



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Administración

MBA en Dirección de Marketing – Año 2008

NUEVA LÍNEA DE TRACTORES CASE IH PUMA™



Por Guillermo Germán Roemer

INDICE

1. ABSTRACT	3
2. INTRODUCCIÓN.....	4
2.1. La Empresa	4
2.2 La marca Case IH.....	6
3. ESCENARIO	6
3.1 Marco socioeconómico	6
3.2 Perspectivas Agrícolas a futuro	7
3.3 Producción agropecuaria en Argentina	9
4. ANÁLISIS DE MERCADO.....	10
4.1 Mercado de tractores en Argentina.....	10
4.2 Segmento objetivo	11
4.3 Competencia (Compañías Multinacionales).....	14
4.4 Perfil del cliente	18
5. ANÁLISIS GERENCIAL	20
5.1 F.O.D.A.	20
5.2 Modelo de Fuerzas Competitivas.....	21
6. PLAN DE MARKETING.....	24
6.1 Producto	24
6.1.1 Oferta de producto.....	24
6.1.2 Posicionamiento de marca	25
6.1.3 Descripción del producto	26
6.1.4 Comparativo de producto	31
6.1.5 Repuestos y Servicios	31
6.2 Precio	34
6.2.1 Política de precios	34
6.2.2 Posicionamiento de precio.....	35
6.2.3 Condiciones comerciales.....	37
6.3 Publicidad & Promoción.....	40
6.3.1 Plan de medios.....	40
6.3.2 Campaña publicitaria.....	40
6.3.3 Ferias, Eventos y Acciones estratégicas	42
6.3.4 Entrenamiento y Capacitación	46
6.4 Plaza	46
6.4.1 Red de distribución.....	46
7. ANÁLISIS FINANCIERO	48
7.1 Estructura de Costos	48
7.2 Previsión de ventas	50
8. CONCLUSIÓN.....	51
9. BIBLIOGRAFÍA.....	52

1. ABSTRACT

CNH es una empresa multinacional de FIAT Group dedicada a la comercialización de maquinaria agrícola y de construcción a través de sus marcas Case IH Agriculture, Case Construction, New Holland Agriculture y New Holland Construction.

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar el proyecto de marketing realizado para el lanzamiento de la línea de tractores Puma 195 y 210 (de 197 y 213 hp de potencia respectivamente) para la marca Case IH Agriculture en el mercado de Argentina para el año 2010. En el mismo, se expondrán los principales indicadores socioeconómicos e información sobre el mercado agrícola mundial, el de Argentina y luego haciendo foco en el mercado de tractores; se desarrollarán las características principales del producto; se definirá el precio de venta a través de un comparativo contra la competencia, y se delinearán las diferentes estrategias llevadas a cabo para su lanzamiento junto con un programa de acciones a seguir para garantizar el éxito del lanzamiento de estos productos.

Además, se presentarán los resultados económicos y financieros que demuestran el beneficio que obtendría la empresa con la incorporación de esta nueva línea de tractores, logrando cautivar a un público Premium de alto poder adquisitivo, incrementando su participación en el mercado, mejorando su imagen de marca y posicionamiento.

La línea de tractores Puma es innovadora por sus motores más eficientes, cuenta con un paquete tecnológico ampliado -como por ejemplo piloto automático- y características diferenciales que aumentan la productividad. Además, estos tractores ya son muy exitosos en otros mercados, como por ejemplo el de Brasil, Europa y USA en donde fueron lanzados en el año 2007. El mercado objetivo es Argentina, y dentro del mismo, el segmento de tractores de 191 a 220 hp de potencia, dado que actualmente este tipo de producto con alto nivel cualitativo y tecnológico no se encontraba abastecido por la marca.

2. INTRODUCCIÓN

2.1. La Empresa

CNH es una compañía multinacional que contempla la unidad de negocio de maquinaria agrícola y construcción del Grupo Fiat a nivel mundial e integra las marcas Case IH Agriculture, Case Construction, New Holland Agriculture y New Holland construction.



BREVE RESEÑA

- Case New Holland (CNH) pertenece al grupo Fiat y es uno de los líderes mundiales en equipamiento y maquinaria agrícola y para la construcción.
- La Compañía se conformó en el año 1999 cuando New Holland adquirió a Case.
- En la región produce en Brasil, maquinaria agrícola (Curitiba y Sorocaba), para la construcción y motores (Belo Horizonte).
- En nuestro país ocupa el tercer lugar en ventas de tractores, detrás de Agco Argentina e Industrias John Deere Argentina y la segunda posición en el segmento de cosechadoras, siguiendo a John Deere.
- Operativamente cada marca se maneja de modo independiente.

- En Argentina Case comercializa tractores, cosechadoras (grano y caña) y pulverizadoras (autopropulsadas). New Holland vende tractores, cosechadoras (granos, vendimiadoras y forrajeras) y enfardadoras. Los productos que venden son importados.

PRINCIPALES INDICADORES

La tabla que se muestra a continuación contiene los principales indicadores de la empresa tales como: cantidad de empleados, volumen de importaciones, volumen de ventas y facturación total.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Empleados	50	50	50	55	55	55
Facturación - \$ Millones	125	277	268	512	650	260
Impo Tractores - Unid.	1.162	1.100	847	1.304	1.653	217**
Impo Tractores - U\$S CIF Mill.	s/d	s/d	30,0	46,3	62,5	5,4**
Impo Cosechadoras - Unid.	804	800	312	484	656	59**
Impo Cosechadoras - U\$S CIF Mill.	s/d	s/d	36,5	56,1	76,2	7,2**
Impo Pulverizadoras - Unid.	—	—	5	4	10	—
Impo Pulverizadoras - U\$S CIF Mill.	—	—	0,5	0,3	0,9	—
Ventas M. Interno Tractores - Unid.	1.160	1.099	813	1.317	1.442	618
Ventas M. Interno Cosechadoras - Unid.	805	800	282	541	566	138
Ventas M. Interno Pulverizadoras - Unid.			5	4	10	—

Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa

ESTRUCTURA COMERCIAL

