

JAVIER SEISDEDOS

Director General de Same Deutz-Fahr Ibérica

“Para nosotros FIMA ha sido muy positiva por la excelente acogida de las novedades presentadas, tanto por los usuarios como por nuestras concesiones, en las tres marcas”



Los clientes de Same Deutz-Fahr obtuvieron respuesta a sus demandas si se pasaron por el stand del Grupo en FIMA 2012. Su Director General en la Península Ibérica, Javier Seisdedos, confía en la idoneidad de los nuevos productos para el mercado español y que alguno de ellos es ya, sin duda, un firme candidato a *Tractor of the Year*.

JULIÁN MENDIETA

TRES CANTOS (MADRID)

¿Cómo fue FIMA 2012?

Un éxito en términos de visitantes. Se superaron las expectativas, llegando a más de 210 000 visitantes. Sin duda, ayudó la climatología, más benigna que otros años y el elevado número de novedades presentado este año, muchas de

ellas para adecuarse a la nueva reglamentación medioambiental. Hubo bastantes novedades también en GPS y electrónica aplicada a la agricultura... Las nuevas tecnologías han creado en el visitante una necesidad de saber. También vinieron en busca de noticias positivas. En el campo hay bastantes profesionales cuya situación no es crítica como en otros sectores. De hecho, la cosecha del año

pasado en algunos cultivos, producciones y precios estuvo bien. Son las dudas e incertidumbres las que hacen que, en algunos casos, se pospongan las inversiones.

Como Director General de Same Deutz-Fahr tuvo la oportunidad de pulsar el ánimo a su red durante el certamen. ¿Cómo se encuentra de ánimo en ciertas partes de España?

Nuestra red, en buena parte, está formada por empresas familiares, mejor adaptadas a los tiempos difíciles que las grandes empresas, porque están acostumbradas a pasar estos baches. La agricultura los tiene, por lo que no es nada nuevo para ellos.

Para nosotros FIMA ha sido bastante positiva porque en ella hemos presentado novedades, muy esperadas por nuestros clientes, en las tres marcas. Nuestra red siempre da su respaldo cuando introducimos nuevos productos, porque permiten encontrar de un modo más fácil lo que el cliente necesita o introducir una ventaja competitiva que al final redundará en una mejora de las ventas. Eran productos ya demandados en gran parte desde España, tanto los tractores pequeños de Same, los Walker, como los Green Pro de Lamborghini o la nueva serie TTV de Deutz-Fahr. Aunque en los dos primeros meses del año los volúmenes no han sido muy altos, nuestra perspectiva de futuro es buena.

Ha habido varios aspectos importantes de la presencia en la feria de Same Deutz-Fahr que hay que resaltar. Por ejemplo, las gamas de tractores íntegramente Same, motor incluido, e íntegramente Deutz. Poner motores Same supuso una inversión de más

de 20 millones de euros ¿Cómo fue acogida esta acción por parte de los concesionarios?

Muy bien. El concesionario ha entendido la idea que le queríamos dar. Un producto con diferentes equipamientos en función de la marca. Al concesionario le va a permitir competir mejor en el mercado, aprovechando las ventajas que pueda aportar un producto Same o Lamborghini con motor Same de origen italiano, o uno Deutz-Fahr con motor Deutz de origen alemán. Este año, aprovechando la visita que hemos tenido de la dirección del Grupo encabezados por el Consejero Delegado Mr. Bussolati y el Vicepresidente del mismo Mr. Carozza, los concesionarios se lo han agradecido y les han felicitado por esta idea. Creemos que aportará ventajas. Uno de los aspectos más destacados de FIMA ha sido la extraordinaria acogida que la nueva serie 7TTV ha tenido entre todos los que lo han visto, es el mayor desarrollo tecnológico que Deutz-Fahr ha presentado en los últimos años y será uno de los productos mejor valorados por los clientes europeos durante este año. Yo, personalmente, apuesto firmemente por el nuevo TTV 7250 como *Tractor of the Year*.

Tuvimos la oportunidad de hablar con ellos en una entrevista en la que nos co-

mentaron el interés por incrementar la presencia de la compañía en India. ¿Cómo vieron la feria? ¿Qué opinión manifestaron?

Muy positiva. Ha sido un gran respaldo el que la máxima cúpula directiva de la compañía nos visite. También para la propia feria en sí. Creo que su impresión ha sido muy positiva por la calidad de los stands, como por ser el cuarto centro de presentación de novedades en Europa, como en la organización en sí. El poder disponer de pabellones como los que tenemos. El conjunto de la feria sorprende al que no la ha visitado nunca, porque estamos al mismo nivel, salvando lo que son los volúmenes en metros cuadrados de ferias como EIMA o París, adaptado a nuestro mercado.

Este año, además teníamos eventos como el de MedWinds, el único de estas características que se celebra en una feria del circuito europeo. También ha causado buena impresión el que desde aquí estemos promoviendo el juntar a los principales directivos del mundo.

¿Cómo fue para Same Deutz-Fahr Ibérica el año 2011 a nivel de ventas?

Positivo. Nos hemos sabido adaptar a las circunstancias. No fue un año de grandes volúmenes en cuanto a número de trac-





tores pero pasamos de vender, en los últimos cuatro-cinco años, fundamentalmente tractores con una media de 80 CV, a vender unidades con una media de 120 CV y el cambio de producto nos permitió aumentar la facturación respecto al año 2010, lo cual es positivo en términos económicos y financieros.

La red está siguiendo muy bien la política de la compañía, está entendiendo el cambio y la necesidad de utilizar la alta tecnología en los tractores, en especial en los fabricados en Alemania. Además, está siendo capaz de transmitírselo al cliente, que a su vez lo está apreciando. El año se salvó con muy buen resultado para las circunstancias.

Además contamos con el apoyo de las cosechadoras. Fue un gran esfuerzo poner en marcha el proyecto, pero ya está dando sus frutos sobre el mercado. Comienza a ser una cosechadora más en el mercado y eso ayuda a que aumente la facturación.

En recambio, con el programa que llevábamos, se cubrieron expectativas. No fue un año de grandes saltos pero hubo un incremento del 5% en la facturación. Tal y como está el mercado, está bastante bien.

“En recambios hemos cubierto las expectativas con un incremento en la facturación el pasado año del 5%”

El mercado de la marca Deutz Fahr trabaja desde hace tiempo con el producto fabricado por Kverneland. ¿La compra de Kverneland por parte de Kubota puede cambiar en algo la política de Same Deutz- Fahr?

Actualmente no. Como se ha comentado al momento, tienen independencia de funcionamiento. No sé si Kubota querrá fabricar sus máquinas... no sabemos nada. Para este año 2012 la situación continúa igual.

Gregoire, aunque se comercialice independiente de Same Deutz-Fahr, es parte del Grupo. ¿Cómo fue acogida esta máquina para el mercado de España, interesante por múltiples aplicaciones?

Hay una gran expectación por parte de nuestra red. Dentro del Grupo se ha dado un mensaje muy positivo, un mensaje de refuerzo de la compañía, de interés en estar en los mercados mediterráneos, de apostar por una marca que es líder de su sector, es una de las mejores marcas en vendimiadoras, tanto para olivo como para vid.

Nuestra red de Concesionarios lo ha acogido con gran entusiasmo. Hay muchos concesionarios interesados en poder distribuir esta marca. A nivel de España, Gregoire y Same Deutz-Fahr, somos empresas diferentes, gestionamos de forma diferente, pero tenemos una relación cercana y vamos a tratar de aprovechar nuestras sinergias, tanto en tractores como en vendimiadoras.

Todo este incremento de nuevos tractores y máquinas, lleva consigo una necesidad imperiosa de financiación. ¿Cómo están solucionando esto, ahora que es tan difícil encontrar una financiación coherente con el mercado?

Gracias a las herramientas financieras que ponemos a disposición de los clientes. Ahora mismo Same Deutz Finance, el acuerdo que tenemos con la BNP, está funcionando de un modo muy profesional, muy cercano al campo, entendiendo muy bien la problemática que tiene el agricultor, que es absolutamente diferente a la de otros sectores. Lleva ya muchos años en el mercado agrícola y está funcionando bastante bien. La financiación no está siendo un gran impedimento o freno a la venta al cliente final, en el sentido de que siempre tenemos una posibilidad para ofrecer al agricultor, si en su banco o en su caja habitual no se puede dar por diferentes razones. Estamos en ratios muy altos de financiaciones aprobadas.



Same Deutz-Fahr está incrementando gamas ofreciendo nuevos productos en otros segmentos de mercado. ¿Cómo están, desde la central en Madrid, articulando todo esto?

Lo que se ha presentado en la feria, lo que es el producto in situ, falta un mes para que llegue a España. Una vez tengamos terminado todo el programa de formación de nuestras concesiones, de vendedores y de técnicos, comenzaremos a mostrársela a nuestros clientes en el campo. Haremos tres o cuatro presentaciones a nivel nacional, y posteriormente las concesiones lo harán a nivel local cuando dispongamos de un número suficiente de unidades. Estas presentaciones necesitan su tiempo cuando el producto acaba de llegar.

Una parte del negocio de la compañía son las tiendas. ¿Cómo están funcionando?

Están marchando bien gracias al cambio de mentalidad del concesionario. Se ha desarrollado esta unidad de negocio entendiéndolo que las tiendas agrícolas funcionan más como tienda que como una venta de maquinaria agrícola. Hay que atenderlas, hay que tener un producto atractivo, hay que tener unos lineales bien colocados, con precios competitivos...



Las concesiones que han apostado por esto están funcionando muy bien. El índice de rotación de la inversión hecho por cada 1000 euros invertidos es el más alto en todas las posibles partidas que el concesionario puede invertir dentro de nuestra gama de producto, con lo cual el concesionario que la sigue continúa aumentando. Tenemos muchos proyectos ahora mismo en marcha, esperando una mejor situación económica. En el momento en que la situación mejore, todas las tiendas incrementarán sus facturación sin duda y además se podrá dar un servicio añadido en las zonas agrícolas.

Ya estamos en el 2012. Han transcurrido dos meses y hemos tenido el termómetro que supone la FIMA para sentir el calor del mercado. ¿Cómo lo intuyes, teniendo en cuenta que venimos de un año duro y difícil?

Viendo las variables que influyen en el mercado, es difícil ser muy optimista, sobre todo en los primeros seis meses del año. Estamos viendo que la climatología viene con una falta de lluvias acuciante, la pluviometría es muchísimo menor que la de otros años. Los mensajes que nos llegan del Gobierno sobre

las ayudas a la mejora de las explotaciones es que serán menores que las de años anteriores, por lo que el agricultor está expectante.

Creo que los primeros seis meses serán duros y difíciles. Tendremos que ver si finalmente las lluvias vienen, si las ayudas mejoran, si la PAC puede dar algún respiro, (el último acuerdo con Marruecos a la zona de levante no ha sentado nada bien). Tenemos demasiadas variables ahora mismo negativas como para que sea un año de recuperación, pero ya sabíamos que los primeros meses iban a ser duros. Pero la esperanza está después del verano si llegan otras variables macroeconómicas con resultados positivos y tiran también de nuestro sector. La agricultura, sin ninguna duda, será lo primero que repunte. Si los precios de los cereales se pudieran mantener, podríamos tener una segunda parte del año que al menos frenara la tendencia a la baja.

¿Cómo cree que va a afectar al sector el cambio en la cartera de Agricultura por parte de personas que ya vienen de atrás, que conocen de verdad la problemática de la agricultura?

En principio tener personas que conozcan el campo siempre





va a ser una ayuda. Siempre va a ser más fácil podernos entender y me consta que las instrucciones que está dando el Ministro a todo su equipo son de estar cerca del campo, de todos los agentes que estamos alrededor de la agricultura. Ha sido un inicio muy atareado, con muchas reuniones y muchos aspectos que requerían de su atención. Si bien es cierto que ha dejado un poco desilusionado al sector reunido entorno a la FIMA el no haber contado con el Ministro en la Feria de Zaragoza pero, nos han explicado el porqué y estamos deseando que nos convoquen a una reunión para poder explicarle in situ la problemática que tenemos y la que vemos que tienen nuestros clientes y los agricultores con los que trabajamos.

Pertenece también a la Junta Directiva de ANSEMAT. ¿Cómo está siendo el año para otras empresas?

La sensación es la misma. En la Feria hubo mucha gente, mucho interés por las novedades pero, a pesar de que se pudo hacer alguna operación y de hecho todas las marcas hicimos alguna, no se corresponde el volumen de transacciones reales con el volumen de visitantes.

Van a aterrizar de nuevo en un sector como el de Mantenimiento de Espacios

Verdes tanto públicos como deportivos. ¿Qué espera encontrar en el mercado?

Vamos a entrar con Lamborghini. Esperamos encontrar un mercado profesional, que sepa valorar una máquina pensada para el profesional, y así abrir un poco más el angular para llegar a más profesionales que no estén ligados directamente con la agricultura, como empresas de servicios, jardinería y campos de golf.

Queremos aprovechar el peso que tiene la marca Lamborghini. Es muy internacional, conocida en todo el mundo, lo que será de gran ayuda, y nos permitirá continuar ligando nuestra marca a equipamientos y tractores con elevados estándares de calidad.

Otro problema es el de las redes de ventas con el usado.



Sacarlo adelante cuesta dinero. Muchas veces figuran en los balances valores que no se ajustan a la realidad. ¿Podría ANSEMAT articular, junto con otras organizaciones, una valoración real, no contable, del tema del usado?

Tener un baremo del tractor usado es algo que ya se ha tratado de ver en muchas ocasiones. Ansemat trabajó junto con Ganvam para ver si esto era posible. Se invirtió bastante esfuerzo, tiempo y dinero en intentar tener esa valoración, pero por diferentes razones no se llevó a cabo. No se pudo obtener la información que queríamos. Estaría bien tener ese baremo pero son demasiadas las variables que inciden en el tractor. Los tractores varían mucho más que los vehículos... Su valoración puede depender incluso de la provincia, cosa que no sucede en la automoción. El valor residual del tractor también es mucho más alto. Con el paso del tiempo el tractor mantiene mayor valor. Poder encontrar quién gestione y aporte toda esa información no es fácil. Si lo tuviéramos, sin duda, estaría muy bien.

Otro problema que tienen las redes es la dificultad para encontrar técnicos que estén preparados para hacer el mantenimiento. Ya no son

máquinas tan sencillas como las de hace años, tienen una complejidad importante, y hay carencia de mecánicos preparados. ¿Se puede hacer algún tipo de acción para ayudar a formar a mecánicos de otros sectores para que puedan estar en el sector agrícola?

En concreto la red de Same Deutz-Fahr no tiene problema de falta de técnicos. Tenemos una red de alrededor de 90 concesionarios dotada de suficientes técnicos y agentes a los que nos encargamos de formar debidamente para que conozcan el producto antes de que esté en el mercado. Obviamente las nuevas tecnologías avanzan mucho y la formación debe ser continua para seguir las nuevas tecnologías, pero los técnicos de nuestras concesiones lo está haciendo muy bien. Lo que es cierto es que ahora es bastante fácil contratar a un jefe de taller ó a un mecánico procedente de la obra pública y de la automoción. En esos casos si ofrecemos una formación especial. Para el resto no hace falta.

¿Cuáles son los problemas más acuciantes que tienen los concesionarios?

Probablemente, la financiación a nivel interno para poder seguir los cambios. El hecho de que sean negocios familiares tiene ventajas, pero también desventajas. Seguir las inversiones necesarias no siempre es fácil o cuesta decidirse, incluso disponiendo de medios económicos. A veces se pierden oportunidades por ser demasiado conservadores, pero probablemente eso también ha permitido que sus estructuras se mantengan en activo durante muchos años.



“Tenemos una red de unos 90 concesionarios con técnicos y agentes a los que formamos debidamente”

Todas las marcas tenemos en nuestras redes concesionarios de ese tipo.

Obviamente el usado es otro gran reto para las concesiones. El encontrar un canal por donde sacar el usado para preparar la venta del nuevo.

Y el ser capaces de poder seguir el tren que marcamos las marcas. Las nuevas tecnologías, el nuevo producto, las cosechadoras, las vendimiadoras, el nuevo GPS... Para concesionarios de determinada edad es complicado seguir toda esta llegada de productos. Obviamente las concesiones que tengan un personal preparado y joven, no tendrán ningún problema.

Últimamente están proliferando las subastas. Desde una compañía como Same Deutz-Fahr ¿cómo se ve este tipo de venta?

Es otro canal de comercialización de producto con ventajas y desventajas. Tanto a nivel de marcas como a nivel de concesionarios, lo que hay que evaluar son los riesgos: qué puedo ganar y qué puedo perder.

Pero es otro canal. Por qué no explorarlo. Es una manera de abrir el mercado de un modo muy grande. A las grandes subastas llegan gentes de muchos países del mundo y es abrir la posibilidad de vender tractores usados que no se venden en la concesión. Ahí encontrarán la salida, obviamente con el riesgo de no saber exactamente la valoración o el precio final del mismo.

Un tema importante es el conocimiento del producto por parte de los vendedores. ¿Cómo ayuda la marca a su formación? ¿Utiliza Internet?

Internet se utiliza para llegar al cliente final, ya sea mediante web, Facebook u otros canales. Hay diferentes modos para conseguir que el cliente vea, interactúe y nos envíe videos, fotos, preguntas y críticas. A nivel de vendedores tenemos herramientas como la intranet, canal particular entre la marca y la concesión. Nuestros vendedores pueden acceder a ellas y complementar así la información que les damos en los cursos. Es el mejor modo de llegar a ellos. En lo que va de año ya hemos tenido dos sesiones en Same Deutz-Fahr con nuestros vendedores para comentarles las novedades, las características de los nuevos productos y el comparativo con

la competencia, que son las herramientas que realmente necesita para vender.

Un argumento más de venta es la garantía extra. ¿Cuánto está costando realmente dar ese año de garantía extra que ofrecen sus marcas en cuanto a mano de obra, piezas...?

No podemos dar una cifra porque depende del modelo de tractor, del número de horas anuales, así será el coste

cliente del tractor o de cual sea su idea respecto al cuidado de la máquina, tener más tiempo el tractor en garantía puede ser una muy buena opción.

¿Tienen en mente usar el renting como un arma de venta o es complicado?

Si, pero el renting sólo tiene sentido para un tipo de cliente muy específico. Lo estamos ofreciendo pero sólo es un pequeño porcentaje de nuestras ventas. Tiene más aceptación

una montaña como para hacer zanjas en la huerta, etc. De ahí que los cálculos de los costes de los renting sean un poco más complicados y necesiten ajustarse.

El año 2011 acabó estadísticamente con ventas de en 10 002 tractores. ¿Desde un punto de vista particular cuales son sus estimaciones para el 2012?

Será otro año de 10 000 unidades. La perspectiva con la que estamos trabajando es de ser un año frío en los primeros seis meses. En los segundos seis meses se recuperará un poco, pero estimo que terminará el año entorno a los 10 000 tractores.

“2012 será otro año con un mercado total de tractores en España de 10 000 unidades”

de la garantía extra. Pero desde luego que es otro argumento, otra herramienta comercial para hacer una operación posible. Es otra de las características asociadas al producto que, en algunos casos, es determinante para el cliente. No sólo ofrecemos ese año extra de garantía. Ahora mismo tenemos sistemas contratados con empresas de seguros para ofrecer a nuestros clientes una prolongación mayor de su garantía. Depende de la utilización que vaya a tener nuestro

una financiación directa de la maquinaria o un leasing. El renting tiene un porcentaje muy bajo dentro de nuestras ventas. No obstante aumenta la demanda por parte de las empresas de un renting cercano al de los vehículos. La maquinaria agrícola, por el tipo de producto que es y la aplicación que tiene, dista mucho del de los coches.

Casi todos los usuarios utilizamos un vehículo para conducir por carreteras. Con el tractor, las aplicaciones son más dispares. Puede utilizar tanto para limpiar

¿Cómo está respirando el mercado portugués?

El mercado portugués todavía está un poco más acuciado por las necesidades de financiación. Hay menos posibilidades allí. Nuestra compañía, al igual que en España, cuenta con la Same Deutz Finance, que está apoyando bastante las ventas, pero con más problemas porque gran parte de los clientes portugueses, no son agricultores al 100% de su tiempo, sino que tienen otros trabajos y ocupaciones. Eso, en tiempos de crisis, se nota más. Si una actividad no funciona bien, no da la rentabi-



“En cosechadoras queremos crecer y seguir al lado de nuestros clientes que han demostrado ser muy fieles a la marca Deutz-Fahr”

lidad adecuada, las inversiones en agricultura se posponen o se buscan tractores más simples. Portugal es otro país que está sufriendo de un modo muy duro la crisis.

Ese tipo de agricultor al que se refiere ¿es el que quizá se nutre de los tractores que vienen como chatarra procedentes de Asia, para luego montarse y venderse en Portugal sin estar matriculados?

La permisividad en cuanto a términos de matriculación es ligeramente diferente en Portugal. Es más fácil que un usuario para su chalet pueda comprar un tractor de ese tipo. Sobre todo por la facilidad que tiene Portugal, como gran puerto de mar, para recibir ese tipo de producto. Tradicionalmente siempre ha llegado por ahí. Pero el cliente de Portugal también sabe lo que compra y poco a poco va demandando, aunque sean productos pequeños en cuanto a potencia, más calidad. El mercado es bajo porque ya no se quiere lo más barato, se quiere un estándar mínimo de calidad.

¿Mantienen los mismos precios en un país y en otro?

Si, las mínimas variaciones viene motivadas por el transporte, la financiación y los impuestos.

¿Hay, como antes se hacía, cruce de fronteras para comprar más barato por tema de impuestos?

Es verdad que los impuestos son diferentes en cuanto a maquinaria agrícola en España

y Portugal, pero como muchas compras están sujetas a subvenciones y otros requisitos, el desplazarse hasta Portugal para comprar un tractor porque su IVA es más bajo no tiene mucho sentido y se da en muy pocas ocasiones. Sólo hay cruce de fronteras cuando son empresas que tienen tierras y trabajos a ambos lados de la frontera.

El Grupo inició de nuevo la fabricación de máquinas de recolección hace unos seis años con la compra de una pequeña planta en Croacia. Desde entonces ha ido incrementando gama de producto y características de prestaciones de máquinas. ¿Cómo están pulsando ese mercado?

De un modo muy positivo. En FIMA ha sido uno de los aspectos más valorados. Cuando terminó la feria nos reunimos y vimos que estamos llegando de la mejor manera posible al cliente. Recibimos comentarios cada vez más positivos por parte de nuestros clientes. Ya tenemos el producto finalmente adecuado para el mercado de España. Cada vez se está complementando más. Llegan nuevos modelos y se están desarrollando otros que irán viniendo. La fábrica de Croacia está a pleno rendimiento y nos permite abaratar costes de un modo significativo en la producción para ser más competitivos. Este año las perspectivas son muy buenas. Prácticamente nuestro objetivo está cubierto en cuanto a cosechadoras. Pero queremos crecer y seguir estando al lado de nuestros clientes de cosechadoras,



que han demostrado ser muy fieles a la marca Deutz-Fahr en el mercado español. Esa fidelidad que nos demostró, queremos agradecerla también con el producto nuevo que está llegando y que sin duda será un éxito en los próximos años.

La joint venture del Grupo en China con un fabricante local, ¿puede beneficiar a la compañía en España?

Si. Uno de los aspectos más significativos de FIMA fue la llegada de tractores de múltiples países que se conocen como emergentes. Vimos tractores de la India, de Turquía, de Méjico, con costes de fabricación más bajos. Los niveles de equipamiento no serán los mismos que tenemos en Europa pero será un producto suficiente para el agricultor que no necesita o no quiere gastarse mucho dinero. Estamos expectantes esperando a que salga el producto definitivo. Veremos si tenemos alguna oportunidad y si se ajusta, en cuanto a características, al mercado español para poder traerlo. ■