidad.

Todos los fabricantes están sufriendo el problema que supone en los últimos meses el incesante crecimiento de los precios de las materias primas. Es tal el aumento de precio que algunas de estas grandes compañías, con el fin de evitar su repercusión íntegra en el cliente final, están dispuestas a asumirlo incluso a costa de reducir márgenes comerciales. ¿En qué línea se mueve Vogel & Noot?

Sin lugar a dudas, estamos en una situación muy crítica, porque nuestra producción está principalmente basada en el acero y nosotros tenemos puntos esenciales de nuestro sistema de calidad que han visto incrementado su coste entre un 70-80%. Después de realizar nuestros cálculos, hemos llegado a una solución 'mixta' y nos he-



mos visto obligados a asumir alrededor de la mitad de esos incrementos del material, porque el mercado no puede encajarlo íntegramente en los precios finales. Tenemos que encontrar vías para ahorrar costes de producción, porque los fabricantes no podremos asumir por mucho tiempo estos tremendos aumentos de precio de las materias primas.

Tanto el mercado español como algunos otros atraviesan un periodo decisivo. Para nosotros, desde la central, sería muy fácil repercutir a las filiales, en este caso a Pascual Galindo como principal responsable en España, un 10-12% de incremento. Pero sería absolutamente ridículo porque todos sus esfuerzos durante muchos años podrían verse afectados por una medida inadecuada. Nuestras previsiones es que esta situación es coyuntural y que en tres o cuatro años se pueda ver una bajada de precios, entre otras cosas porque el sector no podrá soportar esta tendencia mucho más tiempo.

Una compañía de marcado carácter europeo como Vogel & Noot, ¿se plantea su apertura a otros continentes?

De momento, estamos centrados en Europa Occidental y ahora poco a poco también en los países del Este, donde observamos muy buenas perspectivas para algunas zonas, como Rusia, Ucrania o Polonia. Y debo decir que en algunos mercados ya somos líderes indiscutibles, como es el caso de Rumanía.

La introducción en estos países, cuyos niveles de exigencia tecnológica pueden ser inferiores a los de Europa Occidental, ¿podría provocar el nacimiento de una gama de producto de nivel inferior dirigido a este tipo de mercados?

No queremos hacer nada que vaya en detrimento de nuestros estándares de calidad. La filosofía de la compañía es mantener una sola línea de trabajo y estamos buscando las estrategias que nos permitan crecer en estos países sin menoscabo de la calidad.

"ESTAMOS MUY CONTENTOS CON LA FILIAL ESPAÑOLA"



En España, Vogel & Noot dispone de una filial que viene obteniendo unos resultados muy satisfactorios. ¿Qué primera impresión ha tenido tras conocer su trabajo y nuestro mercado?

Lo primero que quiero dejar claro es que Vogel & Noot España está muy bien organizada y no es extraño que sea una compañía líder del mercado. Estamos muy contentos con el trabajo del equipo que dirige Pascual Galindo, y con él en particular, porque lo están haciendo muy bien.

Sé que España es un mercado muy competitivo, con unos precios que pueden ser de los más bajos de Europa, lo cual es debido a varias razones, entre ellas la existencia de muchos fabricantes pequeños que también tratan de ganarse su espacio frente a otros grandes grupos internacionales. Pero el español es un mercado muy interesante para nosotros, porque nos permite también desarrollar máquinas con unas características muy particulares. Nuestros principales mercados exteriores son Alemania, Francia y España y nosotros tenemos que estar aquí presentes como uno de los competidores más fuertes.

Usted es alemán, un país donde casi el 10% de la población es de origen turco. Y este país parece decidido a ingresar próximamente en la UE. ¿Tienen algún plan de desarrollo en este mercado?

Por ahora, no. En Turquía existen muchos pequeños agricultores y las fincas de trabajo son de reducidas dimensiones, por lo que no les resulta interesante, al menos en estos momentos, realizar grandes inversiones en maquinaria. Consiguen salir adelante con unos productos muy específicos, de una calidad muy determinada.