

**MEL McGLINCHEY***Gerente Regional de Ventas de John Deere Water*

“En lo que más estamos invirtiendo es en la gestión del agua”



El mercado de equipos de riego supone una “gran oportunidad” de negocio debido a las perspectivas de crecimiento que ofrece en muchas partes del mundo. Así lo considera el responsable de ventas para la Región 2 de John Deere Water, Mel McGlinchey, cuya compañía, dice, invierte de manera decidida en la gestión del agua.

**S**i buscamos las 4 fuerzas que son Tierra, Agua, Viento y Fuego, John Deere, desde siempre hizo una apuesta fir-

me desde hace 175 años, por la tierra, ahora por el agua, ¿en el futuro su apuesta será por ‘viento-eólica’, fuego ‘aprovechamiento energéti-

**co con biomasa’, ¿a dónde se dirigirá la apuesta futura de John Deere?**

Ya estuvimos dentro del negocio eólico hace unos años, pero dejamos esa división, ya que el objetivo real de John Deere es estar totalmente vinculado a la tierra, y el agua, no puede estar más unida a la tierra, es parte fundamental, pero no el viento a pesar de ser un negocio rentable. Nuestra ambición fundamental es alimentar al mundo, dotar a la población a

través de fibra, combustibles e infraestructuras, de ahí la división industrial. La transformación de energía la vemos más ligada a los cultivos que al viento. Un ejemplo de ello es el uso de caña de azúcar o maíz ligadas a bioenergía, de ellos se obtienen biocombustibles o biogás, una fuente de energía creciente en Europa, con Italia y Alemania a la cabeza.

**Si observamos la trayectoria de su empresa en 175 años, nunca llevó a cabo inversiones en nada que no apostase futuro, la inversión en 'agua' va más allá del simple riego agrícola, el agua es un recurso de futuro y más aun su gestión, ¿Qué pretende John Deere Water como empresa multinacional en gestionar recursos hídricos?**

No solo estamos invirtiendo en suministrar agua al suelo y a los cultivos, sino en lo que más estamos invirtiendo hoy en día es en la gestión de agua, ya que es un recurso cada vez más escaso. Por ello, apostamos no solo por utilizar el agua de la manera más eficiente, sino la energía también, por ello que participamos en todos esos componentes de una planta de riego, como son los filtros, gote-



ros, tuberías, etc., todos diseñados por John Deere. Todos ellos en conjunto, nos proporcionan un uso óptimo de la energía, al estar diseñados para trabajar en conjunto. Un ejemplo muy claro es el uso de RTK, nuestro sistema de posicionamiento con una precisión de 2 cm en conjunto con la instalación de sistemas de riego, ya que se documenta la localización exacta de cada tubería y cada gotero, por lo que conocemos dónde debemos localizar cada semilla para aprovechar cada gota de agua al máximo. La gestión agronómica es crítica, y John Deere fabrica una sembradora de precisión, un goteo que alimenta la plan-

ta, un pulverizador inteligente o una cosechadora para documentar y analizar el trabajo previo, es decir, somos los únicos que aportamos todas las soluciones globales necesarias para cada cultivo.

**Una cosa que he comprobado es la similitud en sus políticas en cualquier parte del mundo, pero siempre adecuada a cada país. ¿Cómo pueden adaptar cada 'partitura' a cada 'tempo' musical de cada país?**

Nosotros tenemos una estrategia global, de integración y crecimiento donde estemos. Una de las cosas que varían en la Region 3, Sudamérica, es la prioridad en la caña de azúcar, mientras que en Europa se investiga más en relación con el maíz. Trabajamos en cada región con un cultivo, pero todo lo que aprendemos se comparte con el resto del mundo. Por ejemplo, lo que vale en EEUU, lo usamos para otros mercados, adaptándolo a las necesidades locales. Una de las prioridades para nosotros es el canal de distribución, dando la mejor cobertura a todos nuestros clientes a través de una red de concesionarios, que en algunos casos, trabaja tanto con la división de Water como con la Agrícola.





**El agua es un bien escaso, es la riqueza del futuro no solo a niveles de consumo humano, está claro que la política de John Deere no se basa solo en 'el hoy', mira más allá; ¿qué ve John Deere más allá del horizonte?**

Bueno, una de las cosas que decimos en John Deere siempre es que 'Hay que tener los pies en el suelo y la vista en el horizonte', sabemos muy bien dónde estamos, muy firmes y asegurados, y queremos contribuir a cómo queremos que sea el horizonte, estar al lado de todas las persona que trabajan la tierra. Una de las cosas que hacemos es pertenecer a diversas asociaciones para colaborar y ayudar que el futuro sea lo mejor y lo más realista posible para todos, aportando nuestro conocimiento.

**“Nuestro planteamiento es crecer dentro del mundo del riego, pero sentando bien las bases que justifiquen la inversión realizada”**

**Uds. han llevado a cabo un crecimiento diferente en esta división 'Water', que en otras donde su compañía siempre creció no solo en base a adquisiciones, ahora están usando políticas de sinergia en adquisiciones, como es su política, 'paso a paso', pero seguros. ¿Cuál será su próximo 'paso'? ¿Hacia dónde se dirige 'el ciervo'?**

Es verdad que no estamos acostumbrados a las adquisiciones, pero en este caso, para entrar en este mercado, se adquirieron tres grandes compañías. Ahora mismo, el planteamiento que tenemos es crecer para completar nuestra ambición dentro del mundo del riego, pero sentando bien las bases que justifiquen la inversión realizada. Una vez seamos lo rentables que debamos ser, si necesitamos adquirir una nueva compañía para crecer más, lo haríamos.

**Cuentan con grandes competidores y de buen nivel. Vamos a citar nombres como los de Toro, Rain Bird, o incluso a otros niveles Nelson,**

**Hunter y tantos más, ¿vamos a crecer a base de 'sumar' o a 'restar'?**

Creo que lo que necesitamos es tener una gama completa de productos; una de las ventajas que tenemos es que somos globales, lo que nos facilita tener un canal óptimo de distribución. También nos diferenciamos en poder utilizar los sistemas y estructuras de otras divisiones integradas en otros mercados. Otra ventaja, de cara a nuestros concesionarios, es tener una manera integrada de trabajo que facilita el día a día, y eso lo perciben también nuestros clientes. Pensamos que podemos sumar, no restar, ya que tenemos una gran oportunidad y hay mucho trabajo por hacer ya que el mercado está creciendo, el potencial es muy grande.

**La red de distribuidores de John Deere Water ha cambiado de marca varias veces en los últimos años, esto podría confundir a los clientes finales. Qué le diría a esos clientes?**

John Deere cumplió 175 años de historia el año pasado. Creo que es obvio que somos una empresa a la que le gusta estar mucho tiempo en los sitios y no damos bandazos por lo que la apuesta realizada en John Deere Water está hecha a largo plazo. Un ejemplo de la estrategia de John Deere es que en España existen concesionarios agrícolas que llevan casi 50 años trabajando con la marca. ■

## Un trotamundos en la compañía

Mel McGlinchey es un directivo con 15 años de experiencia en Deere & Company, donde ha trabajado en diferentes departamentos. Antes de acceder a su posición actual, estuvo durante tres años en la división de motores, cinco en la filial francesa como director de producto y gerente de división de ventas, otros tres como responsable de marca en la filial de Sudáfrica y cuatro como gerente regional de ventas en la división agrícola para John Deere International y Polonia.