



JOSÉ LAFUENTE, DIRECTOR XERAL DE KUHN DURANTE OS ÚLTIMOS 17 ANOS



"Hai que producir máis con menos e para iso debemos incorporar a tecnoloxía á maquinaria agrícola, ao campo e á gandería"

José Lafuente foi director xeral de Kuhn Ibérica durante os últimos 17 anos e unha figura clave para alcanzar o éxito que tivo a marca no noso país. A última edición da Feira Internacional da Maquinaria Agrícola (FIMA) significou algo especial para el, pois no último día de feira deixaría atrás a súa grande etapa profesional para xubilarse e comezar unha nova andaina na súa vida persoal. Aproveitamos a ocasión para facer un repaso de toda a súa traxectoria e analizar o futuro do sector.

Antes de nada, como están a ser estes últimos días de traballo e dedicación profesional? Supoño que con sentimentos encontrados.

Si. Están a ser días moi intensos e á vez moi emotivos. Xa tomei a decisión de despedirme en FIMA porque

aquí teño a posibilidade de encontrarme coa competencia, cos meus compañeiros, tanto de Kuhn Ibérica como das fábricas, coa nosa rede de concesionarios, e cos clientes, pois ao longo da miña carreira profesional coñecín moitos agricultores e

gandeiros de todo o país e apetecía-me non despedirme por *e-mail*, que é moi frío, ou incluso por WhatsApp, senón despedirme persoalmente. Efectivamente, está a ser moi emotivo, porque, ademais, estou a vovos a todos durante estes días.

Poderíamos comezar facendo un breve repaso pola súa traxectoria profesional?

Empecei moi novo. Traballaba e estudaba pola noite, e xa nese momento tiven a sorte de empezar a traballar nunha empresa, onde co exemplo dos meus compañeiros espertou bastante o meu instinto comercial. Despois, comprendín que para dedicarme á venda tiña que formarme para saber vender produtos de distintos prezos. Pode ser tan fácil ou difícil vender un produto dunha peseta como dun millón de pesetas daquela.

Intentei, para o meu oficio, adquirir eses coñecementos e finalmente aterreei na agricultura a comezos dos anos 80 nun concesionario en Huesca, onde xa tiven o primeiro contacto con Kuhn, porque tiñamos varias marcas, en Kuhn vimos algo diferente e empecei a vender os seus produtos.

Despois, pasei unha curta etapa no sector do automóbil, onde si teño que dicir que comercialmente me afinaron, porque nese tempo se levaba máis a formación do persoal e, sobre todo, a técnica de venda.

Logo, por medio dun vello colega da competencia, chamáronme dun concesionario novo de maquinaria agrícola en Huesca. O primeiro que lles dixen foi que non volvía, porque no sector do automóbil estaba quente no inverno e fresco no verán; pero insistiron e, valoreino coa miña muller, que me coñecera na maquinaria agrícola, e díxome: “Se é o que che gusta, volve”. Alí estiven sete anos ata que xurdiu a posibilidade de entrar a traballar no primeiro equipo de Kuhn Ibérica, coa súa fundación en 2003.

Estiven como delegado comercial ata 2005. Entón, ofrecéuseme o posto de xefe de vendas e, en 2007, o de director xeral. Desde ese momento ocupei o cargo ata o pasado agosto e estes últimos meses fun aterrando pouco a pouco como asesor sénior, que é o posto que me correspondeu para acompañar o novo director xeral nos primeiros tempos, aínda que nós nesta empresa facemos as cousas con moitísimo tempo e xa levamos tres anos co proceso da sucesión.

Como lembra a chegada de Kuhn a España?

Aquilo foi unha revolución, porque aparecemos cunha fórmula, que xa se utilizaba noutros países con Kuhn, baseada en precampañas.

Mentres os concesionarios estaban acostumados a que co importador ou cos importadores pedían unha unidade e despois tiñan o mesmo desconto para o resto da campaña, nós contabamos con condicións moi vantaxosas xa en precampaña. Hai que ter en conta que fabricamos todos os anos, mínimo, 60.000 máquinas. Aí ten que haber moita orde e moita programación, pero rapidamente a rede de Kuhn entendeu o sistema, a fórmula, e ata hoxe. Seguramente, aqueles inicios foron un pilar fundamental para o éxito de Kuhn en España, para rematar como líder do mercado como marca única.

A que retos se tivo que enfrontar o mercado da maquinaria agrícola por aqueles anos?

Non falabamos de todo o que falamos hoxe, pero internamente si que xa viñamos traballando en todas as ideas da dixitalización, viamos que o sector ía ter que enfrontarse a eses retos; non tanto así na gandería, porque para min, dentro do que é a agricul-



O último exemplo da relación de colaboración que existe entre Kuhn Ibérica e a Escola Politécnica Superior de Huesca foi a doazón dun arado seccionado que servirá como ferramenta educativa nas clases relacionadas con estudos de agricultura

► “TEMOS PERSOAL QUE VÉN DA AGRICULTURA, DA GANDERÍA, DA MAQUINARIA AGRÍCOLA, XENTE DE ALDEA QUE COÑECE AS NECESIDADES DO AGRICULTOR E DO GANDEIRO PORQUE AS VIVIU”

tura e a gandería no noso país, a gandería xa ía un paso por diante. Esa necesidade que ten o gandeiro do tempo abre o espectro a que hai que avanzar e modernizarse dalgunha maneira. O maior reto era chegar aos cultivos e transmitir iso mesmo.

Como foi a súa posterior expansión?

En canto á expansión no país, contamos cos concesionarios que había nese momento, pero xa comprendemos que para a nosa fórmula de distribución necesitabamos máis rede, máis concesionarios.

España, xeograficamente, era e é complexa, e para nós un concesionario tiña eficacia en 50 quilómetros á redonda da súa base. En algúns lugares, había que traballar incluso sobre 25 quilómetros, porque a orografía non permitía que os clientes chegasen tan facilmente.

Entón o que fixemos foi crear a nosa propia rede de concesionarios ata arrincar co proxecto dos Kuhn Center. Por exemplo, na zona noroeste do país –Galicia, Asturias, Cantabria– é onde máis Kuhn Center temos a día de hoxe.

O primeiro foi en Lugo, Talleres Churrillo, unha fermosa instalación, un concesionario que debe levar 45 anos vendendo a nosa marca, e cando llo propuxemos non o pensou nin un segundo.

A sede central está en Huesca e a elección do lugar non foi algo anódino. É certo que esta decisión está moi ligada á filosofía de Kuhn?

Empezamos en Madrid porque buscamos unha referencia a nivel nacional e intentamos localizarnos o máis cerca do campo, non dentro da capital.

Tíñase barallado tamén algunha outra localización nese momento, pero axiña comprendemos que non estabamos tan ben localizados, porque non conseguíamos o persoal que nós necesitabamos, con todos os meus respectos para a xente de Madrid, que hai profesionais marabillosos para todo; pero nós somos do campo, da gandería.

En todos os países, dentro das nosas empresas, temos persoal que vén da agricultura, da gandería, da maquinaria agrícola, xente de aldea que coñece as necesidades do agricultor, do gandeiro, porque as viviu na súa casa, con xente que leva moitos anos na maquinaria agrícola e comprende o medio.

Entón, despois de barallar varias localizacións novas como foron Castela e León, Aragón e Cataluña, decantámonos por Aragón, por estar no campo e porque xa tiñamos unha experiencia bastante grande en canto a desenvolvemento de máquinas, probando prototipos na provincia de Huesca principalmente, onde ►

► “VOUME CONTENTO PORQUE TODO O TRABALLO QUE REALIZAMOS DURANTE TANTOS ANOS VAI AXUDARLLES MOITÍSIMO AOS NOVOS AGRICULTORES E, EN DEFINITIVA, A TODO O PAÍS, A SER MÁIS COMPETITIVOS”

sempre atopamos clientes con moita intensidade de traballo, con moita disposición para axudarnos.

Estes foron os motivos e, ademais, o noso concesionario na cidade de Huesca facilitounos o acceso para comprar unhas instalacións que estaban construíndo.

A día de hoxe, o noso persoal, desde o seu posto de oficina, está vendo o campo, vén andando ou en bicicleta traballar e ten calidade de vida.

Ademais, conseguimos empregarlos con coñecemento do medio e iso axudounos moitísimo a crecer durante todos estes anos, sobre todo desde 2009, que foi cando nos trasladamos a Huesca.

Se falamos de evolución, que cifras podemos destacar?

Na primeira campaña, en 2003, a rede de concesionarios entregoulle a cliente final 980 máquinas e facturamos 10.200.000 euros. Na pasada campaña, que rematou o 31 de agosto, contando coa evolución da dimensión das máquinas, entregamos as mesmas unidades, pero facturamos 21.400.000 euros. A previsión de crecemento para este ano é dun 5 % máis.

Durante todos estes anos a evolución veu dada, por suposto, por movementos de tarifas, sobre todo do IPC e dalgún momento puntual como a pandemia, na que as tarifas evolucionaron máis bruscamente con aquela situación de falta de compoñentes, e tamén pola dimensión das máquinas. Cada vez temos máis clientes grandes, máis empresas de servizos. Neste sentido, somos especialistas, porque vimos investindo moito en I+D+i, en desenvolver novas máquinas para cubrir as necesidades dos clientes e da agricultura.

Efectivamente, Kuhn foi referente na incorporación de novidades ao mercado. ¿Que importancia lle deu a marca á dixitalización?

Para entender a importancia que supón para nós poder dicirvos que nos últimos dez anos investimos 400 millóns de euros en investigación e desenvolvemento e outros 400 millóns de euros na modernización

e ampliación das nosas plantas de produción en todo o mundo. Investimos 800 millóns de euros para poder presentarles aos nosos clientes unha ampla gama de servizos e de produtos relacionados coa incorporación da tecnoloxía á maquinaria agrícola.

Sen ir máis lonxe, xa estamos comezando a presentar o robot Aura, que é unha revolución en canto á alimentación, e na feira de Hannover presentamos a Karl, que é o noso robot para os grandes cultivos, é a revolución do apeiro. Karl vai ser un punto e á parte na tecnoloxía incorporada á maquinaria agrícola, porque é autónomo, como o é Aura para a gandería, pero aquí quen decide, quen dá as instrucións, é o apeiro.

Entendo que cada paso supuxo un grande esforzo, adaptación e formación por parte dos profesionais. Como o viviu?

Temos moi claro que o noso persoal ten que estar formándose continuamente. Ademais, axúdanos moito esa filosofía de contratar persoas novas do medio para formalas desde a base e que en Huesca temos a facultade de agrónomos, que nos facilita profesionais cunha gran formación. Así, é moito máis fácil que o noso persoal dea o talle.

Se tivera que destacar unha máquina de todos estes anos de traxectoria, cal sería?

A gama de forraxe, porque é o noso pilar. Nós somos líderes no mundo e en España na gama de forraxe e, nas miñas épocas de comercial, vendín moitas segadoras, moitos restrelos, que o que me trouxeron é o poder coñecer a moitos grandes amigos do sector.

É certo que hai moitas máquinas ás que lles teño agarimo, pero quedo coa forraxe.

¿En que punto nos encontramos, en que punto cre que deixa o sector e cara onde terán que camiñar todos os seus compañeiros?

Estamos nun momento dun cambio importante, que non se dará tan rapidamente como se pensaba, porque

é que non podemos pasar da 2.0 á 5.0 de hoxe para mañá, pero quedo con que estes días, nos que estiven nalgunha manifestación apoiando os nosos clientes, e vin moita xente nova. Quedo con que os seus pais ou os seus tíos ou quen gobernase a explotación familiar entendesen que hai que darlles paso, porque nos anos atrás marchou xente do sector porque non se terminaban de entender o pai, o fillo, o tío ou o sobriño.

Afortunadamente, estou a ver iso e é moi motivador, porque xa temos diante, esixíndonos tecnoloxía, aqueles que naceron co teléfono na man.

Entón, nos próximos anos poderemos avanzar máis, por suposto, sempre que escoiten aos seus antecesores porque lles van dar moi bos consellos, iso si.

Vou contento por iso, porque todo o traballo que estivemos realizando durante tantos anos os que nos dedicamos á maquinaria vai axudar moitísimo aos mozos agricultores e, en definitiva, a todo o país.

É moi importante aplicar a agricultura de precisión no país para sermos máis competitivos, porque o mercado así nolo demandará. Hai que producir máis con menos e para iso debemos incorporar a tecnoloxía á maquinaria agrícola, ao campo e á gandería.

Moitas grazas, Pepe, por esta valoración esperanzadora que nos dás. Foi un verdadeiro pracer poder traballar xuntos e desde *Vaca Pinta* estamos convencidos de que este vai ser o camiño a seguir. Agradecemos enormemente o teu traballo e o teu esforzo neste sentido e desexámosche o mellor para esta nova etapa.

Grazas a vós e ánimovos a que sigades polo camiño que ides, porque é enriquecedor ver nos vosos medios, en *Vaca Pinta*, en Vaca TV, nas vosas publicacións, que lle dades unha volta a isto e que estades continuamente traballando para axudarlle ao sector, porque sodes moi profesionais, os vosos artigos son moi precisos e moi interesantes. Anímovos a que continuades por aí durante moitos anos. ■

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.