JULIÁN MENDIETA

PRIMER ACTO PÚBLICO EN EUROPA DE MARTIN RICHENHAGEN COMO PRESIDENTE

EL GRUPO AGCO CULMINA SU TRANSICIÓN DIRECTIVA

Hace sólo unos meses, Martin Richenhagen asumió la presidencia y la dirección ejecutiva del Grupo AGCO, en sustitución de Robert J. Ratliff. Un acto celebrado a primeros de septiembre en Alemania, en el que se presentaron las novedades de Fendt para la próxima campaña, supuso su primera aparición pública en Europa al frente de la compañía. agrotécnica *aprovechó la jornada para mantener esta entrevista en exclusiva, en la que también participaron los máximos responsables de la marca Fendt, Hermann Merschroth y Peter J. Paffen.*

¿QUIÉN ES MARTIN RICHENHAGEN?

Martin Richenhagen nacio el año 1952 y fue graduado en la Universidad de Bonn; el actual Presidente y Director Ejecutivo de AGCO posee una gran cultura tanto humanística como empresarial y habla perfectamente varios idiomas.

Fue miembro del Grupo presidencial de CLAAS KgaA mbH en su cuartel general de Alemania y durante su permanencia en esta compañía llevó a cabo una importante aportación tanto en sus ventas como en sus beneficios a la vez que fue responsable de negocios operativos a nivel global en ventas a compañías y postventa al igual como recambios y recursos humanos.



A lo largo de dos décadas ha mantenido posiciones de ejecutivo y director con responsabilidades en ventas, márketing, recursos humanos, adquisiciones y joint ventures, logística, ocupando anteriormente al cargo que ostenta actualmente el de Vicepresidente Ejecutivo de Forbo International S.A.

Ahora toda esta experiencia profesional acumulada redundará de manera importante en la nueva trayectoria del Grupo AGCO, del que no hay que olvidar que el 50% de sus ventas se desarrollan en el mapa de operaciones de Europa, África y Oriente Medio (E.A.M.E).

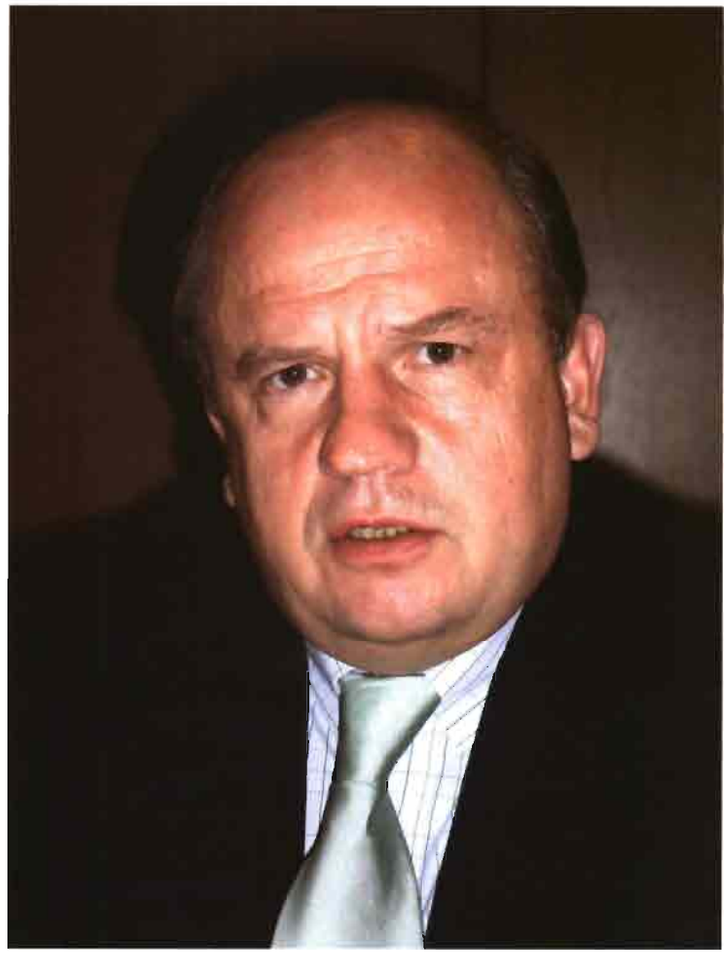


Martin Richenhagen, Presidente y Director Ejecutivo del Grupo AGCO.

MARTIN RICHENHAGEN

Presidente y Director Ejecutivo del Grupo AGCO

"El intercambio de tecnología entre las marcas del Grupo es parte de nuestro éxito"



Martin Richenhagen es un directivo europeo con amplia experiencia en el sector de la maquinaria agrícola. Su fichaje para la dirección ejecutiva supone, no sólo un significativo cambio en el Grupo AGCO, sino también un ambicioso reto que persigue mantener la línea de trabajo establecida por su predecesor, el norteamericano, Robert J. Ratliff.

Hace ahora un año aproximadamente que Valtra y Sisu entraron a formar parte de AGCO. ¿Cuál ha sido la trayectoria de Valtra en el seno del Grupo durante este año?

La integración de Valtra y Sisu ha sido muy uniforme y sin ningún problema. Estoy realmente muy contento de cómo va resultando la trayectoria con Valtra, tanto en el oeste como en el norte de Europa. También en América del Sur estamos muy contentos, como he podido comprobar recientemente, por lo que sólo realmente puedo añadir que estamos muy contentos de la marcha de esta adquisición.

Con la adquisición de Valtra, su posicionamiento precisamente en los mercados de Centro y Sur de América es de liderazgo, y Mercosur parece que quiere convertirse en algo más importante. El tener gamas de productos bastante similares en sus marcas Massey Ferguson y Valtra, ¿puede traer consigo la eliminación de algunas de ellas?

En América del Sur, mantenemos las dos marcas fuertes, Valtra y Massey, y también en el futuro AGCO continuará invirtiendo en la verdadera diferenciación de producto.

Valtra es, sin duda, una marca que les ayuda, a nivel de grupo, a fortalecerse en el Norte y Centro de Europa. Sin embargo, en el Sur, véase España, Portugal, Italia, etc. quizá se echa en falta un producto como los tractores especializados. ¿Piensan ahondar más en esta face-

ta con su actual proveedor, o bien desarrollar un producto propio o en *joint-venture*?

Para los mercados europeos del Sur, Valtra continuará la cooperación con su actual proveedor.

¿Hasta qué punto se podría ver fortalecida Massey Ferguson con el trasvase de ciertas tecnologías de desarrollo de producto de Valtra?

El intercambio de tecnologías entre las diferentes marcas de AGCO crea importantes sinergias. Esto es parte de nuestro éxito.

Massey Ferguson, en ciertos mercados europeos, ha tenido una reducción de su presencia, ¿a qué se ha debido esto?

Es cierto que en España Massey Ferguson ha tenido una cierta flexión, pero debido en parte también al suministro de ciertos modelos que son importantes para este mercado. De todas formas, estamos desarrollando un ambicioso programa con MF, de nuevos productos que están a punto de lanzarse en mercados distintos, que irán acompañados con promociones especiales de marketing, y con un *country manager* para cada país que impulsará todas las acciones especificas para el reposicionamiento de MF. Esta política se aplicará para cada marca, porque uno de nuestros planes mas inmediatos es una reorganización a nivel de distribución.

AGCO está invirtiendo en I+D y es éste el momento del lanzamiento de una amplia gama de nuevos productos. En lo que respecta al tema del GIMA, hay algunos matices legales que espero que se resuelvan de manera positiva.

Ustedes mantenían, con la creación del GIMA, una política de desarrollo conjunto con otras marcas en el mercado. Ahora que una de esas marcas ha sido vendida a otro grupo industrial, ¿qué influencia va a tener a futuro en el desarrollo del GIMA a corto y medio plazo?

GIMA será también, en el futuro, el proveedor principal de transmisiones para Massey Ferguson, el cual ya es hoy el principal cliente con aproximadamente un 70% del volumen de producción.

Fendt está teniendo bajo la mano de AGCO una trayectoria imparable, alcanzando cuotas de participación a otras marcas habitualmente bien posicionadas. ¿Piensan continuar con esta política, añadiendo nuevas gamas a la marca?

Fendt está claramente posicionada como la marca Hi-Tech del Grupo AGCO, y se sitúa hoy en día como el tractor más importante en el mundo con respecto a tecnología y calidad. AGCO ha aprobado un presupuesto adicional en I+D de 35 millones de dólares por encima del normal anual, que es de 25 millones, para asegurarse de que Fendt quede en la posición principal y con el que desarrollaremos una completa gama nueva de tractores de grandes rendimientos. Fendt deleitará y sorprenderá a todos los distribuidores y agricultores con nuevos desarrollos también en el futuro. Indudablemente estoy, como Presidente de AGCO, tremendamente orgulloso de esta marca. Recuerdo que cuando el Grupo compró Fendt, muchos comentaban, de manera maliciosa, que íbamos a destruir el espíritu de la marca, pero han podido comprobar todo lo contrario, buscamos soluciones para los problemas que tenía la fábrica, reorganizamos e impulsamos todos los resortes tecnológicos que teníamos en nuestras manos y estos eran y serán muchos.

Con la llegada de Valtra a su Grupo, a Fendt le ha salido un 'hermano' competitivo, con series de tractores muy bien articuladas. ¿Por qué no aprovecharse Fendt de esas posibilidades para aumentar su presencia en otros nichos de mercado?

Transferiremos rasgos importantes de Fendt a Valtra, que es extremadamente exitosa en comercializar tractores para el cliente final.

Challenger está manteniendo una presencia irregular en los mercados europeos. En Italia, con el anterior Grupo que los comercializó, tuvo un notable éxito, no así en otros países. ¿Cómo se está posicionando este producto en los distintos mercados mundiales?

El negocio Challenger en Norteamérica se está haciendo muy bien, con unas ventas de 260 millones de dóla-



res en 2004. En Europa Occidental, los mercados importantes son los de Reino Unido e Italia. Los resultados de las pruebas externas confirman que el Challenger es el más grande y mejor tractor del mundo para labrar. Tendrá sus oportunidades en la grandes explotaciones de Rusia y Centro-Europa.

Actualmente, ustedes mantienen un acuerdo con el Grupo Same Deutz-Fahr para una serie de productos que antes les eran, durante décadas, producidos mediante acuerdos con la antigua Landini, hoy ARGO. ¿Puede esa colaboración retomarse en un corto espacio de tiempo?

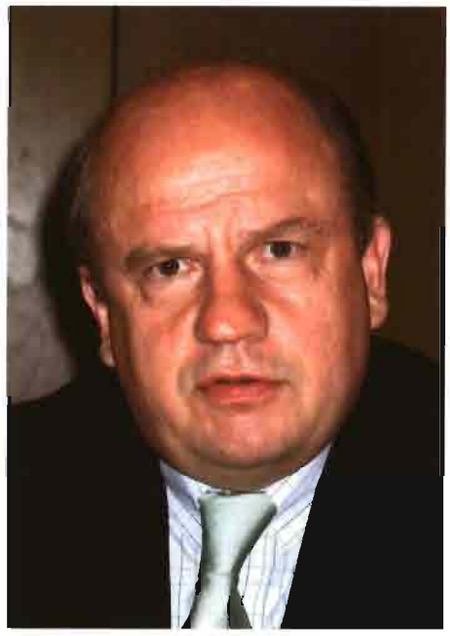
La cooperación con Same Deutz-Fahr es excelente, y no cambiará en un futuro próximo.

Sus otros dos grandes competidores, cuentan, o esperan contar en un futuro próximo, con tractores especializados producidos mediante acuerdos con terceros. ¿Piensa AGCO introducirse en este segmento de productos para algunas de sus marcas?

Con respecto al OEM, suministra tractores especiales y compactos. AGCO está acostumbrado a tratar con todos los 'jugadores' importantes cuidadosamente.

Dentro de los, llamémoslo así, grandes grupos del sector, CNH cuenta con sus motores Iveco; John Deere con los suyos; Same con los de fabricación propia y ahora con los de Deutz; ustedes, desde la adquisición de Valtra, con Sisu. Sin embargo, el volumen de producción de estos motores (20 000 unidades) ni por asomo podría cumplir todas las necesidades de sus marcas, y por otra parte, la adecuación a las normativas Tier 3 y Tier 5 son tremendamente costosas para una producción tan pequeña. ¿Quiere decir esto que posiblemente su relación con Carterpillar-Perkins va a más, o bien optan por algunas sinergias de producción de motores mediante *joint-venture* con fabricantes con los que ustedes mantienen acuerdos industriales?

La cooperación entre AGCO y Caterpillar, especialmente Perkins, es extremadamente buena. Sisu no tiene problemas con las diferentes normativas Tier. Tenemos planes de hacer crecer el volumen de producción sustancialmente entre 30 000 y 50 000 motores en los próximos años. Esto creará una economía de escala y diferenciará a AGCO de esos competidores que no tienen una propia solución de motor.



> ***Tenemos unos estándares de calidad que se adecúan a todos los productos que fabricamos en cualquier lugar del mundo***

Las nuevas cosechadoras (Massey Ferguson–Fendt, y por qué no, Valtra), ¿van a seguir patrones similares a las fabricadas por Laverda, o bien va a tener factores diferenciadores?

La cosechadora Massey Ferguson será diferenciada por estilo, diseño, motor y entorno de los conductores.

La reducción de actividad industrial en la fábrica de Randers, ¿puede hacer presagiar, después del acuerdo llevado con Laverda, su posible cese en la actividad?

No. Randers volverá con una reducida pero eficiente planta para grandes cosechadoras. Las mejoras en costo suman varios millones de euros.

El cierre de la emblemática fábrica de Coventry, ¿ha sido un factor influyente en la reducción de los mercados?

El cierre de la fábrica de Coventry fue causado principalmente por el alto precio de la libra, y ha reducido costes de producción. AGCO ha invertido en tecnología moderna en Francia para aumentar la capacidad, mejorar la calidad y reducir los costes.

Ustedes cuentan con plantas prácticamente en todo el mundo, en distintos mercados. ¿Cómo pueden coordinar las diferentes necesidades industriales y de normativas legales?

Obviamente, tenemos un departamento técnico y jurídico en el cual se coordinan todos los productos fabricados de acuerdo con las legislaciones imperantes en cada país. Tenemos unos estándares de calidad que se adecúan a todos los productos que fabricamos en cualquier lugar del mundo, y por ello, el I+D dentro de cada fábrica está enfocado a cumplir estas premisas. Todo está coordinado desde Atlanta para todo el mundo, ya que, afortunadamente, hoy en día tenemos los medios informáticos para que, en tiempo real, se busquen soluciones a todos estos problemas, de tal manera que si un cliente en cualquier parte del mundo necesita algo específicamente, no tenemos ningún problema en solucionarlo.

Hubo un momento en el que se pensaba que las fusiones entre Grupos estaban terminándose. Sin embargo, parece que sucede todo lo contrario, ¿cómo ve usted en este momento esta situación?

En caso de que se puedan hacer interesantes adquisiciones, AGCO siempre estará atenta. Nosotros estamos muy experimentados y no descartamos la integración con éxito de otras compañías.



El conocimiento implícito del nuevo presidente, del mercado europeo se verá reflejado en las nuevas políticas de AGCO.

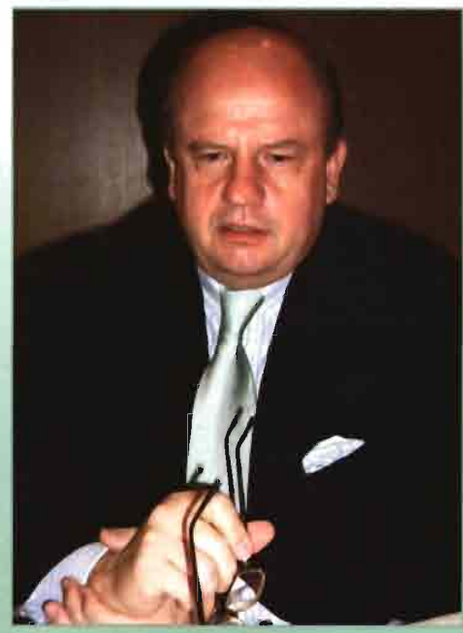
Parece extraño que AGCO no cuente entre sus fabricados con ninguna empresa dedicada a la fabricación de maquinaria agrícola para trabajo del suelo. ¿Podría ser un próximo paso futuro a dar?

AGCO tiene buenos productos en Norteamérica y una sólida parte del mercado de repuestos. Si nuestros distribuidores en Europa requieren una solución, apareceremos certeramente con ella.

© agrotécnica

UN RETO PROFESIONAL Y PERSONAL

Martín Richenhagen es un directivo, no solamente con una amplia experiencia profesional, sino personal, con distintos grupos del sector de la maquinaria agrícola. Ahora, desde dentro de un 'pulpo' con tantos 'tentáculos' como es AGCO, se muestra muy esperanzado con los nuevos retos que tiene ante sí. *"Estoy realmente contento de haber vuelto al mercado de la maquinaria agrícola. Estoy tremendamente ilusionado por lo que he visto, he tenido gratas sorpresas y voy a darle ciertas cifras que sirvan de referencia. Por ejemplo, Claas, que es líder en cosechadoras, fabricó 3 900 cosechadoras el último año. Nosotros, dentro del Grupo AGCO, hemos llegado a 3 750, cifra que esperamos darle un fuerte impulso como resultado de los acuerdos establecidos con ARGO. El mercado mundial es de aproximadamente 25 000 unidades: la cuota de mercado de Claas es del 15% y la nuestra es del 14%, teniendo en cuenta que nosotros contamos con bazas importantes como es la implantación en los mercados de América del Sur, estos son temas que se pueden verificar y es por lo que me encuentro contento de mi nueva responsabilidad".*



Según el nuevo Presidente, AGCO dispone de las más eficaz y moderna tecnología en la fabricación de tractores y transmisiones. *"Tenemos los tractores más grandes con sistemas de rodadura sobre bandas de gomas, las empacadoras más avanzadas del mercado, con Hesston, y todos estos productos con una gran calidad. Por eso, cuando he podido comprobar todo esto, me he quedado gratamente impresionado".*

Una de las grandes dudas es si será capaz de suceder con solvencia a un directivo de la talla y el prestigio internacional de Robert J. Ratliff. *"Es una pregunta que tendrá su respuesta dentro de uno o dos años"*, afirma. *"Actualmente no tengo ningún problema, todo va muy bien, he sido muy bien acogido tanto en la sede central como en los otros puntos donde estamos presentes en Europa y América. Mi introducción ha sido coordinada, y mi cooperación con Robert J. Ratliff nada más llegar a las oficinas ha sido fantástica, ya que compartimos mucho tiempo, lo cual me ha facilitado mucho las cosas. Él continuará como Presidente de un 'Consejo de Vigilancia' y todas estas cosas unidas han sido lo que han hecho posible esta magnífica transición".*