

LA DÉCADA

El replanteamiento en su estrategia empresarial, a principios de los 90, fue decisivo para que, en tan sólo una década, Talleres Gili se colocase entre las primeras marcas de maquinaria agrícola y en el quinto puesto entre los fabricantes de remolques. Su historia cambió cuando decidió reducir su producción a cubas, remolques y bañeras para, más tarde, expandirse en el mercado nacional.

Sus orígenes se remontan mucho tiempo atrás cuando, el padre de Jorge Gili creó su propio negocio de herrero en la localidad de Montgai (Lleida). Hace de ello más de 50 años. Consiguió hacerse con una nave de 300 m² en donde fabricaban carros, púas de labrar al fuego, barandillas, etc. Más tarde se trasladó a otro local de 2 000 m², pero pronto se quedaron pequeñas estas instalaciones.

Talleres Gili muestra una trayectoria empresarial ascendente, estrechamente vinculada a la especialización. Fue en 1990 cuando sus fundadores empezaron a darse cuenta de que podrían alcanzar el éxito si dejaban de fabricar palas, arados, rulos... para centrarse en la producción de cubas, bañeras y remolques. Esta elección no obedecía a ningún motivo en



concreto. *“Quizá nos dedicamos a esos productos porque eran los que más dinero manejaban”*, afirma Jorge Gili.

Poco a poco, los objetivos de la empresa se centraron en expandirse a otras comunidades autónomas. Hasta 1994 la venta había sido local, pero al ver que los resultados de la contratación de un representante en Manresa habían sido positivos, vieron la posibilidad de buscar otros en el resto de España y, así, abrirse al mercado nacional. *“Acudimos a la feria de Zaragoza porque consideramos que era un buen punto de enganche para coger gente nueva”*.

APERTURA A NUEVOS MERCADOS

La producción de remolques es uno de los mercados que, en apariencia, más competencia tiene. Pero esto

no ha sido un impedimento para Gili. *“Nosotros ocupamos el puesto número cinco entre los más de 400 fabricantes que hay en España. Es el reconocimiento de una labor bien hecha.*



GILI

PRODIGIOSA

Ofrecemos calidad en la máquina y seriedad detrás del servicio al cliente”, asegura Jorge Gili.

1998 fue un buen año para Talleres Gili, que vendió alrededor de 450 máquinas entre 3 y 30 toneladas. unas 200 de esas máquinas eran bañeras, 145 remolques y 150 cubas.

Este año, la falta de lluvias ha afectado negativamente a sus ventas. “La agricultura es el primer sector que ha notado la recesión y estoy seguro de que más adelante bajará el transporte, la construcción y casi todas las áreas. Nosotros, en Navarra, donde vendimos el año pasado dieciocho bañeras grandes, este año sólo hemos facturado diez”. Jorge Gili opina que, en general, ha habido cierta psicosis respecto a este tema. “Hemos compensado la bajada en algu-



nos mercados con la apertura de otros nuevos”, matiza.

DIFERENTES TIPOS DE CLIENTES

Respecto al tipo de cliente y a la evolución que ha seguido el mercado, Jorge Gili considera que “en España aún tenemos un agricultor pequeño” y que, por eso, “no es difícil de entender que muchos de nuestros clientes compren las máquinas a precio. Además, el remolque que nosotros hacemos es de campaña: 20 ó 30 días al año”. Sin embargo, el cliente de máquinas grandes “no mira tanto el precio, como la calidad, el servicio y la marca”.

El sector de las cubas, en la actualidad, tiene cierta disposición a distribuir el purín de forma aérea, aunque esté prohibido. “Aquí en Cataluña hay muchas quejas, pero la ley no está hecha. Los españoles, en general, somos muy prácticos y hasta que no

“Ocupamos el puesto número 5 en el mercado de remolques, entre los más de 400 fabricantes que hay en España”

nos meten el palo encima, no reaccionamos”, comenta Jorge Gili. Sin embargo, ese no es el caso de Talleres Gili que cuenta, desde hace siete años, con esparcidores que entierran el purín. Además, ha contratado a un ingeniero para que estudie otras posibilidades. El objetivo actual de las investigaciones es crear un aplicador de purín de discos, no de rejillas, como los utilizados en Italia y Alemania, que permita, además de poder enterrar el purín en los rastrojos, tirarlo en la pradera, en la alfalfa o en el prado mediante unos vasos al ras del suelo para que no se levante mal olor.





“Tenemos representantes desde el primer día, lo que demuestra que somos serios”

Talleres Gili es una de las empresas españolas más importantes en el sector de remolques.



demuestra que somos serios y que el trabajo que hacemos es bueno. El cliente quiere una buena marca y lo estamos logrando”, apunta Gili.

Entre sus planes de futuro no se encuentra potenciar el mercado del remolque pequeño “porque somos muchos fabricantes”, puntualiza. “En la bañera veo algo más de futuro porque somos dos pioneros y los precios que ofrecemos son bastante buenos. En este campo somos más competitivos”.

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y PRECIO COMPETITIVO

El éxito de Talleres Gili viene ligado tanto a la calidad de sus productos como al competitivo precio que les permite luchar por una importante cuota de mercado. Según Jorge Gili, “no todo es precio”. En su opinión, “tiene que haber algo detrás de la máquina porque, al fin y al cabo, las

cosas bien hechas triunfan”. Además, esta empresa cuenta con representantes desde el primer día “lo que



Las instalaciones han ido creciendo con el paso de los años, de acuerdo a la producción de la empresa.

“CAMINAR ANTES DE CORRER”

Aunque han transcurrido muy pocos años desde el despegue de la empresa, cuenta también con presencia en Francia y Portugal, si bien Jorge Gili reconoce que todavía no habían tenido tiempo para internacionalizarse. “Hay que caminar antes de correr”, afirma.

Talleres Gili dispone de una plantilla de 20 personas fijas para soldar, montar y pintar sus productos. Los componentes los compran ya hechos, con la placa conformada y cortada. Hace año y medio crearon una nueva instalación de 6 000 m² porque las que tenían se habían quedado pequeñas. “Hemos comprobado que necesitamos todo ese espacio y que, incluso, nos vendrían bien 8 000 metros”.



Talleres Gili es una de las dos empresas pioneras en la venta de bañeras, producto en el que se han especializado, al considerar que es el que ofrece mejores perspectivas de futuro. Respecto al remolque pequeño, las previsiones no son tan favorables porque son muchos sus fabricantes y, por lo tanto, mayor la competencia. ♠