

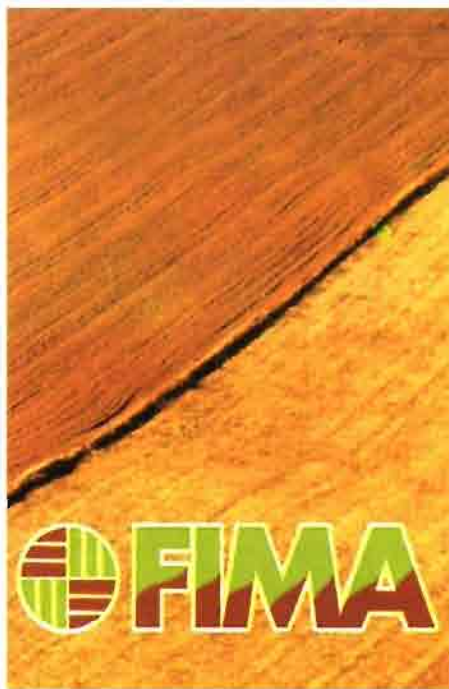


El movimiento se demuestra andando. Y el cada vez más decisivo papel de EIMA en la esfera internacional queda ratificado con los números. Todavía puede haber quienes pongan en duda el interés de un certamen que posiblemente sea ya el más importante del panorama europeo. Los que así lo hacen, que cada vez son menos, atienden a argumentos muy concretos y reducidos que afectan a su empresa a corto plazo.

EIMA va mucho más allá. Su capacidad de proyección es tan amplia que, además de erigirse en escaparate de lujo de la 'moda' más actual, es un punto de referencia para las tendencias venideras. Hasta el extremo que algún 'grande', ausente en ediciones anteriores, ha tenido que dar su brazo a torcer y montar uno de los stands más espectaculares. Asimismo, algún otro, que hizo lo propio en la edición del 97, ha repetido presencia también con un muestrario notable.

Uno de los muchos pilares sobre los que reposa la fortaleza de EIMA es el mercado de España, uno de los más importantes del Viejo Continente

y con mayor capacidad de crecimiento dentro del sector agrícola. Esta edición han sido ya 35 empresas, agrupadas en Agragex, las que han estado presentes en Bolonia y, en líneas generales, los resultados han sido satisfactorios, a tenor de sus propias palabras. Además, y según sus estimacio-



nes, también ha aumentado el número de visitantes españoles.

■ Y AHORA... FIMA

Finalizada EIMA, las miradas se giran ahora hacia FIMA. Cierto es que antes de la cita en Zaragoza, que tendrá lugar del 24 al 28 de marzo, se celebrarán Ferias de importante relieve -París-, pero por diferentes causas, entre las que se encuentra su repercusión en nuestro mercado, la referencia ahora es FIMA. En Bolonia estuvieron presentes su director, Juan José Vallado, y su directora comercial, Begoña Pueyo, tomando buena nota de los numerosos aspectos positivos que ofreció la cita boloñesa, así como de los errores -que también los hubo- para no abundar en ellos. FIMA, que en su edición del próximo año se anuncia espectacular a diferentes niveles, debe tratar de consolidarse entre las tres ferias europeas de primer nivel. 🍷

Ángel Pérez, Subdirector

LAS NOVEDADES

El Concurso de Novedades Técnicas de EIMA siempre es especial. Los fabricantes se preocupan de presentar las últimas novedades, especialmente los italianos, porque ésta es 'su' Feria. Las doce distinciones decididas por un Jurado institucional, encabezado por el presidente de Unacoma, Carlo Ambroghi, son una referencia a tener muy en cuenta en un futuro inmediato.

INSTALACIÓN PARA LA SELECCIÓN DE ESPÁRRAGOS (AGR.IM.AT.)

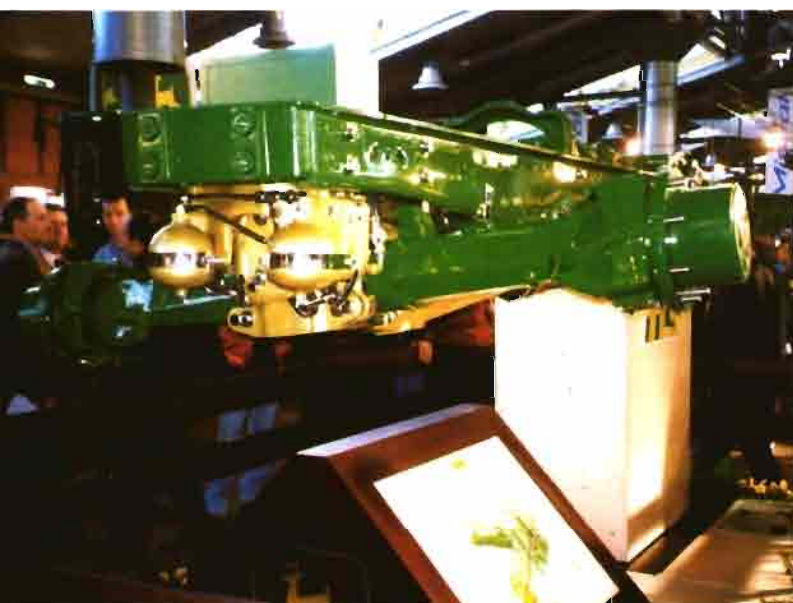
Selección por longitud y calibre del producto con balanza electrónica y atado automático de manojos.

ARADO ROTATIVO CON INVERSOR DEL SENTIDO DE GIRO, ADAPTADO A MOTOCULTOR (CASORZO SpA)

Este arado rotativo de eje vertical permite trabajar alternativamente girando a derecha o a izquierda, actuando de manera similar a como lo hace un arado reversible.

EQUIPO PARA LA ESTERILIZACIÓN DEL SUELO (CELLI SpA)

Permite la incorporación al suelo de vapor de agua mezclado con un producto químico que intensifica su efecto al elevar fuertemente la temperatura del suelo.



SACUDIDOR PORTÁTIL MODELO SC 62 (CIFARELLI Srl)

Sacudidor de ramas portátil provisto de un motor térmico. Dispone de dispositivos mecánicos de amortiguación que reducen la carga vibratoria sobre el operador que lo maneja.

SUSPENSIÓN ACTIVA PERMANENTE DEL EJE DELANTERO TLS (DEERE & COMPANY)

El sistema de suspensión del eje delantero se apoya en tres puntos diferentes del bastidor, lo que permite una oscilación tanto en el plano vertical como en el horizontal.

CARRO DESENSILADOR MEZCLADOR AUTOPROPULSADO CON CABINA MÓVIL (FARESIN Srl)

La cabina de este carro desensilador-mezclador puede elevarse y rotar 180°, lo que proporciona al operador una visibilidad óptima tanto en los procesos de mezclado como durante el transporte.



CAUDALÍMETRO MAGNÉTICO INDUCTIVO APLICABLE A EQUIPOS DE PULVERIZACIÓN (POLMAC Srl)

Permite medir el caudal de líquido que lo atraviesa por el efecto de desviación que produce en un campo magnético creado desde el exterior de la zona de paso.

SISTEMA COMBINADO DE AMORTIGUACIÓN PARA EJE DELANTERO Y CABINA (SAME DEUTZ-FAHR GROUP SpA)

Adaptable al tractor modelo Rubin, está constituido por una suspensión hidráulica autonivelante en el eje delantero y una suspensión neumática en los elementos de fijación de la cabina.

DISPOSITIVO 'VARIOTRONIC' PARA LA GESTIÓN GLOBAL DE LAS FUNCIONES ESENCIALES DEL TRACTOR

(FENDT X. GmbH & Co.)

Sistema de control montado sobre los tractores Fendt de la serie 700 Vario. Permite una conducción automatizada, programable individualmente en función de las exigencias del trabajo.

SISTEMA 'SENSOTRONIC' PARA LA ADAPTACIÓN AUTOMÁTICA DEL CABEZAL RECOGEDOR DE LA COSECHADORA DE TOMATE

(GUARESÌ SpA)

Adapta permanentemente el cabezal recogedor a las variaciones de la superficie del terreno mediante sensores colocados a ambos lados del recogedor.



ELEMENTO PICADOR-MEZCLADOR PARA CARRO DISTRIBUIDOR DE ALIMENTOS (SEKO SpA)

Se utiliza en un carro mezclador con dos tornillos sinfin en el fondo de la tolva, que dispone de láminas de perfil dentado que favorecen el desgaste uniforme a la vez que mejorar la eficiencia de corte.

MÁQUINA AUTOPROPULSADA PARA TRABAJOS COMBINADOS EN PLANTACIONES ARBÓREAS (UNIGREEN SpA)

Máquina autopropulsada de bandas de goma accionada hidráulicamente. Puede trabajar en pendientes de hasta un 70% y está adaptada para realizar las diferentes operaciones que se necesitan en las plantaciones frutales. 🌳



AGRAGEX



La amplia representación española se dejó ver entre los abarrotados pabellones de Bolonia. 35 expositores enarbolaron en sus respectivos stands el anagrama identificativo de Agragex. Su identificación era tarea sencilla, una vez encontrado el pabellón correspondiente -lo cual sí resultó en ocasiones complicado- gracias a la pequeña bandera española incluida en el cartel localizador.



SATISFACCIÓN

En cualquier caso, Agragex, en las personas de su presidente y director, tuvo una magnífica acogida por parte de una feria que, a medida que va cumpliendo años, cuenta con una mayor presencia española. Por algo será.

EN BOLONIA

EXPECTATIVAS CUBIERTAS

La práctica totalidad de empresas españolas se mostró satisfecha con los resultados obtenidos en EIMA. Sobre todo durante los tres primeros días, en los que cualquier interesado tuvo la oportunidad de acceder a la feria y el número de visitantes fue muy elevado, hasta el punto de sufrirse aglomeraciones en determinados momentos. En las dos jornadas restantes, de marcado carácter profesional, se registró una menor actividad, si bien, en líneas generales, quedaron cubiertas las expectativas creadas en torno a la cita boloñesa.





PABELLÓN 44

Una de las contadas quejas se recogió entre algunos expositores del pabellón 44, que según la organización presentaba “componentes, accesorios y recambios”, y que en realidad incluía también otros productos. En los stands más próximos a la entrada los visitantes, efectivamente, podían observar lo anunciado. Pero en los del fondo se encontraban expositores de otra índole, caso de Agric, Julio Gil Águeda e Hijos o Agrator, cuyos productos son diferentes.



PABELLÓN 20

El pabellón 20 también fue objeto de crítica por parte de quienes estuvieron allí ubicados. Al hallarse en la segunda planta del mismo edificio donde se encontraba el pabellón 19 –planta baja–, y además no estar adecuadamente señalizado, pocos eran los visitantes que llegaban a observar los componentes del pabellón 20. Muchos se quedaban en el amplio bar instalado en la planta primera.



Y, POR SUPUESTO, AGROTÉCNICA

Fue el único medio de comunicación español que dispuso de stand en EIMA. En el área 42, junto a los espacios reservados para FIMA y la propia Agragex, la EDITORA BLAKE & HELSEY tuvo la oportunidad de mostrar a los numerosos interesados las nuevas tendencias de la prensa técnica española. Evidentemente, la publicación más demandada fue **agrotécnica**, aunque también disfrutaron de su espacio tanto **GARDENPRO** (espacios verdes) como **AUTO&entorno** (automoción y entorno ambiental).



No cabe duda de que EIMA supone un importante escaparate para la maquinaria agrícola, siempre y cuando se pretenda buscar la proyección a mercados externos. Nuestros fabricantes lo saben, y Agragex apoya a que esto sea posible año a año.

VICOON



Nueva rotoempacadora de cámara fija RF 130



Nueva rotoempacadora de cámara variable RV 157



Nueva empacadora gigante con agrupador LB 12000



Nueva segadora de tambores CM 268



Segadora acondicionadora arrastrada de tambores CM 300A/TK



Segadora acondicionadora arrastrada de discos KMR 3200



Descargador lateral disponible para KMR y CM 300A/TK

En el mundo entero **VICON** es conocido y reconocido como una gran marca de calidad. **VICON** es una marca de gran prestigio en nuestro país y forma parte de un grupo mundial de maquinaria agrícola que posee igualmente maquinaria para forraje, como rotoempacadoras y empacadoras gigantes, segadoras de tambor y maquinaria de forraje.

VICON garantiza a sus clientes, y para todos sus productos, calidad, innovación, altos rendimientos y la excelencia en el servicio.

A fin de reconocer y de identificar los diferentes productos **VICON** sobre una sola y única marca de calidad, todas las máquinas **VICON** están acreditadas para llevar en su marca una identidad que en el mercado es un sinónimo de calidad, servicio y continuidad, como sólo **VICON** ha sabido llevar a cabo. Porque nunca **VICON** ha sido una identidad y una marca tan completa.

UNA MARCA, UNA IDENTIDAD MUNDIAL



Rastrillos rotativos ANDEX



Abonadora ROTAFLOW de dos discos



Abonadora pendular SUPERFLOW



Cosechadora picadora de maíz



Pulverizadores suspendidos y arrastrados



VICON IBERICA MAQUINARIA AGRICOLA, S.A.
Avda. de Cuba, 67 - 34003 Palencia (España)
Tel.: 979 727650. Fax: 979 727716

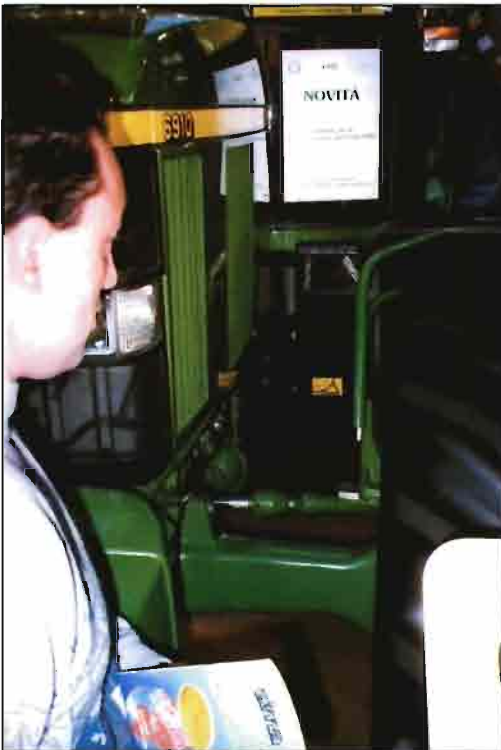
TRACTORES

Fueron las estrellas de la feria. Bastaba con darse una vuelta por los inmensos pabellones que incluían las más importantes marcas para comprobar su capacidad de convocatoria. Miles de personas abarrotaron las exposiciones y no dudaban en ponerse a los mandos de las flamantes novedades presentadas en Bolonia. Tanto los grandes grupos como los pequeños fabricantes mostraron en EIMA lo mejor de sus catálogos. Todos ellos destacaron los últimos modelos comercializados o, en algún caso, de próxima salida a la venta.



ANTONIO CARRARO

Volvió a ser un foco de atención. Un stand montado con gusto y una línea Ergit en la que están depositadas muchas esperanzas hicieron gozar a niños y mayores.



JOHN DEERE

Antaño un significativo ausente, el grupo norteamericano se convirtió este año en la gran novedad del certamen. Y John Deere apareció en EIMA con un stand imponente, repleto de novedades y con la 'atracción' que supuso la nueva suspensión hidroneumática activa tridimensional.





L A N

El excelente momento que atraviesa este fabricante italiano quedó ratificado en Bolonia. Su espacio expositor fue, posiblemente, el más variopinto. El amplio abanico de tractores y la presentación del sistema 'Galileo' para mejorar

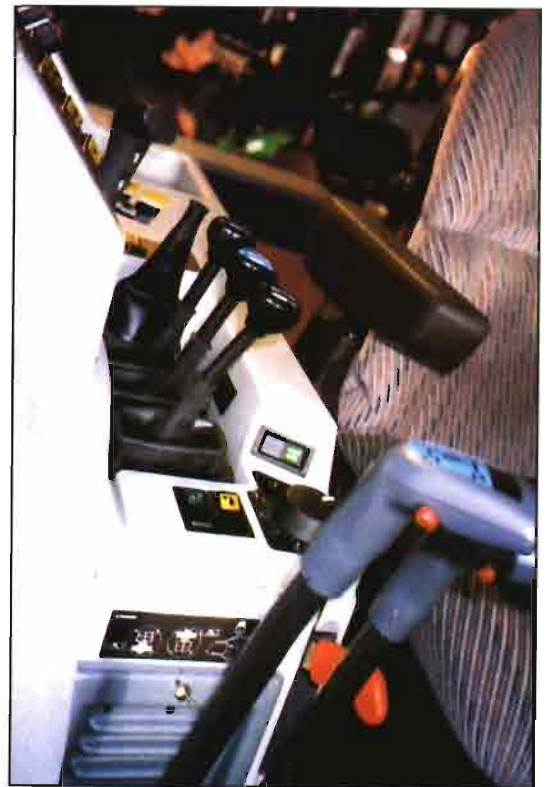
DINI

el servicio postventa congregaron a un elevado número de visitantes y, en ocasiones, hicieron muy difícil la observación minuciosa de la exposición. Por supuesto, tampoco faltaron los nuevos modelos de Valpadana, que también comercializa Landini.



VALTRA

No gozó de un stand excesivamente grande, pero las importantes novedades atrajeron el interés de muchos visitantes.



MASSEY FERGUSON

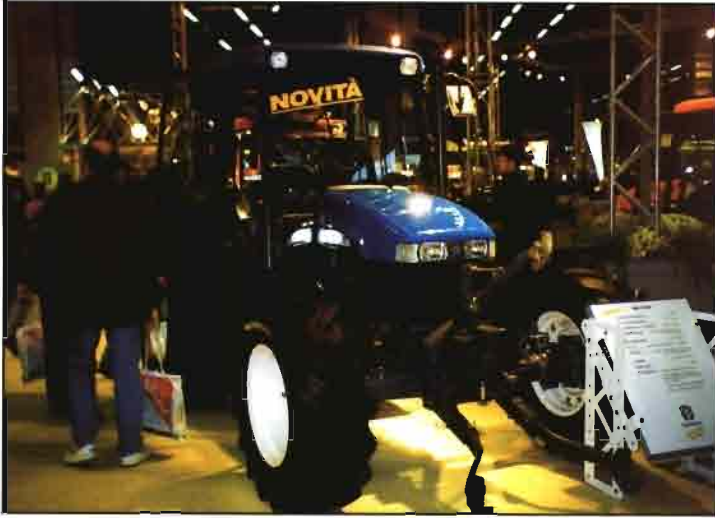
El grupo Agco como tal no dispuso de stand y algunas de las marcas que lo forman gozaron de su espacio propio. Fue el caso de Massey Ferguson, cuyo prestigio y amplio catálogo convirtieron su exposición en parada obligatoria.



FENDT

Si a la edición anterior acudió con los nuevos Favorit Vario –que meses después llegarían a España–, esta vez, Fendt quiso dar muestras de su inequívoco afán de progreso y presentó en Bolonia la nueva línea que muestran sus tractores de gran potencia.





NEW HOLLAND

Fue una de las marcas con mayor presencia. Además, con muchas novedades en un stand que también fue muy visitado debido a su espectacularidad y en el que destacaba una gran pantalla que explicaba al detalle el tan premiado puente delantero SuperSteer.



S+L+H

Otra de las marcas con un mayor número de novedades fue Same, sobre todo en lo que se refiere a grandes potencias. Lamborghini no se quedó atrás y aterrizó con enormes máquinas. Hurlimann presentó igualmente su novedad, en una gama de potencias no tan alta como sus 'compañeros' de grupo.



AGRITALIA

El fabricante e importador italiano mostró en su stand tractores de Carraro y Renault.

CASE IH

No por conocidos dejaron de resultar atractivos los Maxxum y CS, también presentes en EIMA.



ESPACIO PARA TODOS

En EIMA hubo espacio para todos. No sólo las grandes marcas sirvieron de referencia para los miles de visitantes que pasaron por la feria, también los fabricantes más pequeños acapararon protagonismo, muchos de ellos gracias a las importantes novedades ofrecidas. Las marcas italianas fueron objeto de interés, pero también fabricantes extranjeros acapararon una expectación inusitada. Fue el caso, entre otros, de Belarus, que además de mostrar tres importantes novedades, 'abrió' a los visitantes las puertas de su factoría en Minsk (Bielorrusia) con amplia información al respecto.



RECOLECCIÓN



Dos pabellones, uno de ellos posiblemente el más extenso de la Feria, agruparon las máquinas de recolección y forraje. Las enormes cosechadoras volvieron a causar la admiración de los visitantes, un número sensiblemente menor respecto a los tractores. Los grandes grupos de este sector, John Deere, Claas y New Holland, mostraron sus últimas



Y FORRAJE



novedades, incluidos –en el caso de los dos últimos– las palas telescópicas Ranger y LM 430, respectivamente, que se exhibían junto a las Panoramic de Merlo.

No faltaron a tan importante cita marcas de la calidad de Gallignani, cuyas novedades fueron una envolvedora y una empacadora, Volvo, Morra o Rimeco, que acudió con una cosechadora de remolacha.



SIEMBRA Y PREPARACIÓN DEL TERRENO



Los numerosos modelos de Gaspardo, Maschio y Terranova dominaron el pabellón 26, que junto al 31 y 32 se dedicaron a maquinaria para la siembra y preparación del terreno. Un stand impresionante se extendía en pleno centro, sin restar protagonismo a otras marcas también de indudable prestigio, caso de Kverneland y Accord. También brilló con luz propia el amplio muestrario de Kuhn, que avanzó un espectacular arado.



NEUMÁTICOS

Algunas de las principales marcas del sector también estuvieron presentes en Bolonia. Además, con notables stands, haciendo gala de unos catálogos amplios con importantes novedades.



KLEBER Y MICHELIN

Un nombre tan en boca de todos como el de Kleber, debido a su reciente acuerdo con Michelin, tampoco faltó a la cita boloñesa.



GOOD YEAR

Dispuso de un stand grande con diferentes modelos, entre los que destacaron tres importantes novedades.



PIRELLI

Destacó el del fabricante italiano Pirelli, para quien EIMA supone un momento clave de su campaña.

MOTORES

Uno de los pabellones que, aparentemente, disfrutaron de mayor 'tranquilidad' fue el que acogía los motores. No por adolecer de calidad en la exposición, ya que no faltaron marcas de prestigio, sino que estaban dirigidas a un selecto grupo de profesionales. Brillaron con luz propia los grandes motores agrícolas, caso de los Kohler, Hatz, Deutz, Perkins o Lombardini. También lo hicieron los de menor potencia, destinados a espacios verdes, entre los que se encontraban los prestigiosos Honda.



HOMENAJE AL PASADO

EIMA es un gran escaparate de futuro, lo que no le impide mantener un intachable respeto por el pasado. Prueba de ello fue la hermosa 'Mostra delle macchine d'epoca', que reunió cerca de una veintena de viejos tractores, de diferentes marcas, algunos de ellos fabricados a primeros de siglo.



ENCUENTRO EN BOLONIA



Incontro
UNACOMA

Progetto USA macchine agricole

XXIX EIMA

Bologna, 16 novembre 1998



Como cada año, EIMA se convierte en el punto de encuentro de la industria de la maquinaria agrícola. Lo que comenzó siendo la Feria de la 'industria italiana', se ha convertido en la primera feria profesional, punto de referencia para todos los que fabrican y venden máquinas para la Agricultura, aunque no comercialicen sus productos en Italia.

En la edición correspondiente a 1998, como consecuencia de la fuerte campaña publicitaria realizada por Unacoma –la asociación profesional italiana que agrupa a los fabricantes de maquinaria agrícola y de movimiento de tierra, que es la organizadora del evento–, la asistencia de agricultores italianos ha sido desbordante, muy por encima de la que se producía otros años. El sábado, día de la inauguración, y especialmente el domingo, se hacía difícil caminar entre las máquinas por la abundante presencia de público.

Esto ha cambiado, al menos al principio, la fisonomía de una feria, ante todo, de 'mayoristas', para darle el ambiente de otras ferias agrícolas europeas. Las razones para este cambio hay que buscarlas en el interés de la industria italiana en mostrar sus productos a los compradores italianos, sin abandonar la proyección internacional que, durante muchos años, ha sido el objetivo prioritario de EIMA.

Hasta hace algunos años, la Feria de Verona era la que se ocupaba de los 'agricultores': una verdadera fiesta del campo. Ahora, EIMA abarca el

doble objetivo: el mercado nacional y la proyección internacional de la industria italiana de la maquinaria agrícola, aunque esto haya sido a costa de incomodar, al menos durante los tres primeros días, que fueron los 'abiertos' al público en general, a los visitantes especializados.

Por otra parte, puede decirse que la EIMA es la única en el mundo que no tiene problemas para celebrarse con periodicidad anual. Con más de 3 000 industrias italianas dedicadas a la fabricación de máquinas agrícolas, llenar el espacio disponible en las ins-

talaciones de la Feria de Bolonia resulta sencillo, más aún cuando numerosas industrias extranjeras están interesadas en participar activamente en este punto de encuentro de la mecanización agrícola mundial.

Esta participación externa, que iniciaron los fabricantes de componentes y de máquinas pequeñas, se ha completado con la presencia destacada de las grandes multinacionales que comercializan sus productos en Italia, —integradas en UNIMAG, la asociación de importadores— ausentes mientras la Feria de Verona cubría los objetivos en el mercado interno italiano. Ahora ocupan sus puestos junto a los más grandes fabricantes italianos como New Holland, Grupo S+L+H, Landini, Carraro, etc.

MIRANDO AL FUTURO CON CAUTELA

Esta feria, que se celebra tradicionalmente en la primera quincena de noviembre, sirve para preparar las campañas de venta del año sucesivo. Las 'novedades' también aparecen, pero se sitúan en un plano secundario si se compara con el interés comercial de los visitantes profesionales.

Los volúmenes de negocio que se conciertan durante la EIMA permiten tomar el pulso del mercado para los meses sucesivos, con bastantes posibilidades de acierto.

Parece que los compradores con-



sideran que los volúmenes de negocio han tocado techo por el momento; se habla de inflexión, a lo sumo de sostenibilidad. Es cierto que después de unos años de fuerte crecimiento las cosas deben de cambiar. Los mercados de los países mediterráneos, especialmente España y Portugal, siguen creciendo, pero en los nórdicos las caídas han sido importantes. En el centro de Europa se mantienen las ventas, pero en Gran Bretaña la caída ha llegado a superar el 40%.

Para la industria italiana la evolución del mercado interno no es suficientemente satisfactoria; después de una subida en el primer semestre de 1998 parece que finalizará el año con un volumen de negocio similar a lo

que fue el pasado. La puesta en marcha de una legislación específica para la renovación tecnológica de la maquinaria en la agricultura italiana, no ha tenido, por el momento, demasiado éxito, ya que de los 100 millardos de liras presupuestados en el programa de ayudas, apenas se han distribuido 8, en los tres meses transcurridos desde su implantación efectiva.

Posiblemente, la burocracia de la normativa sea alta y el porcentaje de ayuda pequeño —sólo del 10% del valor de la máquina— para que interese al agricultor italiano. Por otra parte, el fabricante debe de hacer al menos un descuento similar al que ofrece la ayuda oficial. En consecuencia: control, IVA, papeleo... para poca ayuda, sobre todo considerando que se puede conseguir casi lo mismo negociando con el vendedor la compra del producto usado, que no pasaría a ser chatarra.

A pesar de esto, cabe preguntarse: ¿son compatibles este tipo de ayudas con el 'mercado único' de la Unión Europea?

LOS MERCADOS EXTERNOS

El verdadero apoyo de la industria italiana de la maquinaria agrícola han sido los mercados externos. Durante los años de 'lira ligera' se han movido con suma facilidad en Europa y en el



mundo. Ahora las cosas no son tan sencillas y la industria europea, sobre todo la que forman las grandes multinacionales, presiona en Italia.

A pesar de esto, la industria italiana se proyecta con fuerza hacia el exterior, como pone de manifiesto que la cuota de exportación en 1997 fue de 62% (74% de tractores y 51% de máquinas agrícolas), lo que en términos absolutos significa una venta de 468 759 toneladas, con un valor de 5 085 millones de liras, máximo histórico de la industria del sector, que de este modo participa con cerca del 13% del saldo activo de la balanza comercial de la industria metalmeccánica italiana, incluidos los automóviles.

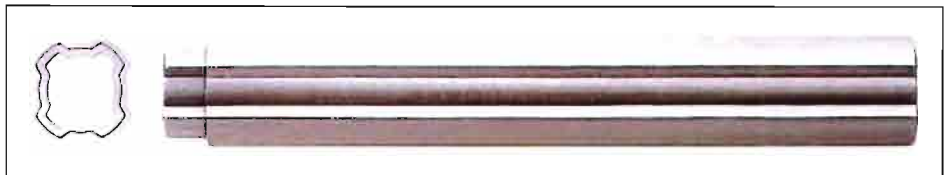
El resultado correspondiente a 1997 mejora en un 9% el de 1996, y en el conjunto del decenio transcurrido entre 1988 y 1997 el crecimiento ha sido del 56% en peso (+42% en tractores y 58% en máquinas agrícolas).

De la información suministrada por Unacoma se deduce que el 70.8% de las exportaciones italianas se dirigen a Europa, el 13.35 a América, el 6.9% a Asia, el 6.6% a África, y el 2.4% a Oceanía.

Ante la posible reducción del mercado europeo, principal comprador de la industria italiana, se busca la proyección en otros países. Los del Este europeo, tienen un gran potencial, pero bajo poder adquisitivo. Rusia, India y China son mercados que tienen que crecer, pero no parece que la mecanización del tipo 'europeo' sea la que estos países necesitan. Sudamérica, a medida que se estabiliza económicamente, se convierte en un comprador potencial, pero la industria local tiene mucho que decir, sobre todo a medida que se tecnifica con componentes de buena calidad.

Este es el desafío de la industria italiana, que tiene su punto más vulnerable en la gran cantidad de pequeñas empresas, más de 3 000, que constituyen este tejido industrial, que difícilmente se asocian para llegar con facilidad a mercados más alejados.

Sin duda, el punto más fuerte de la industria italiana lo constituyen los fa-



bricantes de 'componentes'; éstos permiten fabricar máquinas agrícolas fiables, a costes reducidos, sin grandes fábricas verticalizadas. Pero en este sector la competencia mundial es elevada, como se ponía de manifiesto en

“ Los mercados externos han sido el verdadero apoyo de la industria italiana de la maquinaria agrícola ”

los nuevos Pabellones 19 y 20 del recinto ferial de Bolonia. Todos estaban allí: italianos, comunitarios en general y bastantes extracomunitarios. El mercado mundial de la maquinaria agrícola, de manera similar a lo que ha sucedido en el automóvil, se defiende con industrias capaces de producir componentes de calidad.

■ INNOVACIONES

Desde hace algunos años, Unacoma promueve, entre los expositores que participan en EIMA, el concurso para el reconocimiento de las 'Novedades Técnicas' que se presentan en la feria.

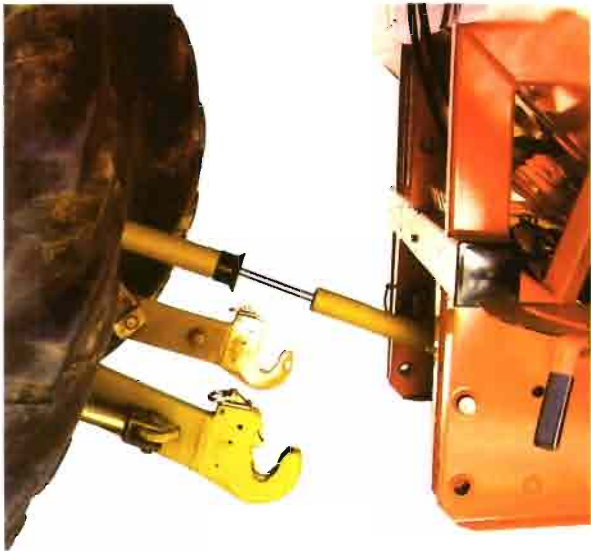
El Jurado, compuesto por representante de diferentes instituciones italianas, sirve para destacar aquellos productos que representan 'carácter de novedad o de perfeccionamiento original respecto a las realizaciones ya construidas o patentadas' bajo los aspectos de funcionalidad, utiliza-

ción, concepción técnica o reducción del impacto ambiental.

Para tener derecho a recibir este premio, la novedad debe de presentarse físicamente un mes antes del comienzo de la EIMA, de manera que pueda ser valorada por el Jurado, lo que hace posible que algunas 'novedades' presentes en la Feria, no hayan sido presentadas al concurso de 'Innovación Tecnológica'. Las máquinas premiadas en EIMA'98, que ocupaban durante la Feria un lugar preferente próximo a la entrada principal, bajo el Centro de Servicios, se describen en las páginas de este número de **agrotécnica**.

Con independencia de las máquinas premiadas con el galardón de 'Novedad Técnica', durante la feria se presentaron otros productos, verdaderas 'novedades', que conviene destacar.

En el campo de los tractores, los sistemas de suspensión constituyen uno de los puntos en los que más se ha avanzado en los últimos años. En consecuencia, John Deere recibió premio de 'Novedad Técnica' en EIMA '98 por su sistema de suspensión activa permanente del eje delantero TLS, y el Grupo S+L+H, por la combinación de la amortiguación del eje delantero



fuerza y sus protecciones, que constituyen unos elementos esenciales en cualquier máquina agrícola accionada.

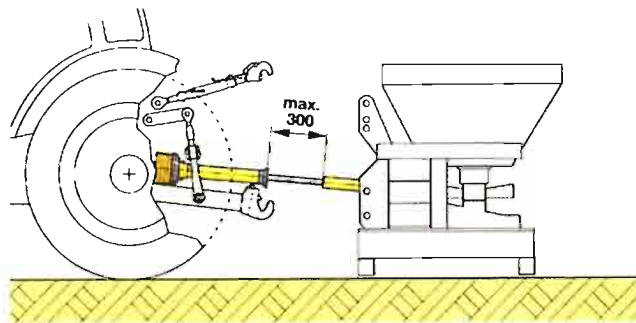
En esta línea, Walterscheid presentó su enganche *Tele-space*, que permite realizar el acoplamiento del eje cardan antes de enganchar la máquina al tractor. Esto es especialmente útil para el acoplamiento de máquinas como abonadoras y pulverizadores suspendi-

con la de la propia cabina, para proporcionar mayor confort al operador. En el stand de New Holland se presentaba como novedad el puente anterior *Supersteer* con suspensión activa, controlada electrónicamente, un paso más en el camino para reducir las vibraciones que llegan al puesto de conducción.

También se pudo observar la alternativa de New Holland a la cadena metálica: un pequeño tractor agrícola dotado de bandas de goma, accionadas por el sistema dentado de la rueda de cabillas y con un rodillo tensor más pequeño y ligeramente elevado, que podremos ver funcionar en los campos españoles en los próximos meses, ya que ha sido homologado en España.

Cambiando de sector, y adentrándonos en el de los componentes, que constituyen el punto clave de la EIMA más profesional, lo más destacable es el interés de las industrias por certificar sus procedimientos de fabricación, como punto de garantía para sus clientes.

De entre los numerosos detalles que en cada producto mostraban el avance tecnológico, podemos analizar los que corresponden a las tomas de



dos, que deben de quedar muy próximos al tractor, lo que hace difícil la conexión a la toma de fuerza con un árbol cardánico normal. El sistema se

“ Los fabricantes de ‘componentes’ construyen máquinas agrícolas fiables, a costes reducidos, sin grandes fábricas verticalizadas ”

basa en la utilización de un vástago que actúa como guía hasta la posición de trabajo, conseguida en el momento en que ocupa su posición sobre el enganche tripuntal.

Bondioli & Pavesi marca con sus productos SFT mejoras en la seguri-

dad y en la productividad. Para ello incluye una nueva campana protectora, en la parte de la protección ligada a la máquina accionada, de acuerdo con lo que establece la Directiva de ‘seguridad en las máquinas’, según aparece en el proyecto de norma europea prEN 1553, estando diseñada para que pueda cubrir elementos tales como junta homocinética, limitadores de par o rueda libre.

Para aumentar la productividad se ha incorporado el sistema de engrase *greasing system*, que permite efectuar rápidamente la lubricación del tubo telescópico en cualquier posición de trabajo, con la transmisión instalada sobre la máquina, y un nuevo tubo telescópico con perfil de ‘cuatro dientes’ que facilita el deslizamiento longitudinal y mejora la duración de la transmisión.

■ CONCLUYENDO

Un año más, EIMA ha puesto de manifiesto la importancia de el sector italiano que fabrica máquinas para la agricultura, pero cada vez más se observa el interés de la industria europea, especialmente la que ofrece componentes, en participar en una feria que controla buena parte del mercado mundial de la maquinaria agrícola.

El punto de encuentro comercial, las rondas de negocio organizadas por instituciones públicas y privadas, y los encuentros de especialistas italianos y del mundo entero, como la Reunión de Club de Bolonia para ‘estrategias de la mecanización’, hacen de EIMA el lugar de visita obligada de todos los profesionales que, de una u otra manera, trabajan en el sector de la maquinaria agrícola. 🔥

Luis Márquez
Dr. Ing. Agrónomo

LOS NÚMEROS DE UN RÉCORD

Convegno
EDAGRICOLE/UNACMA
La nuova figura del concessionario
nella diffusione dell'innovazione tecnologica
XXIX EIMA Bologna, 16 novembre 1998

LA 29ª EDICIÓN DE EIMA HA BATIDO TODOS LOS RECORDS. PARA DARSE CUENTA DE ELLO, BASTÓ CON DARSE UNA VUELTA POR LA EXPOSICIÓN Y COMPARAR CON EDICIONES PRECEDENTES. PERO QUIEN MEJOR LO DEMUESTRA SON LOS NÚMEROS.

El certamen boloñés alcanzó los niveles más altos de toda su historia, en términos de expositores, visitantes, presencia de operadores extranjeros y prensa internacional. Entre el 14 y el 18 de noviembre, más de 130 000 personas visitaron una feria que contó con 14 sectores productivos representados.

Al margen de la maquinaria agrícola, el sector verde tuvo gran transcendencia al contar con más de 20 000 modelos de máquinas y equipos.

A las múltiples conferencias y encuentros, organizados por Unacoma Service Srl, se unieron interesantes actividades promovidas por organizaciones profesionales y empresas. EIMA '98 se ha confirmado como punto de actualización en el plano técnico y de promoción desde el punto de vista económico y comercial. El año próximo, del 13 al 17 de noviembre, será el del más difícil todavía. Porque superar los registros del 98 va ser muy complicado. 🍀



DATOS DE EIMA '98

Nº de empresas (total)	1 578
Nº de empresas (extranjeras)	388
Países representados	35
Superficie de exposición (m²)	150 000
Nº de visitantes (total)	130 000
Nº de visitantes (extranjeros)	10 000
Delegaciones extranjeras	34
Periodistas participantes (total)	350
Periodistas participantes (extranjeros)	80
Editores participantes	21

PRINCIPALES ACTIVIDADES

Encuentro-Debate

Agenda 2000 ¿Cuál es el papel de la mecanización?

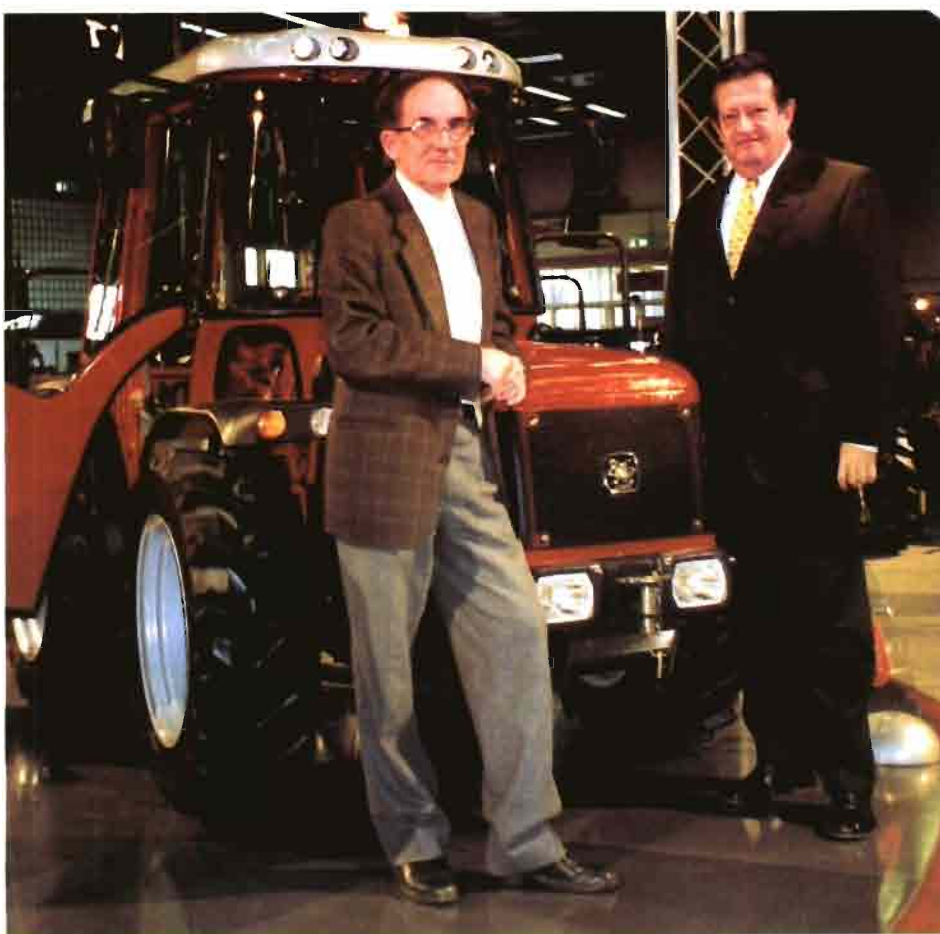
9ª Edición del **Meeting del Club de Bolonia** con la participación de 69 expertos de 30 países
'Trabajo del terreno: nuevos métodos y nuevas técnicas'
'Pruebas oficiales de evaluación de los tractores y de las máquinas agrícolas: un instrumento para aumentar la eficacia, la calidad y la seguridad a fin de ofrecer mayores posibilidades de elección a agricultores y prestadores de servicios'

Reuniones de Negocio

Jornadas Italo-Árabe
Italo-Australiana
Italo-Argentina
Encuentro *'Proyecto USA máquinas agrícolas'*

Manuel Roig y Antonio Giménez, directores general y comercial, respectivamente, de Antonio Carraro Ibérica

“Estamos en un momento de penetración en el mercado”



Antonio Carraro Ibérica es una de las filiales españolas con mayor proyección. La serie Ergit, con tractores que comprenden potencias entre 48 y 84 CV, no sólo es su apuesta para el futuro, sino toda una garantía de éxito y mayor penetración en el mercado español. Así lo esperan su director general, Manuel Roig, y el director comercial y de marketing, Antonio Giménez

En apenas doce meses la empresa no sólo ha crecido en modelos, sino también en ventas. Hace un año vimos lo que iba a ser la serie Ergit. Hoy ya la vemos como una realidad con diferentes versiones. ¿Cómo ha funcionado dicha serie en Italia y qué esperan de ella en España?

Se puede decir que en España hace tiempo que tenemos varios modelos de la serie Ergit, para realizar pruebas. Llevamos un tiempo probándolos en diferentes puntos de España

con agricultores amigos y especialistas. Estas pruebas nos están siendo de mucha utilidad para los cambios que se han hecho en fábrica y las vamos a dar por terminadas a final de año. Los tractores que se han hecho en pruebas pasarán por fábrica para su reacondicionamiento o bien se venderán al agricultor a un precio especial. Dado que las evaluaciones de estas máquinas ya están terminadas y están disponibles desde finales de noviembre, en diciembre salen a comercialización y venta.

■ Señalan a Ergit como un tractor compacto y no como un tractor pequeño. ¿Cómo se define un compacto?

Esta definición no existe en ningún sitio, pero para mí un tractor compacto es aquel que utiliza la máxima potencia en el menor tamaño posible. Pero no se trata únicamente de tamaño. Los compactos son diseñados como tales, de otra forma un tractor estándar convencional de cuatro ruedas motrices es un tractor que ha nacido de un simple tracción y se ha conver-

tido en un doble tracción simplemente añadiendo una tracción delantera. Un tractor compacto ha sido diseñado desde el principio dado que los dos ejes están mucho más juntos y el motor queda por delante del delantero. Esto significa dos cosas: reparto de pesos muy equilibrado, con un 50% para el eje delantero y otro 50% para el trasero, y al tener los ejes muy juntos permite un menor radio de giro, más fácil de maniobrar.

■ **Al ser más compacto, ¿no resta comodidad al usuario, no tendrá difícil acceso, los mandos estarán situados muy cerca?**

Esto es inevitable. Es evidente que en el tractor compacto es muy difícil, por no decir imposible, tener una plataforma plana. Pero, en cambio, tienen la ventaja de que el baricentro es mucho más bajo que el de un tractor profesional, lo cual le añade, si no comodidad, al menos seguridad según qué tipo de trabajos, sobre todo en laderas. Otra cuestión es que suelen tener las reducciones finales en el exterior, esto les permite que se-

gún la colocación que se le ponga a la reducción final –horizontal, inclinada o vertical– podemos bajar mucho más el baricentro, lo cual evidentemente comporta el inconveniente de que tenemos menor despeje al suelo. Pero estas son cosas con las que tenemos que ‘jugar’. Quizá sacrificamos el confort en la seguridad.

■ **¿A qué nicho de mercado lo quieren enfocar?**

En la práctica estamos yendo al mismo nicho de mercado que trabajábamos con las series anteriores. Máquinas para viña o para frutales o bien para pendientes muy fuertes, en lugares en los que el tractor de tipo convencional no es accesible, bien sea porque la pendiente es muy fuerte y tiene peligro de volcar o bien porque el tamaño se lo impide.

Ahora bien, hay un tema en el que sí podemos decir mucho con nuestro modelo, especialmente desde que he-

mos aumentado la potencia, y es que nos permite entrar en el mercado de cítricos, en el que se necesitan atomizadores o bien suspendidos de capacidades de carga altas, de 1 000 litros, que puede llevarlo, pero más especialmente con potencias elevadas, que puedes tener ventilador de atomizador de más de 820 mm de diámetro y alta presión. Podemos tener grandes potencias en tamaños pequeños, que es donde vamos a intentar entrar.



ANTONIO GIMÉNEZ

“Abarcamos una pauta de futuro que falta en el sector”



MANUEL ROIG

■ **Dentro de lo que es Antonio Carraro, S.A., ¿qué porcentaje sobre su volumen de ventas creen que va a ocupar el Ergit?**

En un futuro puede ser un 30-40% de la venta, aunque algunos modelos antiguos se dejarán de fabricar e iremos introduciendo esta nueva tecnología en el caballaje pequeño. Vamos a tener esta serie completamente implantada en año y medio.

■ **¿Qué porcentaje dentro de sus ventas ocupan los motocultores y motoazadas?**

Actualmente, el motocultor podría ser un 25-30% de la venta de nuestro total de facturación y lo único que vemos es que la venta del motocultor en nuestras posibilidades está un poco estancada y no es una gama que está subiendo. A la larga ha disminuido.



Lo que está aumentando son las motos *apple*, motoazadas que no comercializamos, aunque quizá podamos hacerlo en un futuro cercano.

■ Este año que ya está terminando, ¿cómo ha sido para Antonio Carraro Ibérica?

Ha sido la consolidación. Fundamos la Unión Carraro a principios de 1997 con seis personas, hoy hemos incorporado tres buenos profesionales del sector; en las zonas norte, centro y sur. Somos doce, estamos trabajando fuertemente la exportación, hemos exportado bien en Ecuador, hemos empezado en Costa Rica y estamos en tratos en Argentina, Chile y Uruguay. Es la consolidación de una compañía nueva que empezó con mucha ilusión. Creo que en un año y medio hemos hecho una labor bastante eficiente, quizá debido a que nuestra dedicación exclusiva a una marca ayuda a la labor que realizamos todos los días.

■ Una faceta que muchos profesionales no conocen en España es su responsabilidad en otros mercados. ¿Cuáles son?

Toda la Península Ibérica (España y Portugal), la parte americana desde

Méjico, Argentina y toda África.

■ Al tratarse de una filial de una empresa italiana, cuando salen al exterior, ¿se observan los productos como españoles o italianos?

Como europeos. Tengamos presente que aunque seamos la filial española, la empresa es italiana 100%. Exportamos productos italianos, pero también ayuda a mandar algún pro-

ducto español, ya que algunos implementos que estamos exportando son de fabricantes nacionales. Es una empresa de fabricante italiano con mentalidad latina y venta europea.

“ En año y medio hemos hecho una labor eficiente, quizá debido a nuestra dedicación exclusiva ”

■ Algunos hablan de una fuerte caída del mercado en 1999, otros que se va a quedar igual e incluso hay quien vaticina una subida de dos puntos. ¿Cuál es su opinión respecto al nicho de mercado en el que se mueven?

Nuestro nicho está alrededor de 2 500 ó 3 000 tractores y es un nicho en el que siempre habrá la misma capacidad de venta. Ahora bien, Antonio Carraro está en un momento de penetración y esto a nosotros nos hace

subir. Este año hemos subido en unas proporciones que, como se ve en las matriculaciones, son importantes.

■ ¿Piensan incrementar su oferta con algún producto ajeno a la producción de Antonio Carraro en Italia, para darle a la filial española mayor dimensión?

Somos especialistas en implementos. Lo que pasa es que nuestras instalaciones actuales se han quedado pequeñas en un año y medio. Estamos actualmente a la busca y captura de edificios y cuando tengamos las instalaciones tan pronto como sea posible incorporaremos nuevas marcas, nuevos implementos y nueva tecnología, pero siempre implementos tecnológicos y de un prestigio internacional, que es lo que buscamos.

■ ¿Qué impresión se han llevado sus distribuidores en su stand del potencial de desarrollo del producto que tiene Antonio Carraro?

El profesional que viene a nuestro stand, sea de nuestro equipo o de nuestra organización comercial, como de otros colegas, admiten que el diseño de Antonio Carraro y la línea Ergit que ha lanzado al mercado es un punto de partida muy importante, para la marca y para los tractores en general, ya que hace tiempo que Antonio Carraro va abarcando una pauta de futuro que hace falta en el sector.

■ Han tenido un crecimiento fuerte y eso se ve en las cifras de matriculación y en red de ventas. Pero, ¿están también creciendo a nivel de servicios y de recambios?

Exactamente igual. Si hoy no tuviéramos el servicio y el recambio postventa, no haríamos nada. Por ejemplo, en los países que estamos buscando de América, si el cliente o el futuro importador no tiene servicio o recambio, no le damos la concesión. No queremos vender tractores que nos pueden dar un resultado a corto plazo, queremos introducir una marca en el futuro del mercado americano. 🔥

MAURICIO VISCHI, *Director General de Pirelli Agrícola*

Pirelli Agrícola hace balance. 1998, según su máximo responsable, ha sido el mejor año de la década. La gran acogida que ha tenido la serie TM 800, sobre todo en otros países europeos ajenos a España, ha tenido mucho que ver en ello. Además, el acuerdo firmado con el grupo sueco Trelleborg para formar una nueva sociedad "hará crecer la presencia de la marca", según su director general, Mauricio Vischi.



"El mejor año de la década"

■ Hace un año y unos meses se presentó a la prensa la nueva rueda TM 800. ¿Cómo ha sido la acogida en el mercado?

Hace un año lanzamos las primeras seis medidas más populares, que tuvieron una gran introducción. A lo largo de este año hemos seguido ampliando la gama TM 800. Ahora hay muchas más medidas y para febrero de 1999 la habremos completado. Ya estamos homologados con todos nuestros grandes clientes, como New Holland, Landini, John Deere, Case, Fendt... y tenemos muy buena presencia. El mercado en toda Europa ha apreciado que esta rueda se diferencia respecto a las series anchas de la competencia por el hecho de ser un producto verdaderamente más ancho a nivel de banda de rodaje. La medida de

nuestro neumático es de 150-65-38, y ese 150 de la banda de rodaje supone una gran diferencia. Además, es un neumático que tiene un nivel de comportamiento en carretera muy superior al resto de las series 65, eliminando todos los efectos de *bumping*.

■ ¿Qué parte de la producción de la TM se está destinando al primer equipo y qué parte a reposición?

En términos de producción, el 55% está destinado al primer equipo y el resto a reposición. Esto se produce porque Pirelli es históricamente una primera marca y las grandes marcas en primeros equipos son muy pocas: solamente Pirelli, Michelin, Kleber y Good Year. Estas marcas juntas están presentes en el 86% del mercado de primer equipo europeo.

■ Últimamente ha habido una eclosión de marcas de países emergentes que están intentando hacerse un hueco. ¿Qué supone tener que luchar con una competencia de este nivel cuando no se tiene el producto adecuado para competir en precio?

No supone absolutamente nada. Simplemente, no son nuestros competidores. Quien quiere calidad, prestaciones y durabilidad va a marcas de primer nivel como Pirelli o Michelin.

■ El año 1998 se va a cerrar como muy bueno en ventas de tractores. ¿Cómo ven bajo su perspectiva 1999?

El año 1998 ha sido en verdad un año muy bueno para nuestra marca, hemos hecho el mejor año de toda esta década. Ello es debido en parte al lanza-

miento del TM 800 y la promoción que hemos hecho de este producto, que arrastra a otros que ya teníamos en la gama. Hemos ganado cuota de mercado en toda Europa. 1999, por el momento, no lo vemos tan diferente del que estamos. A pesar de todas las crisis que leemos en los periódicos, pensamos que a nivel de Europa el mercado seguirá siendo muy bueno, posiblemente con más competencia. En cambio, otras economías, las de los llamados países emergentes, no pueden ser foco de nuestras exportaciones, por lo que estos productos se dirigirán más hacia el mercado europeo, habrá más competencia pero seguirá siendo muy bueno. Aún se ven algunas nubes en el mercado americano, que sufre más que el europeo y posiblemente que el sudamericano. Europa seguirá siendo muy bueno.

En EE UU llevamos a cabo una política de mayor presencia, cerrando contratos con distribuidores que tienen que cubrirnos todo el territorio americano. Tenemos una cuota, no a nivel de la que tenemos en Europa, y pensamos que a través de esta red de nuevos distribuidores podemos ganar rápidamente cuota en el mercado norteamericano. Ya estamos suministrando los primeros equipos multinacionales que produce Norteamérica.

Primero entre todos New Holland y seguiremos con esta política de expansión.

■ **Dentro del mercado del neumático tanto de primer equipo como reposición, ¿qué parte ocupa Pirelli?**

“ La nueva sociedad Trelleborg Whell Systems hará crecer la presencia de la marca, sea Pirelli, sea Trelleborg ”

Tenemos una cuota muy importante: el 17% del mercado europeo en radial, que es nuestro producto estrella. Si lo miramos de forma global, incluido el convencional, bajamos al 13.5%. Tenemos también una presencia muy importante en Sudamérica.

Pirelli ha firmado este mes el acuerdo que llevará al nacimiento de una nueva sociedad por parte de Trelleborg y Pirelli. Tendrá su cuartel general en Tívoli (Italia) donde tenemos nuestra fábrica de agricultura. Esta sociedad hará crecer la presencia de la

marca, sea Pirelli, sea Trelleborg, en todo el mundo. Particularmente, en Europa, que es nuestro mercado de elección, y en Norteamérica. Mientras, Pirelli, por sí misma, seguirá produciendo y vendiendo en Sudamérica y Turquía, donde hoy en día tiene una producción de agricultura convencional.

También la nueva sociedad, que se llamará Trelleborg Whell Systems, distribuirá todo el producto de hecho en Sudamérica y Turquía por parte de Pirelli en todas las empresas del mundo. De todas formas, el radial seguirá siendo nuestro producto de elección porque queremos mantener un papel de primera marca en todo el mundo.

Trelleborg es un gran grupo sueco que factura 450 000 millones de pesetas.

Es muy fuerte en todos los productos de goma, desde las correas hasta tuberías o antivibrantes. También tiene una importante producción en agricultura convencional de altísimo nivel. Su producción consta de una gama íntegramente complementaria a la nuestra. Fabrican grandes tractores motrices, muy anchos, como los modelos Twin, e implementos de gran tamaño para carros agrícolas. Es toda una gama que nosotros no poseíamos, con lo que ofrecemos a los clientes una gama más completa.

■ **¿Qué vida útil tiene el neumático recauchutado que Pirelli saca al mercado?**

En la agricultura no se usa el neumático recauchutado por muchos motivos. Por ejemplo, la durabilidad de una goma de tractor es muy elevada. Hoy en día el promedio de vida media de un neumático es de siete años. Después hay segmentos de elevadísima utilización, como los contratistas que trabajan con máquinas muy potentes 24 horas al día, que gastan más rápidamente los neumáticos. Sin embargo, no conviene recauchutarlo y es muy difícil construir esa banda de rodaje con perfiles tan importantes.



■ Una vez que el neumático termina su vida queda arrinconado. Desde los distintos gobiernos se están tomando medidas para buscar una salida a estos neumáticos viejos. ¿Qué hace Pirelli para facilitar su recuperación?

Pirelli trabaja, conjuntamente con otras marcas y entidades del Parlamento europeo, en el estudio de proyectos para poder reciclar los neumáticos.

Son muchísimos los métodos para reciclar estos neumáticos, como pueda ser su uso en la producción de asfalto. Una alta composición de neumático lo hace más duradero, deformable y con mejor agarre a los coches. Otro proyecto que pretende llevarse a cabo en Galicia es construir un gran dique para la protección de bateas y mejillones. Es algo en lo que todos los gobiernos están muy sensibilizados.

■ Últimamente están proliferando los tractores con bandas de goma, sustituyendo a los de cadenas tradicionales. Ejemplo de ello son Claas-Caterpillar, John Deere, New Holland o Case. ¿Qué piensa Pirelli sobre este nicho emergente, que puede llegar a ocupar importantes niveles?

No tenemos nada en proyecto. Seguimos dedicando toda nuestra aten-



“ No creemos que las bandas de goma vayan a suplantar al neumático ”

las nuevas versiones superrebajadas, como el MT 700 u 800 con perfiles de 70 ó 65.

■ ¿Cómo se ha comportado el mercado español con el TM 800?

Ha tenido una acogida muy favorable. Realmente España

no es el país de elección dentro del mercado europeo porque es un neumático muy caro con respecto a las máquinas baratas. España es un país muy atento a la variable de precio, mucho más que el resto de Europa. Creo que llegará al nivel de la agricultura del resto de Europa. El agricultor español se dará cuenta de las ventajas de este tipo de neumáticos en términos de rentabilidad, porque dura más. Un TM 800 tiene un 90% más de goma disponible para el consumo respecto a una serie estándar de la misma medida.

ción hacia el neumático tradicional como lo conocemos. No creemos que esta tecnología vaya a suplantar al neumático. Es un producto que tendría que dar muchísimo más bandaje desde un punto de vista de compresión de suelo más bajo. Todas las pruebas que se han hecho denotan que hay una presión más elevada en la parte posterior, cuando el tractor va cargado con un apuro se pone más de morro y tiende a comprimir aún más el terreno. Esta es la gran ventaja que sigue teniendo el neumático en contra de esta tecnología, sobre todo el neumático en

ña no es el país de elección dentro del mercado europeo porque es un neumático muy caro con respecto a las máquinas baratas. España es un país muy atento a la variable de precio, mucho más que el resto de Europa. Creo que llegará al nivel de la agricultura del resto de Europa. El agricultor español se dará cuenta de las ventajas de este tipo de neumáticos en términos de rentabilidad, porque dura más. Un TM 800 tiene un 90% más de goma disponible para el consumo respecto a una serie estándar de la misma medida.

Hemos subido nuestras ventas a lo largo del año de forma constante y a través de la nueva sociedad, que nacerá el año que viene, podremos enfocar en mayor medida nuestra atención e inversiones hacia nuevos productos y procesos en la fábrica de Tívoli, lo que permitirá mantener un nivel competitivo muy elevado. ♦

