

20 AÑOS de TRABAJO y RESULTADOS

AGRAGEX nació en Bilbao, en 1978, cuando una docena de fabricantes y exportadores de maquinaria agrícola que demandaban actividades promocionales específicas para el sector decidieron dotar de personalidad jurídica propia la labor del grupo y convertirse en interlocutor ante la administración, a través de las ayudas públicas concedidas, básicamente desde el Instituto Español de Comercio Exterior, canalizándolas hacia el apoyo a la salida al exterior de los fabricantes españoles.



A sí nació lo que en principio fue la Asociación Española de Exportadores de Maquinaria Agrícola, que en estos veinte años ha vivido un crecimiento espectacular hasta multiplicar por diez el número de empresas afiliadas. Además, ha extendido sus tentáculos a otros sectores hasta verse obligada a ampliar su razón social, que ahora es Asociación Española de Fabricantes Exportadores de Maquinaria Agrícola y sus Componentes, Sistemas de Riego y Equipos para la Cría Ganadera.

Y AGRAGEX, que durante este tiempo ha demostrado a los fabricantes españoles las ventajas que acarrea el asociacionismo apoyado por la ad-

ministración, no quiere detenerse ahí. Si ha empleado veinte años para cubrir su etapa inicial de asentamiento y presentación de la oferta nacional en los mercados exteriores, ahora arranca la fase de consolidación de la asociación. Entre sus nuevos objetivos se encuentran el reconocimiento de la calidad del producto español en el extranjero, la ampliación del número de destinos de las exportaciones y la consolidación de las redes comerciales ya existentes.

Para un futuro a corto plazo se plantea cubrir de un modo cada vez más significativo los principales eventos mundiales de los sectores agrícolas (EIMA, de Bolonia; SIMA,

de París; EXPOCHACRA, de Argentina), de riego (IRRIGATION ASSOCIATION, de Estados Unidos y Australia) y ganadero (VIV, de Holanda, Asia y Brasil). Además, seguirán organizándose masivas o especializadas Misiones Comerciales, directas e inversas, con el fin de atacar mercados en destacado crecimiento. Con vistas al año 2000, en el que pretenderá involucrar a un número importante de pequeñas empresas en la dinámica exportadora, AGRAGEX reclama un mayor apoyo del ICEX, sobre todo de cara al considerable número de asociados que siguen incorporándose con la intención de abrir fronteras. Actualmente, la Asociación está en

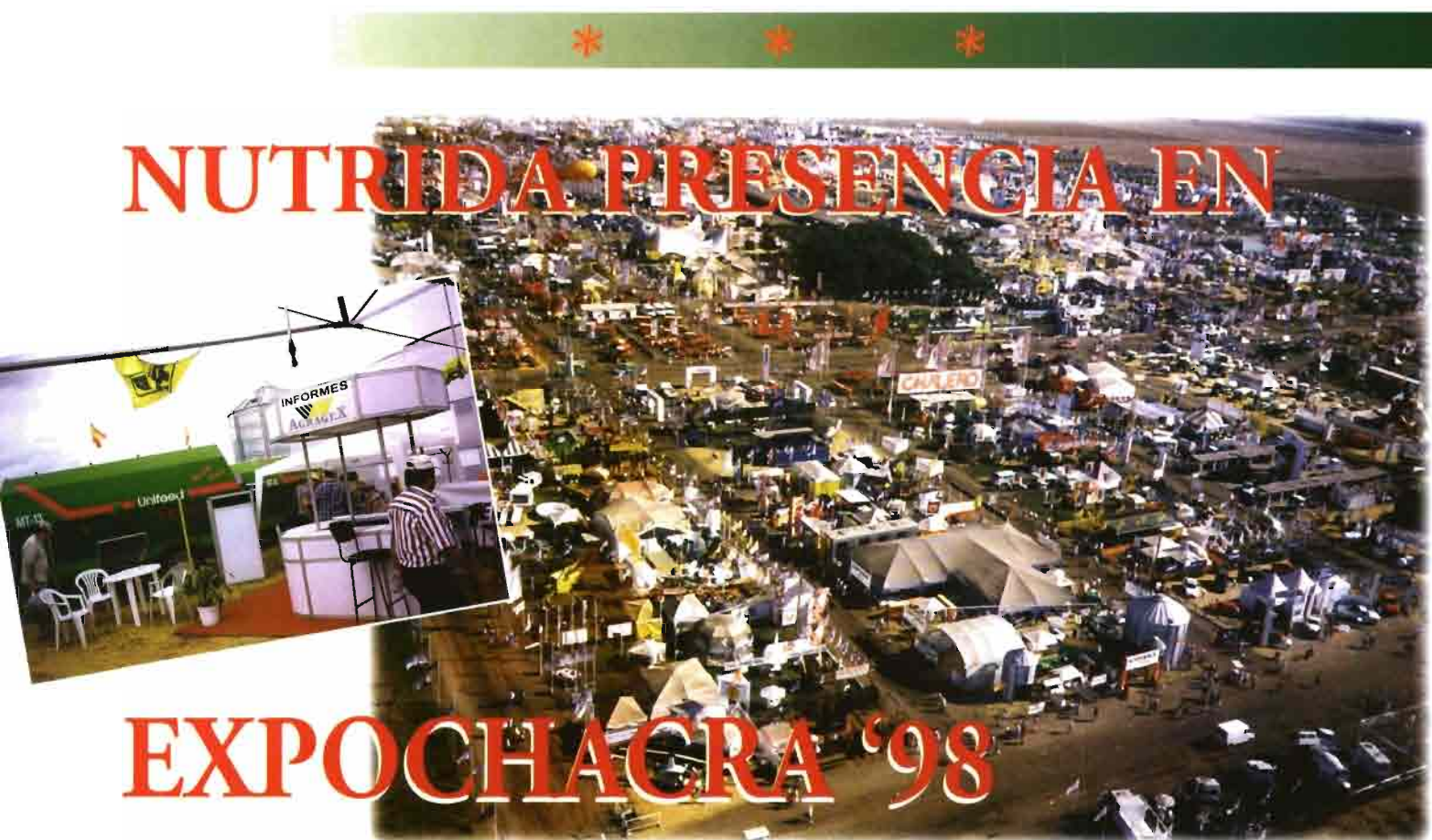
condiciones de orientar en sus etapas iniciales a cualquier fabricante español de maquinaria agrícola, riego y equipos para la ganadería en su actividad exportadora, informando puntualmente de los mercados en mayor crecimiento.

Se trata de consolidar la presencia española en la esfera internacional. A pesar de tener unos volúmenes de producción y exportación muy inferiores respecto a otros países, la relación calidad/precio que ofrecen los fabrican-

AÑO	FACTURACIÓN (en millones \$)	EMPRESAS
1978	170	112 empresas (14% vascas, 30% catalanas)
1998	30	30 empresas (50% vascas)

tes españoles les permite competir en el pelotón de cabeza, junto a potencias en el sector como Estados Unidos, Alemania, Francia, Gran Bretaña, Dinamarca, Suiza, Japón o Israel, en el

campo del riego localizado; u Holanda, en el sector ganadero, amén de otros países de menor nivel pero con industria pujante, como Brasil, Argentina o India. ♠



La Magdalena, S.L.; Maquinaria Agrícola Solá, S.L.; Bellota Herramientas, S.A.; Elmega, S.L.; Symaga, S.A.; Fernando Lama, S.L.; Silos Córdoba; Sistema Azud, S.A.; Irimón, S.A.; Novedades Agrícolas, S.A.; Hidráulicas HMT, S.A.; Saleplas, S.L.; Asesores y Técnicas Agrícolas, S.A.; Cuchillería Agrícola Martorell, S.L.; Ulma Agrícola; Faysar, S.A.L.; Invernaderos y Tecnología, S.A.; Abamotor Energía, S.L.; Ingeniería y Montajes Monzón, S.A.; Grupo Chamartín, S.A.; ITC, S.L.; Twindrops Ibérica, S.A.; Cilindros y Cromados, S.A.; Atlántica Agrícola, S.A.; Sanz Hermanos, S.L.; Pyva Mo-

tor, S.A.; Extrona, S.A. y RKD Irrigación, S.A.

Estas son las 28 empresas asociadas a AGRAGEX que estuvieron presentes en la feria argentina Expochacra '98, celebrada del 19 al 22 de marzo en la localidad de Arrecifes, provincia de Buenos Aires. Esta séptima edición contó con una superficie de exposición de 60 hectáreas y supuso el estreno de la representación española, que se mostró sorprendida con el alto poder de convocatoria y el elevado dinamismo ofrecido por las demostraciones de maquinaria realizadas paralelamente.

Los 1 200 m² con que contaron los expositores españoles suponen la ma-

yor superficie dispuesta nunca por Agragex, cuyos miembros aprovecharon la oportunidad para observar y analizar un mercado con indudables posibilidades.

Argentina, el mayor importador mundial de equipos de almacenamiento de cereales, también busca en el exterior, especialmente en Estados Unidos, Europa y Brasil, toda la maquinaria agrícola que no llega a cubrir con la producción propia, cifrada en 630 millones de dólares en 1996. De igual forma, se van abriendo paso diversos subsectores, entre los que destaca el de maquinaria para forraje y ordeño, riegos y componentes. ♠

PENDIENTES DE PERÚ Y ECUADOR



Dos mercados pequeños en apariencia pero con mucha proyección siguen en el punto de mira de AGRAGEX desde que en 1996 se interesara por ellos. La Misión Comercial llevada a cabo entre los días 18 y 26 de enero tuvo como fin impulsar la labor de promoción iniciada en Perú y al mismo tiempo conocer el agro ecuatoriano.

Las 18 empresas participantes, que abarcan los cuatro subsectores que representa AGRAGEX (maquinaria agrícola, componentes, sistemas de riego y equipos ganaderos), fueron las siguientes: Agragex; Abamotor Energía, S.L.; Atlántica Agrícola, S.A.; Cavenco, S.L.; Cometal, S.L.; Fernando Lama, S.L.; Gepaval, S.L.; Goizper S. Coop. Ltda.; Industrias Berango, S.L.; Invernaderos y Tecnología, S.A.; Agromáquinas y Remolques, S.L.; Piva Motor, S.A.; Riegos Costa, S.L.; Rotecna, S.A.; RKD Irrigación, S.L.; Sanz Hermanos, S.L.; Sistema Azud, S.A.; Twindrops Ibérica, S.A.; Ulma Agrícola S. Coop.

PERÚ

El crecimiento del sector agropecuario fue resultado del incremento de la producción agrícola en un 7.6% y de la actividad agropecuaria en un 14.6%.

El agro peruano se subdivide en cultivos de costa y de sierra, dos economías agrarias muy diferenciadas. La primera, más mecanizada, utiliza tractores grandes y todo tipo de implementos agrícolas, si bien las necesidades de mecanización son importantes. No ocurre lo mismo en la sierra, donde las condiciones geográficas y la escasa alfabetización del agricultor hacen que casi todos los trabajos sean artesanales.

La maquinaria agrícola está a expensas de un empuje del Gobierno, que sigue remiso a desarrollar un Plan de reparto de tierras y una reforma agraria en profundidad.

El recambio agrícola supone un mercado con cierto potencial, ya que

no existe fabricación local y todo el material es importado de Italia, Japón, Colombia y Estados Unidos.

El riego, por último, está básicamente centrado en el localizado. Existe un buen mercado para el material de aspersión, de lo que pueden dar fe desde hace algunos años varias empresas asociadas a AGRAGEX. El subsector de pulverización parece tener muchas posibilidades.

ECUADOR

La economía se centra básicamente en las exportaciones de petróleo, algunos minerales y productos pesqueros –camarones, especialmente–; el sector textil y la producción y exportación de flores y frutas tropicales.

La situación que atraviesa el agro ecuatoriano es relativamente estable, con una floricultura en plena expansión, arrebatando mercado a Colombia.

En maquinaria agrícola existe una gran variedad de marcas norteamericanas, brasileñas y, sobre todo, italianas, representadas y establecidas. El subsector de motores ofrece buenas perspectivas y el hecho de encontrar mucha competencia italiana, que llega a ser brutal en cuanto a precios, permite vislumbrar un importante nicho de mercado. Asimismo, las características climatológicas y geográficas del país abren las puertas del desarrollo al subsector de pulverización.

Las importantes instalaciones de los israelíes, que dominan el 80% del mercado, son una prueba del buen funcionamiento del subsector de riego, en sus sistemas de riego por goteo y aspersión.

El subsector ganadero en Ecuador es bastante interesante, sobre todo el sector avícola, en el que se ha detectado una fuerte presencia de la competencia norteamericana y holandesa.

A LA BÚSQUEDA DE NUEVOS MERCADOS

Abrirse paso en nuevos mercados es uno de los objetivos básicos de AGRAGEX. Por tal motivo, ocho empresas participaron, entre el 6 y el 12 de marzo, en la Misión comercial con destino a la República Islámica de Irán y Emiratos Árabes Unidos.

Bellota Herramientas, S.A.; Cuchillería Agrícola Martorell, S.L.; La Magdalena, S.L. y Viveros Orero fueron las únicas empresas presentes en ambos países. Climatización de Invernaderos, S.A.; Gozper S. Coop. Ltda; y Sistema Azud, S.A. acudieron únicamente a Emiratos Árabes, mientras Julio Gil Águeda e Hijos sólo participó en Irán, donde pudo comprobar las dificultades existentes para la exportación, debido a las restricciones bancarias impuestas.

Emiratos Árabes Unidos, por su parte, cuenta con un parque de 300 tractores, el diez por ciento de los cuales se renueva anualmente desde el Estado, que cede sus equipos a los agricultores de manera gratuita. El gobierno, en un intento permanente por ganar la batalla al desierto, también controla en este país el importante mercado que supone el riego por goteo junto con los invernaderos.

A su regreso a nuestro país, los expedicionarios expresaron su satisfacción y calificaron como “éxito” la primera Misión comercial a estos dos países. AGRAGEX anuncia nuevas Misiones e incluso se muestra dispuesta a participar en la Feria Internacional de Irán. ♦



PEDRO RIFÁ

Presidente

“Nuestro espíritu es la

AGRAGEX cumple 20 años. Un hecho más que importante para una asociación esforzada desde el primer momento en potenciar la exportación gracias a la labor desinteresada realizada por una serie de personas. Ya el primer presidente, Javier Lecue, asentó los puntos clave que todavía hoy, con Jaime Hernani en la dirección y Pedro Rifá como presidente, constituyen la base de trabajo. El vigésimo aniversario es buen momento para hacer balance, conocer las impresiones de los responsables de AGRAGEX y los proyectos para el futuro.

Cómo es posible que una asociación como AGRAGEX esté amparada por la Cámara de Comercio de Bilbao?

PEDRO RIFÁ: No es exactamente así. Algunas de las empresas que formaron en su momento AGRAGEX pertenecían a otra asociación, AGEX. Debido a las facilidades que dieron la Cámara y esta asociación, se incorporaron y así ha seguido. Ello no obsta para que en un momento determinado, y debido al peso que vayan teniendo las diferentes empresas o la forma en cómo se quiera dejar la asociación, esto no pueda cambiar en el futuro. Pero todavía está por verse.

JAIME HERNANI: La Cámara de Bilbao, en su labor de promocionar las exportaciones, crea en 1966 AGEX (Asociación de Exportadores de Vizcaya). Doce años más tarde, en 1978, alguien detecta que hay un grupo específico de empresas de maquinaria agrícola y nace AGRAGEX, la cual ha crecido más y se ha extendido por el resto de España.

¿Qué hace falta para ser socio de AGRAGEX?

P.R.: Ser fabricante perteneciente al sector de maquinaria agrícola, riego o ganadería, y querer ser realmente una empresa exportadora. Si esto no así, no tiene demasiado sentido estar en AGRAGEX. No es importante que se trate de una empresa grande o pequeña. Desde el punto de vista económico, lo que representa a la empresa (cuota de 140 000 ptas) es el mínimo que deben gastarse para empezar a exportar.

Determinadas empresas no tienen muy claro el esfuerzo que tienen que hacer en la exportación. Y exportar supone estar como mínimo dos años invirtiendo en un país concreto. Y la continuidad del esfuerzo a veces can-

sa y es donde alguien puede quedarse en el camino. AGRAGEX está evitando que esto ocurra con las ayudas que podemos conseguir a través del ICEX, la asociación que más dinero obtiene por peseta exportada dentro del sector de los bienes de equipo españoles.

¿Qué aporta AGRAGEX en temas paralelos al económico?

J.H.: El motivo principal de su existencia es la promoción exterior. Lo que pasa es que la asociación ha crecido, ha evolucionado, y lógicamente hay que mejorar y ampliar los servicios. Actualmente, aparte de la promoción exterior, para lo cual AGRAGEX controla todos los presupuestos públicos en España, ofrecemos asesoría legal a través de terceros y estamos consiguiendo como Grupo AGEX unas condiciones especiales en determinados servicios, como el seguro de crédito a la exportación. Recientemente hemos ofertado a nuestras empresas una segunda opción a la oficial, con precios muy especiales por el volumen de exportación total de nuestro Grupo AGEX. Hay muchísimas empresas que nos vienen a ofrecer

servicios con precios finales muy atractivos.

P.R.: Pretendemos dar otros servicios desde el punto de vista del fabricante. En el 97 negociamos con la Agencia Tributaria el IVA que soportan los agricultores en la compra de maquinaria agrícola, y de alguna ma-



EXPORTACIÓN”

nera conseguimos que en la modificación del sistema de módulos se incluyera la maquinaria agrícola, lo cual concede a los agricultores una serie de ventajas fiscales.

¿No sería un paso adelante de AGRAGEX en el futuro lograr que no sólo fuese una asociación para exportar, sino para algo más?

P.R.: Sería muy difícil. El espíritu de AGRAGEX es la exportación, para esto nació. Si nos adentrásemos en otros terrenos, los intereses de los socios podrían no ser los mismos. Una asociación mucho mayor de fabricantes de maquinaria agrícola, sí sería viable porque en este caso el fabricante es mismo que el exportador.

J.H.: Asociación de fabricantes sólo hay una: AGRAGEX. ANSEMAT funciona por los importadores, lo que pasa es que España es un país netamente importador de maquinaria agrícola: exporta cerca de 30 000 millones e importa 80 000.

¿Van a mantener la misma polí-

tica de actuación respecto a las convenciones anuales?

P.R.: La modalidad de “convención” la iniciamos hace dos años en Madrid y el éxito fue total. El año pasado firmamos un convenio bienal con Zaragoza para hacerlas con FIMA y en 1999 no sabemos dónde será, lo tendrá que decidir la Asamblea General.

¿Cuántas empresas estarán presentes en la convención de este año?

J.H.: 58 empresas de 17 países en la convención en Zaragoza los días 20 y 21 de abril, con visita a la Feria el día 22.

“Nuestro cliente se está dando cuenta de que España no es un país de pandereta y toros”

¿De qué manera se puede animar a un empresario a introducirse en mercados exteriores cuando el nacional se comporta de la forma que lo hace ahora?

P.R.: Las correcciones deben introducirse cuando las cosas funcionan, que es cuando puedes asumir el coste. Por ejemplo, ahora ha subido la demanda espectacularmente en España, lo cual es preocupante también porque habrá que ver qué pasa después, y ahora la gente se olvida de exportar. Hay que exportar siempre y en el momento que se plantea el reto de la exportación, se le debe dar la misma preferencia que al mercado nacional. No puedes desatender a uno en favor del otro, ni al revés. Se tiene que dar la misma validez a uno y a otro, aunque la rentabilidad no sea la misma. En el mercado nacional es mayor porque en la exportación quedan los ahorros en los costes marginales, que permiten la competitividad en tu país.

J.H.: La exportación en España se ha considerado siempre algo puntual

para liberar stocks o con problemas de mercado nacional, y no como algo

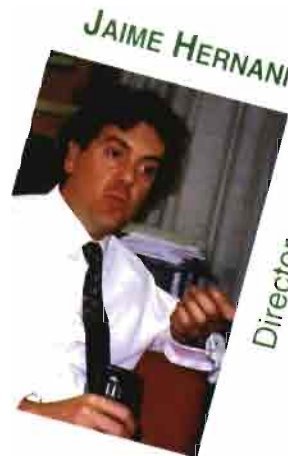
tradicional, como sucede en Italia, nuestro gran competidor. La exportación debería ser una venta más, que además diversifica riesgos. En España, además, tenemos un problema grave, no sólo en maquinaria agrícola: lo extranjero es mejor. Y en maquinaria agrícola, las empresas pequeñas, que son la mayoría socios de AGRAGEX, sin la exportación morirían. Y de hecho ellas mismas lo han compro-

bado. Una de las funciones de AGRAGEX en los últimos años ha sido convencer a los empresarios para que salgan. Con muchos nos ha

costado sangre, pero cuando han salido han comprobado que no es tan peligroso. España tiene que exportar y nuestro cliente, el importador, se está dando cuenta de que España no es un país de pandereta y toros. Fabrica, tiene buen precio y da un servicio post-venta mejor que el italiano, al que estamos quitando cuota de mercado constantemente. Si seguimos en esta línea ascendente, casi con toda seguridad dentro de diez años España se habrá “comido” a Italia.

¿Hasta qué punto sabemos estar mejor al pie del cañón?

P.R.: Yo comparo las empresas exportadoras con soldados de una guerra mundial. ¿Contra quién competimos? ¿Cuáles son los adversarios? Italia es el primero, Francia, Estados Unidos, Dinamarca, Alemania... los grandes fabricantes de maquinaria agrícola. Comparando con otros países, en España no estamos vendiendo sólo el producto maquinaria agrícola, detrás hay otro producto al que hay que poner calidad, precio, competi-



Director





Rifá y Hernani tienen estudiado hasta el último detalle. Así, han invitado a FIMA Ganadera a 56 empresas de los 17 mercados que más intereses ofrecen a la asociación, y que visitan España en Misión Inversa.

vidad, asistencia técnica, seriedad... y en esto algún país ha cedido terreno. Este otro "producto" es muy importante, y las empresas españolas han hecho el máximo esfuerzo para que acompañe al principal, pero no olvidemos que son dos los productos que vendemos.

Con referencia al mercado interno, ¿en qué medida obliga a sus asociados la actual coyuntura económica? ¿Les está obligando a ampliar sus instalaciones para atender mejor los mercados interno y externo?

J.H.: Varios asociados están cambiando fábricas, ampliando, porque sus ventas y exportaciones han crecido de manera importante y han dado el paso cualitativo de montar la empresa, pues el anterior nivel era el taller, sin considerarlo despectivamente. La maquinaria agrícola española nace en la mayoría de los casos de talleres familiares y para la zona donde viven. Ahora el crecimiento lo vemos, de hecho tenemos asociados que tienen delegaciones propias en el extranjero. En el mercado nacional, la opinión de muchas empresas sigue siendo que no se ha reactivado en determinados productos. Si le sumamos la política agrícola comunitaria, el futuro es muy negro en el mercado español. Por eso hay que salir, cada vez más. AGRAGEX ha pulverizado todos los records en el primer trimestre del 98, y, desde luego, para el segundo semestre tendremos que poner ya cupos en las empresas que llevamos a las diversas actividades, porque no podemos llegar a todas por problemas de presupuesto. Lo que nunca nos había pasado.

P.R.: Con los grandes baches que

hemos pasado los fabricantes de maquinaria agrícola, debemos crecer ahora con unos medios, de forma que cuando vuelva a venir el bache lo podamos absorber y no nos quedemos "colgados". Lanzarse a crecer en un momento como el actual, que en términos generales el consumo ha subido, hay que hacerlo con muchísima prudencia y no saltando al vacío.

Acaban de regresar de Expo-

“La exportación es un complemento muy importante del que dependerá en el futuro la vida de la propia empresa”

chacra en Argentina. ¿Qué planes tienen para otras ferias externas?

J.H.: 12 Ferias, 8 Misiones, 17 delegaciones inversas, Internet y el nuevo catálogo en preparación. Durante el primer trimestre hemos estado presentes en tres ferias: Méjico, Salónica y Argentina, donde hemos batido el récord de superficie ocupada española en metros cuadrados. Ahora tenemos las Jornadas en Zaragoza con nuestra Junta General y nuestra cena aniversario de los 20 años de AGRAGEX. El día 25 nos vamos con 15 empresas a Brasil, a Agrishow, una feria similar a Expochacra en Argentina pero en ta-

maño reducido. A la vuelta nos vamos a una feria para riego en Australia con 11 empresas. En junio tenemos Misión Comercial a Turquía y en julio a Méjico. Después del verano tenemos ferias en Marruecos, Alemania, Holanda, Italia, Corea; Misiones Comerciales a Polonia, Hungría, Senegal, Costa de Marfil e India. Además, para mayo va a estar el catálogo general de AGRAGEX en Internet, con lo cual cada empresa tendrá su propia página. Y para octubre tenemos que empezar la siguiente edición del catálogo.

P.R.: Cuando se está exportando tienes que pensar en la posibilidad de hacerlo a todas partes. En Islandia, por ejemplo, un país muy pequeño pero con su parte de Agricultura, nos hemos encontrado que desde el año 81, había dos firmas italianas de máquinas de cultivo del suelo homologadas por el Instituto de Mecánica Agraria. Esto es agresividad comercial: hay que pensar en todos los mercados.

¿Qué mensaje dirigirían a los fabricantes españoles que no pertenecen AGRAGEX?

P.R.: La exportación es un complemento muy importante, del cual en el futuro va a depender la vida de la propia empresa. Que hagan todo lo posible por exportar. Ahora lo tienen más fácil porque ha habido otras empresas que han creado una imagen buena y tienen una asociación estructurada. Pero siempre teniendo en cuenta que deben ser ellos quienes hagan el trabajo final.

J.H.: Que se hagan socio de AGRAGEX, porque la exportación es vender. Y si sales, seguro que tienes mercado. Pero hay que considerarlo una inversión, no un gasto. Todavía estoy esperando la empresa que ha seguido los pasos de dedicarle dos o tres años a esta aventura y se haya arrepentido. Además, agruparse en AGRAGEX nos daría más fuerza, no sólo ante los Ministerios. En la Feria de Zaragoza hay dos interlocutores, ANSEMAT, que tiene unos 15 000 metros, y AGRAGEX, con unos 7 000. Pero la Feria tiene 60 000, la mitad son extranjeros y aún quedan unos 20 000 m² españoles que si estuvieran respaldando a AGRAGEX nuestro peso sería otro. No son más que ventajas. 🍁