



JOSÉ LAFUENTE, DIRECTOR GENERAL DE KUHN DURANTE LOS ÚLTIMOS 17 AÑOS



"Hay que producir más con menos y para eso debemos incorporar la tecnología a la maquinaria agrícola, al campo y a la ganadería"

José Lafuente ha sido director general de Kuhn Ibérica durante los últimos 17 años y clave para lograr el éxito que ha tenido la marca en nuestro país. La última edición de la Feria Internacional de la Maquinaria Agrícola (FIMA) ha significado algo especial para él, porque el último día de feria dejaría atrás su gran etapa profesional para jubilarse y comenzar una nueva andadura en su vida personal. Aprovechamos la ocasión para hacer repaso de toda su trayectoria y analizar el futuro del sector.

Antes de nada, ¿cómo están siendo estos últimos días de trabajo y dedicación profesional? Supongo que con sentimientos enfrentados.

Sí. Están siendo días muy intensos y a la vez muy emotivos. Ya tomé la decisión de despedirme en FIMA

porque aquí tengo la posibilidad de encontrarme con la competencia, con mis compañeros, tanto de Kuhn Ibérica como de las fábricas, con nuestra red de concesionarios, y con los clientes, pues a lo largo de mi carrera profesional he conocido a

muchos agricultores y ganaderos de todo el país y me apetecía no despedirme por *e-mail*, que es muy frío, o incluso por WhatsApp, sino despedirme personalmente. Efectivamente, está siendo muy emotivo, porque, además, os estoy viendo a todos durante estos días.

¿Podríamos comenzar haciendo un breve repaso por su trayectoria profesional?

Empecé muy jovencito. Trabajaba y estudiaba por la noche, y ya en ese momento tuve la suerte de empezar a trabajar en una empresa, donde con el ejemplo de mis compañeros se despertó bastante mi instinto comercial. Después, comprendí que para dedicarme a la venta tenía que formarme para saber vender productos de distintos precios. Puede ser tan fácil o difícil vender un producto de una peseta como de 1 millón de pesetas de entonces.

Intenté, para mi oficio, adquirir esos conocimientos y finalmente aterricé en la agricultura a principios de los años 80 en un concesionario en Huesca, donde ya tuve el primer contacto con Kuhn, porque teníamos varias marcas, en Kuhn vimos algo diferente y empecé a vender sus productos.

Después, pasé una corta etapa en el sector del automóvil, donde sí tengo que decir que comercialmente me afinaron, porque en ese tiempo se llevaba más la formación del personal y, sobre todo, la técnica de venta.

Luego, por medio de un antiguo colega de la competencia, me llamaron de un concesionario nuevo de maquinaria agrícola en Huesca. Lo primero que les dije fue que no volvía, porque en el sector del automóvil estaba caliente en invierno y fresco en verano; pero insistieron y, lo valoré con mi mujer, que me había conocido en la maquinaria agrícola, y me dijo: “Si es lo que te gusta, vuelve”. Allí estuve siete años hasta que surgió la posibilidad de entrar a trabajar en el primer equipo de Kuhn Ibérica, con su fundación en 2003.

Estuve como delegado comercial hasta 2005. Entonces, me ofrecieron el puesto de jefe de ventas y, en 2007, el de director general. Desde ese momento he ocupado el cargo hasta el pasado agosto y estos últimos meses he ido aterrizando poco a poco como asesor sénior, que es el puesto que me ha correspondido para acompañar al nuevo director general en los primeros tiempos, aunque nosotros en esta empresa hacemos las cosas con muchísimo tiempo y ya llevamos tres años con el proceso de la sucesión.

¿Cómo recuerda la llegada de Kuhn a España?

Aquello fue una revolución, porque aparecimos con una fórmula, que ya se utilizaba en otros países con Kuhn, basada en precampañas.

Mientras los concesionarios estaban acostumbrados a que con el importador o con los importadores pedían una unidad y después tenían el mismo descuento para el resto de la campaña, nosotros contábamos con unas condiciones muy ventajosas ya en precampaña. Hay que tener en cuenta que fabricamos todos los años, mínimo, 60.000 máquinas. Ahí tiene que haber mucho orden y mucha programación, pero rápidamente la red de Kuhn entendió el sistema, la fórmula, y hasta hoy. Seguramente, aquellos inicios han sido un pilar fundamental para el éxito de Kuhn en España, para terminar como líder del mercado como marca única.

¿A qué retos se tuvo que enfrentar el mercado de la maquinaria agrícola por aquellos años?

No hablábamos de todo lo que hablamos hoy, pero internamente sí que ya veníamos trabajando en todas las ideas de la digitalización, veíamos que el sector se iba a tener



El último ejemplo de la relación de colaboración que existe entre Kuhn Ibérica y la Escuela Politécnica Superior de Huesca ha sido la donación de un arado seccionado que servirá como herramienta educativa en las clases relacionadas con estudios de agricultura

► “TENEMOS PERSONAL QUE VIENE DE LA AGRICULTURA, DE LA GANADERÍA, DE LA MAQUINARIA AGRÍCOLA, GENTE DE PUEBLO QUE CONOCE LAS NECESIDADES DEL AGRICULTOR Y DEL GANADERO PORQUE LAS HA VIVIDO”

que enfrentar a esos retos; no tanto así en la ganadería, porque para mí, dentro de lo que es la agricultura y la ganadería en nuestro país, la ganadería ya iba un paso por delante. Esa necesidad que tiene el ganadero del tiempo abre el espectro a que hay que avanzar y modernizarse de alguna manera. El mayor reto era llegar a los cultivos y transmitir eso mismo.

¿Cómo fue su posterior expansión?

En cuanto a la expansión en el país, contamos con los concesionarios que había en ese momento, pero ya comprendimos que para nuestra fórmula de distribución necesitábamos más red, más concesionarios.

España, geográficamente, era y es compleja, y para nosotros un concesionario tenía efectividad en 50 kilómetros a la redonda de su base. En algunos lugares, había que trabajar incluso sobre 25 kilómetros, porque la orografía no permitía que los clientes llegasen tan fácilmente.

Entonces lo que hicimos fue crear nuestra propia red de concesionarios hasta arrancar con el proyecto de los Kuhn Center. Por ejemplo, en la zona noroeste del país –Galicia, Asturias, Cantabria– es donde más Kuhn Center tenemos a día de hoy.

El primero fue en Lugo, Talleres Churrillo, una bonita instalación, un concesionario que debe llevar 45 años vendiendo nuestra marca, y cuando se lo propusimos es que no se lo pensó ni un segundo.

La sede central está en Huesca y la elección del lugar no fue algo anodino. ¿Es cierto que esta decisión está muy ligada a la filosofía de Kuhn?

Empezamos en Madrid porque buscábamos una referencia a nivel nacional e intentamos ubicarnos lo más cerca del campo, no dentro de la capital.

Se había barajado también alguna otra ubicación en ese momento, pero enseguida comprendimos que no estábamos tan bien ubicados, porque no conseguíamos el personal que nosotros necesitábamos, con todos mis respetos para la gente de Madrid, que hay profesionales maravillosos para todo; pero nosotros somos del campo, de la ganadería.

En todos los países, dentro de nuestras empresas, tenemos personal que viene de la agricultura, de la ganadería, de la maquinaria agrícola, gente de pueblo que conoce las necesidades del agricultor, del ganadero, porque las ha vivido en su casa, con gente que lleva muchos años en la maquinaria agrícola y comprende el medio.

Entonces, después de barajar varias localizaciones nuevas como fueron Castilla y León, Aragón y Cataluña, nos decantamos por Aragón por estar en el campo y porque ya teníamos una experiencia bastante grande en cuanto a desarrollo de máquinas, testando prototipos en la provincia de Huesca principalmente, donde siempre hemos encontrado ►

► “ME VOY CONTENTO PORQUE TODO EL TRABAJO QUE HEMOS REALIZADO DURANTE TANTOS AÑOS VA A AYUDAR MUCHÍSIMO A LOS JÓVENES AGRICULTORES Y, EN DEFINITIVA, A TODO EL PAÍS, A SER MÁS COMPETITIVOS”

clientes con mucha intensidad de trabajo, con mucha disposición para ayudarnos.

Esos fueron los motivos y, además, nuestro concesionario en la ciudad de Huesca nos facilitó el acceso para comprar unas instalaciones que estaban construyendo.

A día de hoy, nuestro personal, desde su puesto de oficina, está viendo el campo, viene andando o en bicicleta a trabajar y tiene calidad de vida.

A mayores, conseguimos empleados con conocimiento del medio y eso nos ayudó muchísimo a crecer durante todos estos años, sobre todo desde 2009, que fue cuando nos trasladamos a Huesca.

Si hablamos de evolución. ¿Qué cifras podemos destacar?

En la primera campaña, en 2003, la red de concesionarios entregó a cliente final 980 máquinas y facturamos 10.200.000 euros. En la pasada campaña, que terminó a 31 de agosto, contando con la evolución de la dimensión de las máquinas, entregamos las mismas unidades, pero hemos facturado 21.400.000 euros. La previsión de crecimiento para este año es de un 5 % más.

Durante todos estos años la evolución ha venido dada, por supuesto, por movimientos de tarifas, sobre todo del IPC y de algún momento puntual como la pandemia, en el que las tarifas evolucionaron más bruscamente con aquella situación de falta de componentes, y también por la dimensión de las máquinas.

Cada vez tenemos más clientes grandes, más empresas de servicios. En este sentido, somos especialistas, porque venimos invirtiendo muchísimo en I+D+i, en desarrollar nuevas máquinas para cubrir las necesidades de los clientes y de la agricultura.

Efectivamente, Kuhn ha sido referente en la incorporación de novedades al mercado. ¿Qué importancia le ha dado la marca a la digitalización?

Para entender la importancia que supone para nosotros puedo decir que en los últimos diez años hemos invertido 400 millones de euros en investigación y desarrollo y otros 400 millones de eu-

ros en la modernización y ampliación de nuestras plantas de producción en todo el mundo. Invertimos 800 millones de euros para poder presentar a nuestros clientes una amplia gama de servicios y de productos relacionados con la incorporación de la tecnología a la maquinaria agrícola.

Sin ir más lejos, ya estamos empezando a presentar el robot Aura, que es una revolución en cuanto a la alimentación, y en la feria de Hannover hemos presentado Karl, que es nuestro robot para los grandes cultivos, es la revolución del apero. Karl va a ser un punto y aparte en la tecnología incorporada a la maquinaria agrícola, porque es autónomo, como lo es Aura para la ganadería, pero aquí quien decide, quien da las instrucciones, es el apero.

Entiendo que cada paso supuso un gran esfuerzo, adaptación y formación por parte de los profesionales. ¿Cómo lo ha vivido?

Tenemos muy claro que nuestro personal tiene que estar formándose continuamente. Además, nos ayuda mucho esa filosofía de contratar a personas jóvenes del medio para formarlas desde la base y que en Huesca tenemos la facultad de agrónomos, que nos facilita profesionales con una gran formación. Así, es mucho más fácil que nuestro personal dé la talla.

Si tuviera que destacar una máquina de todos estos años de trayectoria, ¿cuál sería?

La gama de forraje, porque es nuestro pilar. Nosotros somos líderes en el mundo y en España en la gama de forraje y, en mis épocas de comercial, he vendido muchas segadoras, muchos rastrillos, que lo que me han traído es el poder conocer a muchos grandes amigos del sector.

Es cierto que hay muchas más máquinas a las que les tengo cariño, pero me quedo con el forraje.

¿En qué punto nos encontramos, en qué punto cree que deja el sector y hacia dónde tendrán que caminar todos sus compañeros?

Estamos en un momento de un cambio importante, que no se dará tan rápidamente como se había pensado,

porque es que no podemos pasar de la 2.0 a la 5.0 de hoy para mañana, pero me quedo con que estos días, en los que he estado en alguna manifestación apoyando a nuestros clientes, y he visto a mucha gente joven. Me quedo con que sus padres o sus tíos o quien gobernara la explotación familiar han entendido que hay que darles paso, porque en los años atrás ha marchado gente del sector porque no se terminaban de entender el padre, el hijo, el tío o el sobrino.

Afortunadamente, estoy viendo eso y es muy motivante, porque ya tenemos delante, exigiéndonos tecnología, a aquellos que han nacido con el teléfono en la mano.

Entonces, en los próximos años se va a poder avanzar más, por supuesto, siempre que escuchen a sus antecesores porque les van a dar muy buenos consejos, eso sí.

Me voy contento por eso, porque todo el trabajo que hemos estado realizando durante tantos años los que nos hemos dedicado a la maquinaria va a ayudar muchísimo a los jóvenes agricultores y, en definitiva, a todo el país.

Es muy importante aplicar la agricultura de precisión en el país para ser más competitivos, porque nos lo va a demandar el mercado. Hay que producir más con menos y para eso debemos incorporar la tecnología a la maquinaria agrícola, al campo y a la ganadería.

Muchas gracias, Pepe, por esta valoración esperanzadora que nos has dado. Ha sido un verdadero placer poder trabajar juntos y desde Vaca Pinta estamos convencidos de que este va a ser el camino a seguir. Te agradecemos enormemente tu trabajo y tu esfuerzo en este sentido y te deseamos lo mejor para esta nueva etapa.

Gracias a vosotros y os animo a que sigáis por el camino que vais, porque es enriquecedor ver en vuestros medios, en *Vaca Pinta*, en Vaca TV, en vuestras publicaciones, que le dais una vuelta a esto y que estáis continuamente trabajando para ayudar al sector, porque sois muy profesionales, vuestros artículos son muy precisos y muy interesantes. Os animo a que continuéis por ahí durante muchos años. ■

BBVA

Creando Oportunidades

El campo requiere paciencia. La PAC no.

**Domicilia tu PAC en BBVA
y recíbela cuando más lo necesitas.**

Además, obtén financiación para tu negocio, sin comisión de apertura.



Puedes domiciliar tu PAC en BBVA hasta el **30/04/2024**, y solicitar el anticipo de la ayuda con **Anticipo PAC**, sin comisión de apertura. Financiación sujeta a previa aprobación por parte de BBVA. - **Ejemplo Anticipo PAC** de 22.000 € contratado el 02/02/2024 con amortización total el 15/12/2024. Comisión de apertura 0 €; TIN variable (Euribor 3 meses +1.5 %): 5,4 %, **TAE del 5,512 %**. Total a devolver 23.036,20 €. Pago cuota trimestral: 1º cuota 297 €, siguientes 2 trimestres 303,60 € en concepto de intereses y una cuota final 22.132,00 € una vez recibida la ayuda en cuenta. ***Promo bono carburante 50 €** por domiciliaciones en cuenta BBVA de la subvención de la PAC por importe superior a 3.000 €, a disfrutar en estaciones de servicio del Grupo Repsol. El valor bruto del bono es de 60 €, (sujeto a retención fiscal del 19 % que será asumido por el Banco). BBVA no se hace responsable de posibles cambios legales en materia tributaria.