



AGRISHOW 2006 (15-20 de mayo - Ribeirão Preto, São Paulo)

EL MAYOR EVENTO AGROPECUARIO DE AMERICA LATINA

Más de 140 000 visitantes, de los cuales al menos 4 000 extranjeros, más de 600 empresas expositoras (10% del exterior), más de 1 200 demostraciones dinámicas y cerca de 2 500 marcas, en un área total superior a las 240 hectáreas, son algunos de los números que hacen que la Feria Internacional de Tecnología agrícola de Ribeirao Preto, Agrishow, sea el mayor evento agropecuario de América Latina y uno de los tres mayores del mundo.





La 13ª edición del Agrishow-Ribeirão Preto se llevó a cabo entre los días 15 y 20 de mayo, en el Polo Regional de Desarrollo Tecnológico de Agronegocios del Centro-Este. Contó con una participación con stand de países extranjeros. China, que lo hizo por primera vez en la feria de 2005 con 12 empresas, tuvo dos pabellones con más de 20 empresas. Italia también tuvo representación, con 25 empresas y la participación del ICE (Instituto Italiano para el Comercio Exterior) agencia del gobierno italiano dedicada a la promoción de intercambio comercial entre Italia y los demás países, y UNACOMA (Asociación Italiana de Constructores de Maquinaria Agrícola). Esta es la séptima edición de Agrishow con presencia de Pabellón de Italia. De

acuerdo con el ICE, son fabricantes de maquinaria, equipamientos, componentes y accesorios para la agricultura. En este segmento, Italia es líder mundial por la diversidad de piezas fabricados y en segundo lugar en facturación, por detrás de EEUU.

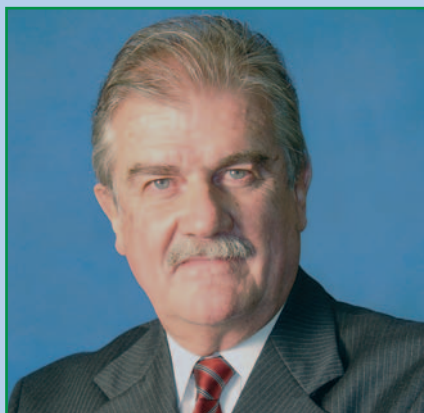
Además de China e Italia, en el Agrishow también tuvieron pabellones de Argentina, EEUU, Inglaterra, y por primera vez, México, representados por la Secretaría de Desarrollo Económico. "Eso sin contar con los innumerables participantes extranjeros que circulan por la feria diariamente, además de los periodistas que llevan informaciones por todo el mundo para difundir el evento", como el caso de AGROTECNICA, única revista española y una de las dos europeas invitadas.



■ Agricultura familiar

El Agrishow de 2005 ya comenzó a ampliar espacio destinado a los pequeños agricultores. En 2006 se amplió mucho más. El motivo fue el gran éxito conseguido el año pasado, cuando unos 20 000 visitantes, pequeños agricultores, estuvieron en la feria. Este año se repitieron las demostraciones dinámicas y se incentivaron negocios con las instituciones bancarias, utilizando líneas de crédito especiales para ellos. Con acciones de este tipo, el Agrishow demuestra que

no sólo es una feria para grandes agricultores. Todos los productores tienen espacio y son importantes para el éxito de la feria. La agricultura familiar gana más atención cada año. De acuerdo con el Ministerio de Desarrollo Agrario (MDA), más de 40 000 agricultores familiares brasileños modernizan sus propiedades, adquiriendo maquinaria y equipamientos que posibilitan mayor productividad y más rentabilidad, utilizando líneas de financiamiento de Pronaf (Programa Nacional de Fortalecimiento de la Agricultura Familiar).



Sergio Magalhaes,
Presidente del Sistema Agrishow.

■ Líneas de financiación

Una de las circunstancias diferenciadoras con respecto a las ferias europeas, y que por ello hacen de esta feria algo especial, es la posibilidad de negociar y obtener una línea de crédito directamente con el banco en el stand de la marca y producto elegido.

Cinco instituciones financieras estuvieron presentes en Agrishow 2005. Banco do Brasil, Bradesco, Santander/Banespa, Unibanco y Nossa Caixa. Llevaran líneas de crédito para financiar máquinas y equipamiento agrícola. Esto deberá dar un impulso al sector. "Una ventaja de este evento es que son contemplados de la misma manera los pequeños agricultores como los grandes, aquí la tecnología está a disposición de todos," afirma Sergio Magalhaes, Presidente del Sistema Agrishow.

"El año pasado abrimos espacios para la Bioenergía con gran éxito. Este año, motivamos la presencia de industrias que invierten en azúcar y alcohol, el mayor negocio del momento y con mayores perspectivas para el futuro," añade Sergio Magalhaes. Por ello, se plantaron grandes campos de

caña de azúcar para realizar demostraciones de recolección. "En Brasil avanza muy rápido el sector azucaralcoholero. Este crecimiento envuelve un necesario aumento de productividad a todos los niveles. El Agrishow quiere dar a la caña de azúcar la representatividad que la cultura se merece" explica Sergio Magalhaes.

Además de la caña de azúcar, el Agrishow de Ribeirao Preto 2006, agrupó máquinas, equipamientos, productos y servicios para las más diversas actividades productivas, como la naranja, café y otro tipo de cultivos. De la misma forma, la agricultura del pequeño empresario estará bien representada, con proyectos de olericultura, entre otros, además de una ronda de negocios de 'Proyecto Comprador', donde se reúnen compradores-exportadores de otros países para crear oportunidades de negocio, con el apoyo de Apex (Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones). La función básica del certamen es abrir un espacio para las nuevas tecnologías de agronegocio, en todas sus proporciones. "El Agrishow tiene ese perfil y en 2006 ha ampliado su dimensión," comenta Sergio Magalhaes.



NEWTON DE MELLO

Presidente de ABIMAQ

“Es un momento muy propicio para que los fabricantes españoles expongan sus productos en Brasil”



Newton de Mello es el Presidente de la Asociación Brasileña de Industria de Maquinas y Equipamientos (ABIMAQ), que organiza junto con el Agrishow la Feria de Maquinaria Agrícola en Ribeirao Preto, Sao Paulo.

¿Se han cumplido las expectativas del Agrishow 2006?

El Agrishow ha cumplido su 13ª edición, y siempre aporta novedades e innovación en la tecnología agrícola. Siempre fue bueno para el visitante ver las máximas demostraciones. Hemos realizado muchos esfuerzos para que las demostraciones dinámicas se realizaran con una ingeniería agronómica y que se puedan observar cultivos de algodón, caña de azúcar, maíz, soja... y todo ello se pueda ver en el campo con las máquinas apropiadas trabajando en directo, sembrando, recogiendo, etc. Es decir, un proceso completo. También se han efectuado demostraciones de neumáticos para montar los modelos apropiados en tractores. En total se realizaron más de 1 200 demostraciones en campo. Otra característica del Agrishow es su capacidad para mostrar el mayor número de máquinas. Sabemos que el sector está

en crisis en Brasil, el valor del dólar sigue invariable y la industria brasileña ha perdido competitividad en el mercado internacional, pero la variedad de cultivos que tenemos hace que algunos sectores tengan un buen momento productivo. Por ello, lo que ahora destaca es la caña de azúcar, que tiene una cotización muy buena. En este sentido, es la primera vez que se expone una plantadora de caña de azúcar automática.

Otra característica del Agrishow es que no nos focalizamos en el agricultor grande, gran propietario de terrenos agrícolas y extensiones, cada vez más nos dirigimos a la agricultura ‘familiar’. Para ello, se ha realizado un esfuerzo grande para desplazar a 26 000 agricultores ‘familiares’, muchos de ellos por dificultades económicas, no tienen capacidad para trasladarse desde zonas alejadas. También se han organizado visitas guiadas de universidades, lo que ha supuesto un total de 170 autobuses diarios.

¿Qué espera conseguir un expositor del Agrishow y qué espera encontrar?

Las principales empresas agrícolas brasileñas son fuertemente exportadoras, con el 30% o 40%

de su producción. Por otro lado, estamos buscando siempre empresas extranjeras, de hecho, tenemos un pabellón de expositores italianos en la feria. Tenemos también expositores chinos y de otros países que ofrecen sus productos aquí, lo cual sirve como complemento tecnológico para los visitantes del Agrishow. Algunos de ellos establecen acuerdos comerciales con productores locales.

Para un fabricante europeo, y español en particular, acceder a un mercado como éste resulta muy difícil por el elevado nivel de proteccionismo existente por parte de la administración brasileña. ¿Esto puede dificultar en cierta forma una mayor expansión internacional del Agrishow?

El tema de las tasas y a los impuestos es algo de lo que se habla mucho en Europa, y España en particular. Debo decir que los productores brasileños también pagamos ese impuesto. Todos los impuestos que son aplicados sobre la importación de una máquina española, por ejemplo, nosotros como productores también los tenemos que pagar. Por tanto, no es un tema de proteccionismo, el único impuesto que tenemos es un impuesto de importación, la aduana, impuesto nominal de Brasil que es el 14% para máquinas. Los que los productores brasileños pedimos al Gobierno es no cobrar impuestos menores para las importaciones. Otro punto importante es la devaluación del dólar: el año pasado un 16%, este año otro tanto, y ese impuesto de importación del 14% se diluyó. Los productores españoles de máquinas agrícolas pueden beneficiarse en estos momentos y mostrar sus productos aquí, porque tienen también un grupo de clientes ya establecidos, una referencia, es un momento muy propicio.

El año en Brasil no está siendo bueno. ¿Estamos en un momento de crisis o en un ciclo?



Pienso que es un ciclo. Brasil buscó equilibrar sus cuentas y nivelar la inflación, creo que el real deberá recuperarse, es un proceso lento, pero seguramente crecerá. Los métodos de producción se mejorarán y un punto muy importante es el tema de los biodiésel como alternativa al petróleo. La soja, un producto en el que Brasil tiene grandes productores, puede cobrar protagonismo porque ofrece un ahorro importante y de momento no se está trabajando con fuerza en su exportación.

Brasil es un país privilegiado en su naturaleza y tiene un gran potencial agrícola. Por ejemplo, la soja producida en el Estado de Mato Grosso es un 20% más productiva que la que surge en el de Illinois (EEUU). La producción por hectárea de Mato Grosso es un 10% mayor que la producción por hectárea en Illinois, y el 24% mayor que la soja producida en Córdoba (Argentina). Aquí las condiciones naturales son básicas, realizamos siembra directa. Las irregularidades del terreno, al tener mucho desnivel, propiciaron un avance en tecnología; fantástico, las tierras son tremendamente fértiles, con máquinas robustas y articuladas, adaptadas a nuestro relieve topográfico.

El gobierno está potenciando la agricultura 'familiar', en parcelas más pequeñas, y para ello, sería necesario un tipo de maquinaria adaptada a las nuevas dimensiones.

Sin duda, es un buen momento para animar a las empresas españolas de fabricación de maquinaria mediana para exponer en el Agrishow. Ese tipo de maquinaria sería un éxito total, Europa tiene este concepto para esta agricultura 'familiar' en su maquinaria, las máquinas de fertilizantes o plantadoras son demasiado grandes para los mercados europeos, pero la maquinaria europea puede tener un papel relevante en el desarrollo de este tipo de cultivos.



RUBÉN BLANCO

Gerente de Bras Cab do Brasil

“Tratamos de crear un nicho de mercado en el que seamos competitivos, en precio y calidad”



Bras Cab do Brasil es un fabricante de cabinas y componentes para máquinas agrícolas y viales. Instalados en Curitiba desde el año 2000, comenzó de actividad en Argentina en 1982, también dedicados al diseño y fabricación de cabinas.

¿Cómo se inició Bras Cab?

Bras Cab se inició en Brasil como consecuencia de haber desarrollado productos en Argentina para el mercado de Brasil y de ahí la necesidad de instalarnos para que el producto fuera 100% nacional.

¿Cómo se ha ido posicionando en el mercado brasileño?

Gozamos de una posición importante, pero nuestros objetivos van más allá y activamos la necesidad de buscar otros horizontes y clientes de Chile, Bolivia, Uruguay, Perú, Paraguay, y mantener un trato más estrecho con Argentina, aunque

las condiciones del mercado hoy como consecuencia de tener un dólar, mejor dicho, un real brasileño muy revalorizado, nos complica para llegar a un buen precio competitivo a nivel internacional.

¿Cuál es el cliente principal al que se dirigen?

Bras Cab está orientado fundamentalmente a tres mercados. Atendemos a los fabricantes de maquinas agrícolas, sobre todo en la parte de pulverización, ya que utilizamos fibra de vidrio en nuestras cabinas, lo que hace tener una ventaja muy importante de nuestros productos en rela-



ción a los construidos en acero, por la excelente resistencia a la corrosión. Otra área es la que esta dedicada a la fabricación de cabinas de tractores, para el mercado de reposición, con ventas a través de los concesionarios. Y, por último, atendemos el mercado de máquinas viales. Tratamos de crear un nicho de mercado en el que seamos competitivos, en precio y en calidad, las cabinas de Bras Cab cuentan con una terminación de calidad muy elevada en relación a nuestra competencia.

¿Qué servicio tienen y tiempos de entrega con el cliente?

Ese servicio se maneja directamente de fábrica, contamos con un amplio stock de todos los elementos que utilizamos, y tratamos de ofrecer un buen servicio al cliente, que es el pilar fundamental de nuestro trabajo.

Dada la baja situación que esta atravesando el mercado brasileño, ¿qué alternativas están barajando?

Continuamos atendiendo el mercado de cabinas agrícolas, pero buscamos alternativas en la fabricación de cabinas para máquinas viales e industriales, mejorando la calidad y eficiencia de cargadoras, elevadores, donde la protección del operador siempre ha sido deficiente o precaria.



¿Cómo se estructura la empresa?

Es una empresa de tipo familiar, en la que queremos lograr la máxima eficiencia y flexibilidad. Contamos con un seleccionado plantel de funcionarios altamente capacitados, distribuidos en la parte administrativa, técnica y productiva, contando esta última, con un área de plásticos reforzados, un área metalúrgica, y la sección de montaje final de las cabinas. Con la estructura actual, podríamos fabricar aproximadamente 40 cabinas mensuales, pero tenemos una empresa flexible y dinámica que nos permite adaptarnos a las necesidades del mercado, y asumir cualquier compromiso.

¿Qué le parece el Agrishow y su desarrollo?

La feria está tomando un pulso cada vez más internacional. Ya no es una feria típicamente local, tuvimos muchas consultas, no sólo en interesados de países limítrofes, sino también de empresas de Sudáfrica, Francia y EE.UU. La feria sigue siendo muy interesante e importante, aunque el poder adquisitivo del visitante no es el mismo que el de otros años. Pensamos que es la feria más importante de Brasil, por situación geográfica, internacionalización y mercado agrícola. Hay más diversidad de productos: caña de azúcar, café, cereales, pecuaria y además está bastante próxima al potencial industrial que significa Sao Paulo. ■

 **BORJA MENDIETA**

