



## **AUSA REFUERZA SU CONSOLIDACIÓN EN AMÉRICA Y CONFIRMA SU LIDERAZGO EN ANDORRA**

En el cincuenta aniversario de la creación de AUSA, las ventas en el continente americano parecen dispuestas a celebrar las bodas de oro por todo lo alto. Hoy por hoy AUSA se erige como uno de los fabricantes con un mayor potencial de crecimiento en la zona. La repercusión de la nueva gama Multiservicio unida a la aceptación de los tradicionales vehículos AUSA, especialmente de Dúmperes y Carretillas, favorecen la plena consolidación de la firma en el continente americano.

Para Stefano Calcara, responsable de AUSA en América Latina, uno de los detonantes del éxito ha sido la diversificación de productos protagonizada durante los últimos años. "Las nuevas líneas de vehículos nos ha permitido abrirnos a nuevos segmentos de mercado", quien también atribuye parte del éxito a la calidad de la marca, a la fiabilidad y robustez de sus máquinas y a la "inmejorable" red de distribución que AUSA posee en la zona, "uno de nuestros patrimonios más valiosos" dice.

Pese a la presencia en todos los países de la región, existen unas zonas donde la actividad de AUSA se manifiesta con mayor intensidad. Entre ellas Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Chile, Argentina y México, países que han incrementado notablemente la demanda de maquinaria AUSA durante los últimos años y que se suman al resto de países que, tradicionalmente vienen confiando en el fabricante español desde hace más tiempo.

### **"Comprar vehículos AUSA es una gran inversión"**

Calcara confía en que durante el 2006, países como Colombia y Venezuela reforzarán su apuesta por AUSA. El buen momento del sector construcción en la mayoría de países americanos permite prever unas elevadas cotas de penetración. El fin de las crisis en muchas de las economías de la zona, facilita la consolidación de AUSA



en toda la región y augurar el liderazgo en muchos de los países que la componen. Tanto Dúmperes como Autohormigoneras X 1100RM, así como el innovador Task50 y las carretillas todoterreno, están resultando decisivos en las cuentas de explotación de AUSA en el continente.

La satisfacción del cliente sigue siendo una de las bazas de AUSA. De hecho, Calcara asegura que esa es una de las claves de su éxito y uno de los aspectos

mejor valorados por los usuarios. Para el responsable de la compañía en esa zona, conseguir que el cliente entienda la adquisición de un vehículo AUSA como una gran inversión, "es una de nuestras mayores enseñanzas y una de las principales preocupaciones de la competencia", añade.

### Liderazgo en Andorra

Por su parte, uno de los colosos de AUSA, el dúmper D 600APG, acaba de desembarcar en Andorra y no ha dejado indiferente a nadie. Su capacidad de carga, dureza y fácil maniobrabilidad en espacios difíciles y reducidos, son algunos de los elementos mejor valorados por los usuarios andorranos y a los que otros vehículos de la competencia les resulta imposible igualar.

Francesc Rodríguez, responsable de MAUCO, distribuidor de AUSA en Andorra desde hace casi 30 años, es tajante al afirmar que tanto la calidad de sus componentes, como su motor, tracción, bombas e hidráulica son los responsables del éxito del hermano mayor de los Dumpers AUSA. "Todo ello nos permite situarnos muy por encima de lo que viene ofreciendo la competencia", dice Rodríguez, quien no duda en señalar que la penetración de AUSA en Andorra durante el pasado año ha continuado siendo muy satisfactoria.



Las nuevas apuestas de AUSA han servido para ocupar una sólida posición de liderazgo del mercado andorrano. Además del dumper D 600APG, las carretillas y los flamantes M250 y TASK50 "nos han hecho merecedores de la confianza de todo tipo de instituciones tanto públicas como privadas", añade Rodríguez.

El responsable de MAUCO afirma que la privilegiada situación de AUSA en el Principado tiene "todavía más valor al tratarse de un país donde los principales fabricantes del mundo están representados". Rodríguez destaca que para las grandes marcas del sector resulta interesante estar presente en un país tan pequeño con una afluencia de diez millones de turistas anuales de todas las nacionalidades, "un valioso escaparate que los fabricantes no quieren perder", afirma Rodríguez.

Al desarrollo de AUSA en el Principado han contribuido unas "hábil políticas comerciales y una fina estrategia diseñada eficazmente desde la sede central que nos ha permitido ser los líderes indiscutibles desde hace 10 años". Rodríguez añade que la plena consolidación conseguida en Andorra también ha sido posible gracias a la seguridad, rigor y honestidad con la que MAUCO ha sabido atender a las necesidades de todos sus clientes y a la reinversión continuada de sus recursos.