



## Javier Seisdedos

Director general de Same Deutz-Fahr Ibérica y Portugal

**// “SOMOS CONSCIENTES DE QUE EN LOS MOMENTOS DUROS COMO AHORA, MÁS QUE NUNCA, DEBEMOS ESTAR LO MÁS CERCA DE NUESTROS CLIENTES” //**

Para 2015, el objetivo estratégico del Grupo es una cuota de mercado en Europa que enfoca el umbral del 15%. Para entonces, en cosechadoras quiere duplicar sus ventas. Su máximo responsables explica en qué basan sus predicciones, a la vez que analiza el comportamiento del sector de la maquinaria agrícola en España, que disecciona en sus respuestas.

### SAME DEUTZ-FAHR

Grupo SAME DEUTZ-FAHR se ha propuesto como objetivo estratégico una cuota de mercado en Europa hasta el 15% y en cosechadoras el doble de la actual para 2015. ¿Sobre qué base han estimado la proyección de crecimiento y qué trozo de la tarta se llevará el mercado español?

La base de este crecimiento es el gran potencial que ahora mismo tenemos en muchas zonas y que no se habían desarrollado por una cuestión de prioridades de compañía en muchos países de Europa, en especial Europa del Este. Y es precisamente aquí, donde vendrá el mayor crecimiento. A esto se suma el gran avance que se está dando en nuestras fábricas y el incremento de la capacidad de producción que en los próximos años permitirá atender esta mayor demanda.

En cuanto a las cosechadoras, era un regreso muy esperado por muchos clientes la actualización de modelos con los nuevos de las cosechadoras Deutz-Fahr, líderes en consumo y sencillez de mantenimiento. Las ampliaciones en la fábrica de cosechadoras permitirán sin duda tener la producción en tiempo desde esta misma campaña.

De camino a esa meta, ¿qué piezas clave han puesto en marcha en 2012?

La puesta en marcha del establecimiento en China, Rusia, y la mejora de la fábrica de cosechadoras.

¿Cuáles son los condicionantes de crecimiento en el mercado español detectados por su compañía desde la explosión de la crisis? La situación general influye en el agricultor y ganadero como en cualquier otro español, siendo mucho más conservador a la hora de decidir una compra. En nuestro sector, se ha agravado a la situación general de desánimo y falta de financiación fluida, aspectos como la falta de lluvias en buena parte de España y los

graves desajustes de precios que todavía tenemos en muchos productos agrícolas como cítricos, lácteos, carnes, y un desgraciadamente largo etcétera.

¿Qué cuerdas deben tocar los fabricantes de maquinaria para que se supere el límite de las 10.000 unidades de tractores que encorsetan el mercado en España?

Los fabricantes no podemos ni en mi opinión debemos forzar el mercado natural en gran medida, por que todas esas anomalías luego se pagan. pero si debemos y estamos tratando de poner a la mano del agricul-

tor: financiaciones más fáciles que la banca convencional, buscar productos que se ajusten a las demandas actuales, (incluso productos más sencillos), y bajar los márgenes de las operaciones, llegando a fijar esos márgenes en conjunto con nuestras redes. Creo que se está haciendo un gran esfuerzo, y somos conscientes de que en los momentos duros como ahora, más que nunca, debemos estar lo más cerca de nuestros clientes.

¿Cree que la falta de lluvia de los meses pasados afectará a las expectativas de compra de cosechadoras?

Desde luego que las han frenado, en especial en el Sur de España. Si bien es cierto que la campaña arrancó bien.

Tal y como se comentó en el foro MedWinds en la pasada edición de FIMA, la necesaria revalorización del sector agrícola pasa por el crecimiento de la aplicación tecnológica, pero ¿cómo convencer de esta necesidad al agricultor cuando la economía está en el vértice más elevado de la crisis financiera?

Demostrándole que esa inversión tecnológica le va a permitir reducir los costes de explotación o mejorar su rendimiento económico. Esta es la mejor manera de evidenciar la necesidad de nuevas tecnologías.

