



**CONVENCIÓN DE CONCESIONARIOS CLAAS IBÉRICA
(SAN FERNANDO DE HENARES, MADRID - 17 DE OCTUBRE DE 2000)**

Unos resultados “*muy satisfactorios*”, con un incremento en la facturación del 16%, y una completa gama de producto que en la próxima campaña se verá reforzada con importantes novedades, fueron los ejes principales de la Convención de Concesionarios Claas, celebrada el 17 de octubre en San Fernando de Henares (Madrid).



CLAAS IBÉRICA AUMENTÓ LA FACTURACIÓN EL 16%

El Director General de Claas Ibérica, August Moormann, abrió la Convención con un amplio discurso en el que agradeció “*a todos sin excepción*” el trabajo desarrollado durante la campaña del año 2000, que les ha permitido au-

mentar el volumen de facturación en un 16%. “*Este resultado lo hemos podido conseguir gracias al buen funcionamiento interno y externo del equipo de Claas Ibérica en España. Este mismo resultado refleja también que los productos que estamos ofre-*

ciendo al mercado español tienen una gran aceptación”, añadió Moormann, que subrayó la importancia creciente que para el agricultor español tiene el servicio postventa. “*En este campo hemos mejorado bastante*”, incidió.

Ampliar y mejorar el capítulo de repuestos, que en los dos últimos años ha representado algo más del 10,5% sobre la facturación total, será uno de los objetivos de Claas Ibérica. “*Debemos mejorar bastante y no limitarnos sólo a cosechadoras, ya que puede ser un buen apoyo en años en los que la facturación no sea tan positiva*”. En este sentido, la compañía ha inaugurado en Hamm (Alemania) un Centro Logístico de Recambios.

El Director Comercial de CLAAS CSE, Günter Ellermann, siguió atento la Convención junto al Director General de CLAAS IBÉRICA, August Moormann.



A NIVEL GLOBAL, RESULTADOS SIMILARES

La Convención contó con la presencia del Director Comercial de Claas CSE, Günter Ellermann, que intervino tras Moormann –que hizo labores de intérprete– para detallar algunos datos de la compañía a nivel global. Ellermann comenzó destacando el papel decisivo que juega la red comercial española en el conjunto de la compañía. *“Gracias a España, el resultado del grupo es muy bueno”*, dijo.

Según los datos ofrecidos por el Director Comercial, Claas CSE alcanzó una facturación absoluta superior a los 2 000 millones de marcos (170 000 millones de pesetas). *“Hemos mantenido los niveles de años anteriores y observando el descenso de los mercados, se puede considerar un éxito”*, afirmó Ellermann, que recordó que *“en seis años hemos doblado la facturación por nosotros mismos, sin comprar empresas ni participar en otros negocios”*.

En Europa Occidental, los datos *“provisionales”* manejados por Ellermann arrojan una caída del mercado de cosechadoras, que ha pasado de las 11 500 de 1998 a unas 8 000 de este año 2000. Claas acapara un total de 3 500 unidades, es decir, en torno a un 35%, unidades que tienden a ser *“más grandes”*.

La compañía alemana invierte el 4.5% de su volumen de facturación en I+D, un capítulo en el que, según su Director General, *“está muy por encima de la competencia”*. Además, Claas destina unos 8 500 millones de pesetas para mejoras en sus fábricas.

COSECHADORAS

	2000	1999
Mercado español (estimación ud.)	630	651
Cuota de penetración de Claas (%)	29.1	27.5
Porcentaje sobre facturación	51.7	58.9



“No hemos perdido penetración, ni mucho menos. Estos datos reflejan que no dependemos tanto de un solo producto”

PICADORAS AUTOPROPULSADAS

	2000	1999
Mercado español (estimación ud.)	22	14
Cuota de penetración de Claas (%)	68.2	35.7
Porcentaje sobre facturación	7.2	3.6



“Cada vez tienen más importancia en nuestro negocio”

EMPACADORAS

	2000	1999
Porcentaje sobre facturación	15.2	10.6



GIGANTES

Mercado español (estimación ud.)	285	175
Cuota de penetración de Claas (%)	28.8	21.7

“Un buen empujón, gracias a la buena venta de las Quadrant”

ROTOEMPACADORAS*

Mercado español (estimación ud.)	615	695
Cuota de penetración de Claas (%)	17.9	15.8

* No se incluyen fabricantes italianos

PORCENTAJE SOBRE FACTURACIÓN DE OTROS PRODUCTOS

	2000	1999
REMOLQUES	6.7	5.3
FORRAJE	8.5	11.0
REPUESTOS	10.7	10.6



EL EX DIRECTOR GENERAL MARCIAL SAIZ BRINDÓ POR LA EMPRESA



Uno de los momentos más emotivos se produjo a la finalización del almuerzo de trabajo que cerró la intensa jornada de trabajo organizada por Claas Ibérica. Por deseo expreso de los actuales responsables de la compañía en España, protagonizó el brindis Marcial Saiz, Director Ge-

neral hasta el pasado mes de mayo, que se jubiló para pasar a ocupar un puesto en el Consejo de Administración. Saiz, visiblemente emocionado, levantó su copa, felicitó a todos por los resultados obtenidos por Claas en España y deseó lo mejor para el futuro.

"CLAAS SIGUE SIENDO CLAAS"

Ya durante su intervención, el Director Comercial de Claas CSE, Günter Ellemann, había subrayado que su compañía ha conseguido los resultados ofrecidos sin vincularse a ningún otro grupo o absorber marcas o empresas. Pero August Moormann cerró la reunión de manera tajante saliendo así al paso de los rumores que circulan por el mercado: "Claas sigue siendo Claas", dijo. El Director General de Claas Ibérica no quiso finalizar sin analizar la situación actual del mercado mundial de la maquinaria agrícola.

Por un lado, destacó la solidez de John Deere y CNH; por otro, observa una relación "cada vez más estrecha" entre los grupos Same y Agco.

Y en este escenario, "¿qué va a pasar con Claas?", se preguntó Moormann, que reconoció las especulaciones surgidas en torno al futuro de la compañía. "Nuestro dueño, Dr. Helmut Claas, lo explica claramente: Si yo tengo una



oportunidad de hacer algo, lo voy a hacer. Pero para mí una cosa está clara: Claas sigue siendo Claas, y si tenemos que hacer una compra, una alianza... siempre será con el liderazgo de Claas".

'LA MISIÓN CLAAS':

"Claas está mundialmente al servicio del cliente las 24 horas de forma responsable, ejemplar y con carácter innovador"

JOSÉ IGNACIO VEGA, NUEVO DIRECTOR COMERCIAL DE CLAAS IBÉRICA, S.A.

José Ignacio Vega Fernández es, desde el 1 de octubre, nuevo Director Comercial de Claas Ibérica, S.A. Con este cambio en la organización de ventas, que coincide con el comienzo de la nueva campaña, "se pretende gestionar y reforzar el actual equipo para afrontar la evolución del mercado en los próximos años, acrecentando y consolidando la presencia que la marca tiene actualmente", aseguran fuentes de la compañía.

Vega, 36 años, es Ingeniero Agrónomo y desde hace doce años desarrolla su carrera profesional en el entorno agrícola, desempeñando diferentes funciones comerciales y de marketing. Hace tres años se incorporó a Claas Ibérica, S.A., donde ha trabajado como Jefe de Marketing y Producto, tarea que seguirá compaginando con su nuevo cargo.



ÉXITO DE LA CAMPAÑA DE FINANCIACIÓN

Uno de los mayores éxitos de Claas Ibérica durante el pasado año fue la campaña de financiación lanzada, en colaboración con el Banco BNP Paribas, al 0% "de interés real, no en letra pequeña", puntualizó Vega. El acuerdo entre ambas empresas seguirá vigente la próxima campaña y permitirá ofrecer alternativas de financiación, según informó durante su exposición Jesús Pozo, Director Comercial de la entidad financiera.

COLABORACIÓN CON TOTAL-FINA-ELF

Otro de los acuerdos de colaboración que desde hace varios años sigue manteniendo Claas Ibérica se refiere a lubricantes. De ahí que una de las intervenciones durante la Convención de distribuidores corriera a cargo del Director Comercial de Total-Fina-Elf, Pedro Inarejos, que se mostró muy satisfecho con los resultados obtenidos desde que en abril de 1996 se firmara el acuerdo entre ambas compañías.

LAS NUEVAS BAZAS DE CLAAS PARA EL AÑO 2001

Una nueva gama de cosechadoras de cereales, denominada **Medion**; tres nuevos modelos de cosechadoras de forraje **Jaguar** con motores **Mercedes** más potentes; la serie de cargadoras telescópicas **Targo**; la envolvente

suspendida **Uniwrap** para acoplar a la empacadora **Rollant 250**; y dos modelos de segadoras de cinco y seis discos, son las principales novedades presentadas por Claas Ibérica para la campaña del año 2001.

Todas ellas vivirán en FIMA el momento de la presentación oficial ante el público español, si bien algunas de ellas realizarán algunas pruebas específicas durante los meses anteriores. Junto a los nuevas gamas y modelos anunciados, también se introducirán algunas modificaciones en la línea de cosechadoras **Lexion**, que pasan a tener de serie servocambio hidrostático y reposacabezas; además, el modelo 440 equipará un motor Mercedes de 265 CV. Dentro de la línea de remolques autocargadores **Quantum**, surge el modelo 3800 de 31.8 m³.



MEDION

La estrella de la Convención fue, sin lugar a dudas, la **Medion**. Es la nueva cosechadora de cereales de Claas, que viene a reemplazar a la **Dominator**, una serie que se ha ganado un indudable prestigio durante los muchos años que ha estado presente en el mercado.

Medion es una gama dirigida a explotaciones que utilizan la cosechadora en común con cosechadora propia, así como para empresarios de servicios en regiones con parcelas de tamaño medio. ☺



Lucas Villalva, que se ha incorporado recientemente a la empresa, fue el encargado de explicar las novedades de producto para la próxima campaña.

CLAAS CLUB

El nuevo Director Comercial de Claas Ibérica tiene preparado un ambicioso plan de marketing basado en una nueva identificación e imagen corporativa de la empresa. Entre los diferentes proyectos que tiene previsto poner en marcha y potenciar se encuentra el **Claas Club**, el instrumento a través del cual pretende centralizar todas las acciones de marketing. Vega invitó también a todos los distribuidores a utilizar el nuevo sistema informático de recambios (**ESIS**), "indispensable en estos momentos" para asegurar un servicio rápido y eficaz. Asimismo, recordó que en la dirección de internet www.claas.com, disponible en castellano, se pueden consultar todo tipo de informaciones sobre la compañía y sus productos.