



Las marcas no se rinden a que el mercado de tractores pierda fuelle

El arranque de año señala al mercado por debajo de la potencia media por tractor en España, que es de 109 CV, como el más perjudicado, en un contexto general de caída del 7,7% de las ventas hasta febrero, según el Ministerio de Agricultura. Entre las contrariedades de falta de créditos e inclemencias meteorológicas, una brecha donde se cuela la luz: “El segmento entre los 100-150 CV muestra un interesante crecimiento y los fruteros aquantan mejor los malos resultados e incluso se observan perspectivas positivas”, señalan desde Ansemat. El sector sigue enroscado en impulsar el cambio de mentalidad hacia una agricultura más profesional que demande, pese a todo, equipos más potentes y capaces. Las marcas no se ponen la venda. Hoy, las expectativas para 2012, son peores que el año pasado. El cierre del mercado se situaría cerca de las 9.000 unidades.

Redacción

“**E**stamos viviendo un momento muy difícil a nivel general, debido fundamentalmente a una crisis de confianza unida a una situación de los mercados financieros complicada donde no sobra el dinero y si se encuentra, está caro o se dedica a otros menesteres distintos que favorecer el crédito o apoyar a las pequeñas y medianas empresas”, declara Germán Martínez, director general de la unidad Comercial y consejero delegado de John Deere ibérica.

La crisis empezó a notarse más tarde en el sector de la maquinaria agrícola que en otros. “Empezó siendo una crisis de confianza, el agricultor, que suele ser solvente, dejó de invertir *por si acaso*. Más tarde, se ha pasado a una crisis financiera para los pequeños y medianos agricultores, con grandes restricciones del crédito. Ahora se suma una crisis hídrica, con uno de los inviernos más secos en décadas”, interviene Alberto Piñero, director de Desarrollo de Kubota España.

La falta de precipitaciones está provocando dudas en la decisión del agricultor. Un periodo de sequía prolongado podría

empeorar el mercado, lo que afectaría a su desarrollo anual. “Un primer semestre con un mercado a la baja sería difícil de recuperar en el segundo semestre”, se afirma en el análisis de la Asociación Nacional de Maquinaria Agropecuaria, Forestal y de Espacios Verdes (Ansemat).

Las perspectivas de cosecha son muy pobres en algunas zonas, “si las hay, con precios de los productos contenidos, salvo el cereal, y con un incremento de los precios de insumos alto”, según Germán Martínez. “Además, ahora se añade las restricciones de riego en ciertas áreas. Es una situación compleja con muchos factores afectados no positivamente”, agrega.



LAS COMPAÑÍAS Y SUS DUDAS: ¿DÓNDE ESTÁ EL NIVEL REAL DEL MERCADO?

En un escenario complicado, los resultados del primer trimestre del mercado no prevén mejoras. Hasta el mes de febrero arrastra una caída del 7,7% a tenor de las cifras del Registro Oficial de Maquinaria Agrícola aportados por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Magrama). El análisis de la comisión de tractores de Ansemat vuelve a mostrar sus dudas sobre el ni-

vel real de mercado y las necesidades del sector agrícola.

Por tipos de tractores, la tendencia a la polarización del mercado en función de la demanda impera entre los equipos más o menos profesionales, potentes y capaces. "Si la crisis económica ha afectado negativamente el mercado del tractor no profesional, especialmente el de menos de 60 CV, parece que la ausencia de lluvia implicaría al segmento de tractores de alta potencia, que supone en torno al 21% del mercado", reza el comunicado de Ansemat.

En potencias, el mercado por debajo de 109 CV es el que más sufre a principios de 2012, pero el situado entre los 100-150 CV exhibe un interesante crecimiento. En cuanto a las motorizaciones reducen su presencia todos los segmentos excepto los de seis cilindros. En cuanto a tipos, parece que los fruteros, en el inicio del año aguantan mejor los malos resultados e incluso se observan perspectivas positivas. Así, hoy en día las expectativas para el mercado de 2012 son peores que el año pasado y Ansemat sitúa el cierre del mercado en torno a las 9.000 unidades.

LOS LÍMITES DE CRECIMIENTO A ESCALA NACIONAL

Para superar los condicionantes, Riccardo Angelini, director general de New Holland Agriculture en España, avanza las claves donde enfocar el trabajo: "En segmentos especializados con tendencia positiva como son el olivar o la viña, en la profesionalización de los clientes, que provoca una inversión mayor en tecnología, y la mejora en la disponibilidad del dinero gracias a la financiación", advierte. Exactamente ahí pende la espada de Damocles sobre los agricultores. En el diagnóstico de la situación por el director de CASE iH Iberia, Xavier Autonell, se dice así: "Podemos afirmar que la dificultad para la obtención de créditos, la reducción de las subvenciones y el aumento del precio de gasoil agrícola son los condicionantes más relevantes".

"Como resulta lógico en su mayoría se encuentran relacionados con aspectos económicos al reducirse el poder adquisitivo de los agricultores", afirman fuentes de Ansemat. Las causas permanecen nítidas a los ojos de todos: la baja rentabilidad obtenida por el aumento generalizado de los costes de producción, los bajos precios y el descenso de algunas producciones o la crisis de algunos sectores específicos como es el caso del ganadero.

Pongamos un ejemplo: la tendencia del mercado de cosechadoras y recolección que ha estado al alza en Europa Central y del Este, mientras que en el arco mediterráneo no ha resultado tan boyante. "En Europa la fuerte subida se ha debido sobre todo a la subida de los precios del cereal, en cambio en España no ha sido tan grande esa subida y además, el mercado español no está tan centrado en el cereal. Por otro lado, los precios no son los mismos en el resto Europa que en España y los rendimientos tampoco lo son. Además en España sigue la incertidumbre financie-

ra, han desaparecido diversas cajas rurales que servían de gran apoyo a los agricultores", explica Riccardo Angelini.

A la reducción del capital disponible por las explotaciones se deben sumar las dificultades de acceso a la financiación externa, la reducción paulatina de ayudas y subvenciones públicas, que habrían ahondado en las dificultades de los usuarios para acceder a nuevos equipos.

"Las subvenciones, ya sean Plan Renove o Nuevas Tecnologías, hay que asumir que

se verán muy mermadas por los ajustes presupuestarios. Así pues, debemos mirar puertas adentro y descubrir de qué manera podemos hacer atractivo nuestro producto al cliente; identificar sus nuevas necesidades y ofrecerlas", sale al paso Alberto Piñero de Kubota.

Las firmas de maquinaria se arrojan que el agricultor tiene una tabla de salvación: las propias financieras. "En nuestro caso, contamos con John Deere Financial, nuestra financiera propia, que sigue proporcio-

MERCADO DE TRACTORES EN 2011

INSCRIPCIONES

2011	Inversión (M€)	2010	Inversión (M€)	% Mercado	% Inversión
10.002	421,8	10.548	443,9	-5,17	-4,97

Potencia media **107,6 CV**.

49 marcas diferentes, 51 en 2010.

Los **nacionales** suponen el **0,90%** de las inscripciones.

Cinco marcas absorben el **63,7%** del mercado. Ansemat supone el 99%.

El tractor tipo es un tractor de entre **90-109 CV** de doble tracción y comprado en Andalucía.

El **51,21%** de los tractores que cambiaron de titular tenían más de 20 años.

POR MARCAS MÁS VENDIDAS (% SOBRE EL TOTAL)

JOHN DEERE	28,4
NEW HOLLAND	17,0
KUBOTA	6,4
CASE IH	6,3
MASSEY FERGUSON	5,6
FENDT	5,3
SAME	5,2
DEUTZ-FAHR	4,5
LANDINI	4,5
LAMBORGHINI	2,7
CLAAS	2,4
ANTONIO CARRARO	1,9
RESTO DE MARCAS	9,8

Fuente: Magrama, Ansemat



nando financiación a casi todos los clientes que la solicitan, aunque estos son menos, por la *crisis de confianza* mencionada”, apunta Germán Martínez.

Para la patronal de maquinaria agrícola, la consecuencia de todo lo anterior es la reducción de las inversiones en maquinaria y equipos pese a la adecuación, por parte de las empresas, de la oferta a las necesidades del sector, con márgenes más estrechos, reducción de precio y diferenciación de la misma, entre series medias y equipos más profesionales.

UN SECTOR CON “GRANDES ESPALDAS”

En positivo y a contracorriente, el sector agrícola es estratégico, “que está soportando mejor que otros el mal momento económico y que, además, ha de responder a un reto fundamental: el de la alimentación”, se responde en Ansemat. Está impreso en los genes de las firmas de maquinaria agrícola el siguiente axioma: El futuro de una agricultura competitiva, productiva, eficiente y sostenible, solo se puede entender a través de la tecnificación del medio agrícola y esto solo es posible gracias a los tractores y la maquinaria agrícola.

Desde New Holland recalcan que de gran ayuda sería facilitar el acceso a la financiación y acelerar el proceso de profesionalización de los agricultores es el camino, “ofreciéndoles tecnología e innovación que aumente la rentabilidad de sus explotaciones”, aporta el director general en España, Riccardo Angelini.

De cualquier modo, se advierte un buen comportamiento en el segmento de tractores “grandes”, lo que da a entender a Alberto Piñero que el camino está por una agricultura profesional, en el que el cliente saca muy bien los números para rentabilizar lo antes posible una inversión. Una inversión de calidad es más rentable. Las previsiones de demanda del mercado se acomodan a medida que afinan más los clientes en sus requerimientos y las marcas lo saben bien.

“La capacidad de financiación es un factor clave en momentos como los que estamos viviendo, pero sobre todo nuestra meta es proporcionar la maquinaria adecuada, con el nivel tecnológico adecuado, al precio adecuado, según las necesidades adecuadas de cada cliente”, comenta Germán Martínez, director general de la unidad Comercial y consejero delegado de

PIEZAS CLAVE QUE HAN PUESTO EN MARCHA ALGUNAS FIRMAS EN 2012



John Deere

“Sequimos complementando nuestra extensa gama de productos, tal y como pudimos ver en FIMA, con más tecnología, como muestran los siete premios a innovaciones tecnológicas, que ayudarán a los agricultores, ganaderos más exigentes y, en especial, a las empresas de servicios a ser cada día más eficientes. De hecho somos la empresa del sector que más invierte en I+D+i con mucha diferencia. 15 M\$ por día”, arguye Germán Martínez. El director general de la Unidad Comercial y consejero delegado de John Deere Ibérica pone como ejemplo la estrategia de solo *gasoil*, sin urea, que mantendrán mientras la tecnología aplicada a sus productos permita ofrecer esta comodidad cumpliendo rigurosamente con los niveles de emisiones marcados por la legislación. Otro ejemplo es su estrategia de nuevas tecnologías aplicadas a la agronomía como es FarmSight.

New Holland

“La presentación todas las series de cosechadoras con motor Tier IV, el lanzamiento de nuevas series tractores de < 100 CV (T4, T5 y TD5) y los tractores de > 100 CV, con tecnología SCR para cumplir con la normativa Tier IV”, según Riccardo Angelini, director general de la compañía en España. Así, de cara a 2012 su objetivo marcado es aumentar un 0,8%. “En dos años hemos hecho una renovación entera de las series de tractores”, añade.



CASE IH

“Dar a conocer la innovación que supone la última tecnología Efficient Power (Tier IV): mayor productividad y menor consumo. También queremos potenciar las nuevas cosechadoras Axial Flow con tecnología Efficient Power (Tier IV) y la tecnología vinculada a la agricultura de precisión. Reforzar nuestro posicionamiento en gama alta con nuestro buque insignia el Magnum CVX también está entre nuestros objetivos más inmediatos. Recordemos que hemos ampliado la gama de producto con el lanzamiento de un nuevo segmento, la familia Farmall”, declara Xavier Autonell, quien a su vez destaca que otra de las piezas clave es desarrollar la Red de concesionarios oficiales de Case IH, “que evolucionen, hacerlos aún más profesionales (Programa Red Excellence). En definitiva, consolidar concesionarios con capacidad de crecimiento y nombrar nuevos”. Por último, el director general de CASE IH Iberia recalca el potencial del área de recambios que, por supuesto, debe aprovechar la marca. “Han aumentado un 47% con respecto al año 2007. Somos la marca de los que exigen más: nuestro Servicio Postventa, nuestra Atención al Cliente y la financiación que ofrezcamos tienen que estar a su altura”, agrega.

Kubota

“Ha adquirido recientemente el grupo Kverneland con el propósito de completar su gama de productos, aprovechando la experiencia de fabricación de ambas compañías, así como mejorar la venta de sus productos gracias a las sinergias creadas”, indica Alberto Piñero, director de Desarrollo de Kubota España, quien afirma que “todavía es muy pronto para poder hacer una valoración, pero en líneas generales siempre es muy bueno crecer; es la mejor manera para poder salir reforzado de la crisis y mejor si es de la mano de una marca con el prestigio y la reputación de Kverneland”.



John Deere ibérica. La tecnología aplicada a la mejora de la eficiencia y reducción de costes de los agricultores son siempre su prioridad, a juicio de esta compañía.

En Kubota se inclinan a medio plazo por

tener nuevos productos adaptados a las nuevas demandas del mercado, “tractores sencillos y rentables para una agricultura media, que es el grueso de nuestra agricultura”, opina Alberto Piñero, su director

Una visión se convierte en realidad

La perfección es su mejor forma



FENDT EFFICIENT
700  **TECHNOLOGY**

El nuevo Fendt 700 Vario ofrece innovaciones difíciles de superar. De 144 a 237 CV de potencia, el nuevo motor con tecnología SCR y el Fendt Variotronic con Varioterminal, el 700 Vario ofrece un auténtico tractor de alta potencia en un espacio compacto. El punto fuerte del 700 Vario es la nueva cabina Fendt VisioPlus, que redefine la visibilidad y el sentido del espacio. Todo esto hace al 700 Vario el nuevo representante de la Tecnología Eficiente de Fendt.

Conoce más acerca del nuevo Fendt 700 Vario y la tecnología SCR en www.fendt.com

FENDT

 **AGCO**
Your Agriculture Company

Fendt es una marca mundial de AGCO Corporation • www.fendt.com

de Desarrollo en España. “Pero además, habrá que complementar la gama de productos ofrecidos, no sólo con tractores sino también con aperos para poder satisfacer los requerimientos de nuestros clientes”, apostilla.

El aspecto de desarrollo rural, cuya partida presupuestaria por parte del Estado merma este año, no pasa inadvertido para Xavier Autonell, director de CASE iH para España y Portugal. “Se tiene que apoyar y fomentar para conseguir que las explotaciones agrícolas y ganaderas sean más rentables y que aumente la capacidad económica de sus propietarios. Hay mucho trabajo en el ámbito de la conservación medioambiental y forestal que aún no es visto como fuente de empleo y riqueza. Ahí es donde debería incidir la administración. Si se apostara por esa vía dejaríamos atrás ese límite de 10.000 unidades”, argumenta.

En las marcas consultadas impera la opinión de potenciar el servicio postventa, que siempre ha sido fundamental y en los tiempos que corren aún más. Debe ser ágil, cercano y eficiente.

LA MECANIZACIÓN ANTE EL RETO DE ALIMENTAR, SER SOSTENIBLE Y PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE

El sector se enfrenta a un reto fundamental: el de la alimentación, que se unirá al de la sostenibilidad y la protección medioambiental. Así el logro de todos ellos para Ansemat no se entiende sin el uso de maquinaria agrícola y por ello las cifras del mercado de 2011 incidieron en el aumento de la inversión en equipos más grandes, potentes, con mayor capacidad de trabajo y aplicación tecnológica, reduciendo, consecuentemente, las cifras globales de los mercados.

¿Cómo convencer al agricultor de que debe apostar por la innovación cuando la economía está en el vértice más elevado de la crisis financiera? “El agricultor ya está convencido. Cuando preguntamos a nuestros clientes cómo les podemos ayudar siempre contestan que ofreciéndoles la calidad de nuestros productos, porque son sinónimo de rentabilidad y productividad”, responde Xavier Autonell, para quien CASE iH se compromete con los agricultores día a día para proporcionarles seguridad y calidad gracias a la última y más avanzada tecnología Efficient Power: mayor productividad, menor consumo.

Tal y como se ha comentado en el foro

Medwinds, la necesaria revalorización del sector agrícola pasa por el crecimiento de la aplicación tecnológica. Para Riccardo Angelini de New Holland, la mejor manera de enseñar a un agricultor que debe invertir en tecnología es demostrarle que la rentabilidad de su negocio va a aumentar con sus productos. Para ello deben dar un paso hacia la mayor profesionalización. “En tiempos de crisis la inversión en tecnología es la mejor opción para salir de ella. Solamente los más fuertes aguantarán el tirón y son ellos los que deben promover ese cambio hacia una agricultura más tecnológica”, confirma.

Además se ha de tener en cuenta el componente medioambiental, desde el punto de vista de la sostenibilidad agrícola, “entendida como la forma de producir más con menos recursos, igualmente a través del uso insustituible de maquinaria agrícola aplicando criterios de sostenibilidad, innovación, investigación y desarrollo tecnológico”, se reitera desde Ansemat. La patronal de la mecanización agrícola está de acuerdo con que el cliente profesional, hacia el que apunta la reforma de la PAC más allá de 2013, ha seguido manteniendo esta demanda que le permite una mejor amortización de los equipos.

“Las subvenciones que llegan de la Unión Europea se verán condicionadas por los pilares de la productividad y ecología, lo que llevará al agricultor a profesionalizar-

se aún más y buscar la rentabilidad en todas las inversiones que haga”, amplía Alberto Piñero de Kubota.

Precisamente el desarrollo tecnológico y el marco normativo y legislativo bajo el que se lleva a cabo, especialmente en Europa, en todo el proceso del producto: diseño, fabricación y comercialización, conlleva una serie de adaptaciones de los fabricantes y comercializadores en materias como la calidad y la seguridad, marcando diferencias entre países.

“La tecnología es nuestra gran aliada a la hora de optimizar rendimientos. Esto permite reducir los costes de diversas maneras. Una de ellas es el aumento de productividad, directamente relacionada con la tecnología existente en cada uno de nuestros productos. Otra, sin duda muy importante, es el ahorro posible gracias a la cantidad de datos que ponemos a disposición del usuario a través de la telemática”, indica Germán Martínez de John Deere, cuya estrategia John Deere FarmSight está muy ligada al uso de los datos que envía en directo la máquina, y la capacidad de análisis de nuestros clientes, apoyados por especialistas en la materia.

Para Germán, “nunca tuvo tanto futuro la agricultura y la profesión de agricultor. Las tres “P” (*food, fiber y fuel*) proveen un futuro alentador para todos, aunque haya ciclos donde las perspectivas no se vean tan positivas”. Al hilo de sus palabras, aunque no se vea un 2012 en positivo, sin duda este ciclo negativo terminará y se volverá poco a poco a niveles de mercado normales, cambio de ciclo que comenzará en 2013 sin ninguna duda y como muy tarde.

// LA NUEVA PAC LLEVARÁ AL AGRICULTOR A PROFESIONALIZARSE AÚN MÁS //

