

JUAN CARLOS DELGADO

Consejero Delegado de Deltacincos Delgado Delgado e Hijos

“Nuestra posición en el mercado es cada día mejor”

En un momento como el actual, con los mercados atravesando situaciones que no se vivían desde hace algunos años, es importante conocer la opinión de los grandes distribuidores de maquinaria agrícola en España. Uno de ellos es Deltacincos Delgado Delgado e Hijos, que a sus casi 30 años tiene “un gran futuro por delante” junto a las marcas que comercializa, Amazone y Krone. Así lo reconoce el Consejero Delegado de la empresa, Juan Carlos Delgado, que confía en seguir mejorando la posición de su empresa en el mercado.



JULIÁN MENDIETA / ÁNGEL PÉREZ

Palencia

¿Cómo se está comportando el mercado en estos primeros meses del año 2009?

Hay un descenso claro en la venta de tractores pero no así en la de equipos y maquinaria de calidad. Es evidente que los agricultores no son ajenos a la crisis y que los precios de muchos de sus productos están en niveles bajos en comparación con campañas anteriores. No obstante, creo que el agricultor se mantiene históricamente, en un nivel intermedio entre las épocas de bonanza y de crisis.

¿Qué mensajes están recibiendo de sus distribuidores?

Nuestra red de distribuidores está cursando pedidos en un nivel muy similar al año pasado en esta época. El invierno ha sido especialmente largo y duro y todo el mundo está esperando la primavera con ganas. Somos optimistas de cara a la campaña de forraje con Krone. Esperamos un fuerte crecimiento como en años anteriores.

El perfil de cliente al que se dirigen los equipos de Amazone y Krone es, básicamente, un tipo de agricultor de nivel medio-alto, maquileros y em-



presas de servicios. ¿Qué sensaciones están percibiendo de todos ellos? ¿Existe ánimo de renovar la maquinaria?

Los agricultores profesionales y las empresas de servicio, son cada día más conscientes de que necesitan equiparse de maquinaria que les ofrezca rendimiento, productividad y calidad en el trabajo. Nuestros productos Amazone y Krone están considerados como lo mejor en cuanto a maquinaria y son precisamente los agricultores profesionales y empresas de servicio los que mejor valoran la calidad y no tanto el precio.

En una coyuntura económica como la actual, ¿han variado los criterios de los agricultores a la hora de adquirir una máquina?

Sinceramente, creo que no. Los agricultores, en general, siguen las mismas pautas de siempre.

¿Coincide con quienes opinan que es la hora de los auténticos profesionales del campo, que tienen ante sí un excelente momento para encarar nuevas oportunidades?

Sin duda. En el próximo futuro sólo quedarán agricultores y empresas de servicios con amplias extensiones de tierra, que realicen rotación de cultivos, y con maquinaria muy profesional que les permitan grandes rendimientos. Por ejemplo en las zonas cerealistas de España, hemos tenido un incremento en ventas muy notable de nuestros diferentes equipos Amazone de siembra Cirrus de 6, 8 y 9 metros y los equipos de pulverización UF y UX tanto suspendidos como arrastrados de gran capacidad. El valor medio de nuestra abonadora estrella, la ZAM Profis, es de aproximadamente 10 000 € equipada con 'báscula electrónica y ordenador'. Esto era impensable hace unos años.

En un escenario tan completo como el actual, ¿puede variar el papel de las ferias 'tradicionales' como herramienta de marketing?

Las ferias tradicionales de maquinaria agrícola cumplen su papel. Tienen la facultad de aglutinar muchos agricultores en unos pocos días y te permiten transmitir y recibir sensaciones, opiniones y estados de ánimo de la gente según el lugar y la zona.

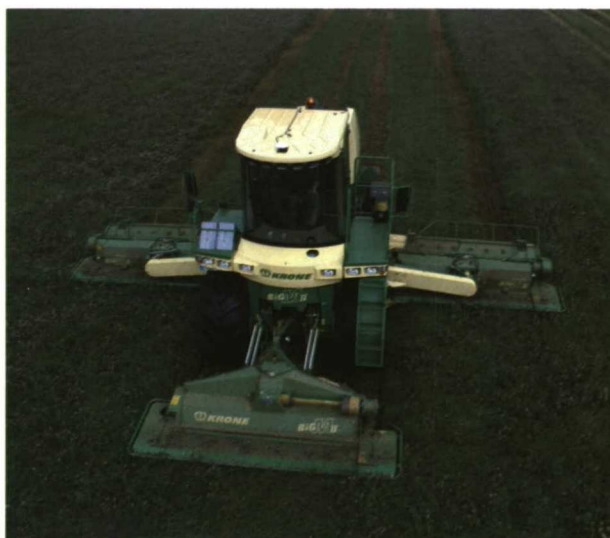
Asimismo puede ser una buena ocasión para presentar un nuevo producto. Creo que las 'ferias tradicionales' hay que complementarlas con jornadas de puertas abiertas en los distribuidores y jornadas de campo.

Cuando el mercado tiende a contraerse, marcas de elevado nivel, como Amazone o Krone, ¿son las que mejor pueden afrontar esa situación o son las primeras en sufrir las consecuencias?

Tanto Amazone como Krone tienen una situación financiera verdaderamente envidiable. Un endeudamiento casi nulo y un 'cajón' bastante lleno. Una idea constante de inversión en alta tecnología y calidad para sus productos y, además, ambas empresas han realizado una transición hacia la cuarta generación familiar muy ordenada, clara y rápida, lo que transmite mucha confianza en el futuro.

Ambas marcas, Amazone y Krone, cerraron el último ejercicio con unos resultados muy positivos y con previsiones optimistas para este año, especialmente en los grandes mercados europeos. ¿Qué puede suceder en España?

En los últimos años hemos tenido un crecimiento muy importante con nuestras marcas Amazone y Krone. Esperamos mantener este fuerte crecien-



to en los próximos años. Estamos trabajando en la línea adecuada, con más apoyo e incentivo sobre nuestra actual red de distribución, creando nuevos puntos y dando valor a nuestras marcas. Nuestra posición en el mercado va a ser cada día mejor.

Deltacinco es uno de los pocos importadores de maquinaria agrícola que permanece en el mercado 30 años después de iniciar su actividad. ¿Cómo se transmite al usuario final el valor añadido que supone este conocimiento adicional –de producto, en servicio...– acumulado durante tres décadas?

En efecto, nuestra empresa pronto cumplirá 30 años de vida y es verdad que cada vez hay más 'filiales' y menos empresas importadoras. En Deltacinco, durante todo este tiempo, ha habido una persona clave que ha sido el motor y timón de la nave: mi padre, Luis Delgado Delgado. De él hemos aprendido todo o casi todo y, ahora, con mi hermano y el magnífico equipo humano queremos seguir creciendo. Nosotros no somos una multinacional, por lo tanto debemos ofrecer a nuestra red de distribuidores una atención diferente. Más ágil, más cercana, más eficaz, más 'amable'. Con nuestras marcas Amazone y Krone tenemos un gran futuro por delante. ■