ÁNGEL PÉREZ

FOTOGRAFÍAS: BORJA MENDIETA

CNH MAQUINARIA SPAIN-DIVISIÓN NEW HOLLAND RENUEVA SERIES DE TRACTORES "DE EXTRAORDINARIA IMPORTANCIA" PARA LOS MERCADOS IBÉRICOS

¡ACCIÓN!



CNH Maquinaria Spain-División New Holland se apoyó en el Séptimo Arte para presentar a su Red de Concesionarios sus nuevas gamas de tractores. El acto, que se celebró en Alcalá de Henares (Madrid), tuvo como principales protagonistas a la serie TLA (70-100 CV) y los 'especiales' TNNA y TNVA, unos productos *"de extraordinaria importancia para la Península Ibérica"*.

La cita supuso la continuación de otras anteriores celebradas en Madrid, Lillo, Sevilla..., y ratifica el compromiso de CNH para la renovación de todas sus gamas de producto. Las novedades presentadas el 7 de mayo en la finca 'La Vega del Henares', en Alcalá de Henares (Madrid), vienen a reforzar la oferta en tractores de mediana y baja potencia, precisamente unos segmentos donde la marca disfruta de una notable cuota de mercado, no sólo en España sino en los principales mercados internacionales.

La Red de Concesionarios de New Holland en la Península Ibérica tuvo la oportunidad de asistir a toda una *"presentación de cine"*, con un decorado y unos efectos especiales acorde con la ocasión y un reparto que supo estar a la altura de las circunstancias.



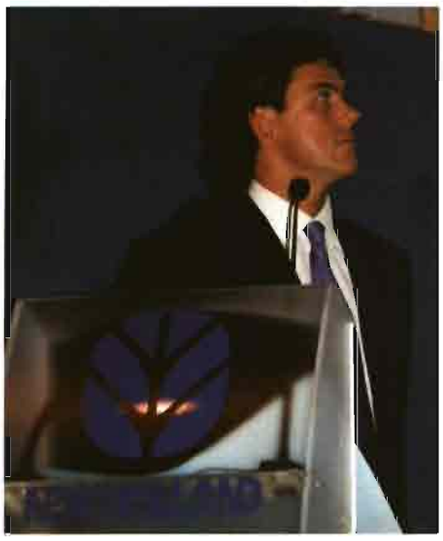




Y es que los principales responsables de la marca supieron desenvolverse con soltura durante sus intervenciones, en las que dejaron claros los objetivos para el futuro.

Abrió la jornada Victoria Huerga, Directora General de CNH Maquinaria Spain-División New Holland, cuya intervención giró en torno a tres conceptos que, en su opinión, definen la marca. Innovación, porque es capaz de *"renovar y ampliar su gama de productos"*; modernidad, ya que *"participa de las características más sobresalientes entre los fabricantes de maquinaria agrícola en el mundo"*; y dinamismo, en cuanto a que *"la actividad desplegada por CNH en los últimos años en la renovación de sus productos y en la ampliación de sus gamas es, sin duda, excepcional"*. Este último concepto también se aprecia, según Victoria Huerga, *"en la nueva identidad de marca, con una imagen renovada ('ojos de gato') y una nueva identificación de los productos New Holland"*.

"Detrás de estas palabras hay un compromiso real de CNH por estar presente con la marca New Holland en el sector agrícola de forma decidida y haciendo realidad estos conceptos", prosiguió la Directora General, que subrayó la importancia que para los mercados ibéricos tienen las gamas de tractores presentadas, ya que representan el 52% de las ventas de la marca.



SERIES RENOVADAS

La explicación de los nuevos productos estuvo a cargo del Director de Marketing de CNH-División New Holland para la Península Ibérica. Alessandro Maritano dejó claro que los objetivos de la presentación fueron el lanzamiento de la serie TLA en un segmento tan importante como el de los 70-100 CV, donde quieren consolidar su posición de liderazgo con el 'apoyo' de la serie TDD, incrementar la satisfacción del cliente y cumplir las Directivas comunitarias sin renunciar al nuevo estilo que define el producto. Todo ello para demostrar que New Holland es una marca innovadora, dinámica y moderna.

70-100 CV: TLA / TDD

El segmento en el que se encuadra el TLA es de suma importancia, con 2 300 unidades, lo que supone el 8% del total en España. New Holland disfruta de una sólida posición con el 17% del total del mercado. Esta nueva serie, destaca por ofrecer una mayor potencia y par motor respecto a la anterior. Según New Holland, tiene el mejor intervalo de servicio, con 600 horas. Otra de sus ventajas es la posibilidad de montar desde fábrica pala cargadora de la serie FL de New Holland.

La compañía maneja unas previsiones para este año de 400 unidades, para lograr una cuota de mercado del 22%.

Con los TDD, de los que se prevé para este año llegar a las 10 000 unidades, Alessandro Maritano desveló como las claves de su éxito la *"sencillez"*. *"Son tractores polivalentes sin un excesivo nivel tecnológico, apropiados para un determinado perfil de cliente"*, añadió.







También son muy ambiciosos los planes de la marca con esta serie, ya que espera alcanzar una cuota de mercado del 30%.

☞ **Más información:** agrotécnica ***(Marzo y Abril '04)***

Fruteros TNFA / 'Estrechos' TNNA / Viñeros TNVA

Estos tractores representan el 20% de las ventas de New Holland en España y el 8% en Portugal. *"Con ellos tenemos una posición de liderazgo que representa aproximadamente el 18% del mercado total. New Holland es líder de este segmento con el 24% de cuota"*, dijo Maritano. El objetivo para este año con estos modelos 'especiales' es el 28% de cuota de mercado, con 1 100 unidades.







☞ **Más información:** agrotécnica *(Enero '04)*

TNA / TNSA

De gran importancia especialmente en Portugal ya que suponen el 27% de las ventas de la marca en este mercado y el 4% en España. Los TNSA, en concreto, fueron presentados en la cita anterior de Sevilla y, según los propios responsables de New Holland, están siendo muy bien aceptados en el mercado.





☞ **Más información:** agrotécnica *(Enero y Febrero '04)*



'Orugas' TKA

Esta serie es la demostración evidente de CNH por estar presente en todos los segmentos y por satisfacer todas las necesidades de sus clientes", explicó el Director de Marketing. Es un nicho con tendencia a la baja, pero aún representa el 5% de los volúmenes de New Holland, que disfruta del liderazgo con cotas de hasta el 70%.

☞ **Más información:** agrotécnica *(Marzo '04)*

"Prometimos una avalancha de nuevos productos", destacó el Responsable de Ventas de New Holland para Europa, Asia y África, Mattia Guida

"Estamos cumpliendo con nuestra palabra"



El Responsable de Ventas de New Holland para Europa, Asia y África, Mattia Guida, instó a los concesionarios en la Península Ibérica a trabajar juntos en los compromisos adquiridos por la marca. *"2003 no fue un año fácil, y 2004 tampoco lo será, ya que nuestros competidores continúan consolidándose a través de compras y fusiones. Al mismo tiempo, 2003 será recordado como un año extraordinario para la historia de nuestra compañía. La avalancha de nuevos productos y la verdaderamente increíble colección de premios que New Holland ha recibido en cada una de las más importantes ferias mundiales, dan muestra de la vitalidad y del potencial de esta marca"*, señaló.

"Estamos compitiendo en una carrera de muy larga distancia y, aunque es muy importante mantenerse en el grupo de cabeza desde el principio, es el resultado final lo que cuenta. Nos hemos situado de una forma que podemos ganar esta carrera a largo plazo".

Mattia Guida completó la evolución histórica de las numerosas novedades presentadas por New Holland en estos últimos años. En esta ocasión, es el turno de los modelos de menos de 100 CV, *"un segmento en el que New Holland tiene históricamente una posición muy fuerte y que representa más de un 50% de sus ventas en Europa"*. *"Estamos cumpliendo con nuestra palabra, porque prometimos una avalancha de productos, que hemos introducido y seguiremos introduciendo en el mercado"*, añadió. Todo esto es posible gracias al respaldo de CNH *"en desarrollo de productos, fábricas y servicios financieros"*, que a juicio de Guida es un soporte decisivo para la marca New Holland.

Nuevos almacenes de recambio

Mattia Guida dedicó un capítulo especial de su exposición al área de recambios, que ha registrado importantes cambios en Europa en los últimos meses, con la formación de una nueva estructura. *"Estamos seguros de que pronto superaremos la fase transitoria, alcanzando nuevamente los estándares de disponibilidad de recambios y servicio"*, aseguró el Responsable de Ventas de New Holland para Europa.

En este sentido, ha entrado en funcionamiento un nuevo almacén central en Le Plessis (Francia), exclusivamente dedicado a la marca New Holland., en el que CNH ha invertido 32 millones de dólares, con una plantilla de 170 personas que puede incrementarse en época de campaña. La capacidad total es de 292 000 referencias, con un valor de inventario de 200 millones de dólares. Esta política de reforzamiento del servicio de recambios tiene su continuación en España, con la inauguración en Coslada (Madrid) de un almacén de 4 800 m^2, con 60 000 referencias y 350 000 líneas al año. La inversión ha ascendido a 3.5 millones de euros.

Resultados de CNH

El Responsable de Ventas de New Holland para Europa, Asia y África aprovechó la oportunidad para destacar los buenos resultados cosechados por CNH en 2003, al crecer las ventas un 8% respecto al año anterior, con incremento de cuota de mercado en prácticamente todos los productos (tractores, cosechadoras, empacadoras, etc.). Además, como responsable de los mercados europeos, africanos y asiáticos dentro de la compañía, Guida destacó que *"la marca New Holland representa el 69% del negocio en esta 'región'. Por líneas de producto, los tractores generan el 63% del total de las ventas netas, seguidos de la maquinaria agrícola (22%) y recambios (15%)"*.

