



# QUIEN FABRICA BIEN Y COMERCIALIZA BIEN, INFORMA BIEN

*"A mis buenos amigos Luis Márquez y  
Mariano Pérez Minguijón.  
Julio 1998"*

**H**ace 30 años comencé mi relación profesional y laboral ininterrumpida con el mundo de la maquinaria agrícola, y desde entonces he visto miles de tractores trabajando en el campo en todo tipo de labores agrícolas, pero también los he visto trabajar en otras aplicaciones.

He visto tractores acarreado larguísimas filas de remolques abarrotados de caña de azúcar, tractores estáticos elevando cientos de metros cúbicos de agua a cientos de metros de distancia, tractores moviendo docenas de vagones de tren, tractores apilando miles de palets, tractores limpiando kilómetros de caminos nevados, tractores compactando el firme de las carreteras, tractores previsores esparciendo sal antes de las heladas, tractores madrugadores adecentando extensas playas, tractores recogiendo cientos de bolas de golf, tractores adornando con millones de bombillas las fiestas navideñas, tractores en medio de grandes jardines...

Y he visto tractores sin eje de toma de fuerza, o con tres salidas diferentes de potencia, tractores sin elevador hidráulico, o con dos elevadores, tractores con seis, con ciento cuarenta y cuatro y con infinitas velocidades en su transmisión, tractores en fin...

He visto demasiadas formas de uso de un tractor como para admitir su reducción 'como unidad', al único uso agrícola, y a su definición y diferenciación con sólo tres parámetros: los caballos de potencia del motor medidos a la toma de fuerza (lejanos), el consumo específico de combustible (relativo) y el caudal hidráulico (de uso múltiple).

El tractor es una máquina cuyo uso no es sólo agrícola, por lo que no tiene sentido lógico etiquetarlo, reducirlo, a una simple y estricta homologación agrícola.

La homologación de Tipo, y las Directivas en ella contenidas, está en la línea lógica de la definición de las normas y de las características que debe cumplir el tractor como máquina antes de ponerse en el mercado a disposición de los clientes.

El comprador de un tractor, cualquiera que vaya a ser su uso, pide al fabricante que le entregue una máquina segura, confortable, fiable, con amplia visibilidad, maniobrable, sencilla de usar, adaptada a sus necesidades... y como el valor del

militar en el combate, al tractor el resto de sus cualidades, incluido el poder de tiro... se le supone.

Y quien como comprador dude de su valor, de su potencia 'aplicada', de su rendimiento, es libre de probarlo y de comprobarlo, ANTES de tomar la libre decisión de la compra, de informarse libremente, de comprar, de preguntar, y de conocer todo cuanto crea necesario para ver cómo cumple y cómo se adapta el tractor a sus necesidades. Para esto están las organizaciones comerciales, y no los proteccionismos institucionales.

La potencia española de inscripción (02/1964), LA POTENCIA DE CARTILLA, (la potencia del cupo, del racionamiento, la potencia del ayer, la potencia de la autarquía, del proteccionismo), ayuda a vender... por catálogo a los malos vendedores, y se utiliza para vender... mal, simplemente no sirve nada más que para eso.

Es un valor que daña, e incluso en muchos casos destruye las correctas formas de la comercialización, mucho más amplias que la sola acción de vender, y aborta la aplicación extensiva de las técnicas del Marketing.

El uso del argumento de un número de caballos medidos 'a distancia' en un eje, de una forma determinada, un día cualquiera, en unas ciertas condiciones atmosféricas, para luego ser corregidos con una fórmula matemática de ámbito restringido, no dice nada en el 95% de los casos de uso de un tractor, y en cambio sirve para penalizar con amplitud la seriedad comercial, y para favorecer la informalidad. Es un número que informa poco, y mal.

Quien fabrica bien, sabe bien del éxito de sus productos en el mercado y no necesita de argumentos 'extra' para comercializar bien.

La Norma del año 1964 ya no sirve, está superada en el tiempo, en su forma, y en su aplicación práctica y comercial. Lo más prudente sería derogarla cuanto antes, y dejar que fueran los mecanismos liberalizadores y de control quienes situaran a cada máquina y a cada marca en su sitio conforme a la calidad percibida por el mercado.

Los mecanismos de homologación, de cómputo y de sanción de una marca para darle más valor en el mercado, ya están disponibles, pero su forma y su aplicación tienen algunas lagunas. Una mesa a varias bandas para definir posiciones es seguro que generaría una línea de actuación futura, e incluso de acuerdo.

Un fuerte abrazo, 🍷