

MARCOPLAN

Empresa de servicios para los mercados sudamericanos

“Nuestro objetivo es ayudar a las empresas europeas a establecerse en Brasil”

Uno de los mercados que ofrece mayores perspectivas de crecimiento es el brasileño. Un país en expansión con amplias superficies agrícolas que se convierten en un reclamo para los inversores extranjeros, entre ellos los europeos. Marcoplan es una empresa que dirige sus servicios a facilitar el asentamiento y la expansión en Brasil del capital procedente del exterior, que busca su desarrollo en diferentes sectores, entre ellos el agrícola.



Si descubrir nuevos horizontes de mercado en otros países siempre resulta complicado, más aún lo es, si cabe, cuando el reto surge en un continente tan distante como América. Cada vez son más las empresas españolas especializadas en la fabricación de maquinaria agrícola que dirigen sus objetivos hacia países que ofrecen importantes perspectivas de crecimiento y desarrollo.

Brasil es uno de los mercados agrícolas más importantes del mundo. El escaso desarrollo que ha mostrado hasta el momento y su ilusión por crecer, evolucionar y situarse en una posición más importante, abre importantes oportunidades de negocio. Su amplia superficie de cultivo, donde se alcanzan notables producciones en determinadas zonas, se estima que aún debe crecer un 30% más. En este sentido, ciertas deficiencias muestra-

das en el sector ganadero también podrían suponer la transformación de muchas superficies.

Brasil dispone de una vasta extensión de terreno agrícola donde la mecanización aún se encuentra en estado ‘florecente’. La fortaleza de algunos fabricantes locales y las particularidades de un mercado tan específico, requiere, en muchas ocasiones, el asesoramiento de expertos que conozcan en profundidad las peculiaridades del comercio y ayuden al capital extranjero a encontrar las vías de expansión más interesantes.

Marcoplan es una empresa que trabaja en varios sectores, entre ellos el agrícola, a los que ofrece la organización de ferias, eventos, participación de empresas en certámenes, todo tipo de informaciones útiles, etc. “Nosotros ayudamos a esas empresas que vienen a Brasil a ampliar su negocio, su participación en el mercado, y descubren que algún tipo de producto no se puede vender por teléfono”, explica su director, Pablo Manopella, que descubre algunas de las claves del éxito en aquel mercado. “Hay que hacer asociaciones, tener representantes, muchas veces esos productos hay



Pablo Manopella (izda.) y Andrea Batazzi, responsables de Marcoplan.

que manufacturarlos en Brasil, y para eso es necesario encontrar un socio, distribuidor o representante. Algunas empresas han tenido grandes dificultades en este sentido porque se han encontrado con empresas que no son lo que dicen ser”.

Para una empresa europea que quiera establecerse en la zona, el primer paso es conocer los productos que debe comercializar, y a continuación seguir una serie de procesos. “Realizar un análisis de mercado, averiguar si se vende al por mayor o al por menor, cómo se distribuye, el precio de los competidores, en fin, un estudio para situarlo”, explica Manopella. “Muchas veces el fabricante tiene una idea más o menos concisa de lo que es este mercado y de lo que se hace. Luego, necesita identificar alguna empresa que le pueda ayudar a la introducción de sus productos. En definitiva, buscar un partner adecuado, capaz de ofrecer los servicios que pueda demandar el cliente”.

Gracias al acuerdo que mantiene con la empresa Multired Service, Marcoplan también ayuda a las empresas brasileñas a exportar sus produc-

tos en otros mercados. “Se trata de un intercambio que permite a ambas firmas ampliar sus posibilidades de cara a sus respectivos clientes”, subraya Manopella.

Aunque su campo de trabajo se extiende a otros países sudamericanos, Marcoplan tiene su sede en Brasil “por disponer de una mano de obra más barata y también por motivos fiscales”, reconoce su director. “Muchas empresas están abandonando las empresas en Argentina y estableciéndose en Brasil, sobre todo porque hay algunos municipios, como por ejemplo Mato Grosso, que dan terreno, líneas de crédito, y ayudan a las empresas a empezar”, añade. ■

Agrishow, punto culminante

Una de las principales actividades que organiza Marcoplan es el Agrishow, la gran feria de la maquinaria agrícola que este año se celebrará del 16 al 21 de mayo en Ribeirão Preto. Es un certamen de suma importancia, con más de 150 000 visitantes, y que busca su expansión, no sólo en Sudamérica, sino también en otras zonas del planeta. Para su desarrollo en Europa, Marcoplan ha establecido un acuerdo con la empresa Multired Service, que es la representante del Agrishow en el ‘viejo continente’. Ambas han elaborado una serie de actuaciones, como un programa de aproximación de PYMES a América Latina y un proyecto para una rueda de negocios sectorial y tecnologías agrarias en el que tomarán parte empresarios de distintos países europeos junto con otros del centro y sudamérica. “Esto contribuirá a una mayor internacionalización del Agrishow”, destaca Manopella.

