

En una entrevista realizada para el boletín informativo de SMOPyC 2005, el Director Gerente de ANMOPYC da sus impresiones sobre el certamen y la evolución del sector

JORGE CUARTERO HABLA SOBRE SMOPyC 2005

¿Cómo valora la situación actual del sector español de la maquinaria para la construcción, obras públicas y minería y qué perspectivas se barajan en el medio plazo?

En los últimos años la construcción ha mantenido unos ritmos de crecimiento realmente impresionantes. En 2003 la cifra de negocios del sector alcanzó los 124.000 millones de euros, lo que significa un aumento del 5.4% comparando con las cifras del 2002 según El Instituto Español de Ingenieros Civiles. Sirva como ejemplo, que en el periodo entre julio 2002 y junio 2003 se comenzaron 686.429 nuevas viviendas, 14.5% más que en el mismo periodo un año antes, lo que supone un record histórico en construcción residencial. Las cifras de consumo de cemento (uno de los indicadores de la actividad del sector más importantes) también hablan de la situación extraordinaria por la que atraviesa el sector. Así entre agosto 2003 y Agosto 2004 se consumieron 47.3 millones de toneladas en España, un 4.5% más que el año anterior.

La maquinaria de construcción, obras públicas y minería no ha sido ajena a esta situación. De esta manera en los últimos años se ha producido un incremento continuo de las ventas del sector ante las existentes necesidades de maquinaria, equipos y elementos para poder hacer frente a todo este volumen constructivo. No obstante los últimos datos muestran una cierta desaceleración del sector sobre todo en cuanto a construcción residencial se refiere, aunque parece que será bastante moderada a medio plazo al esperarse un buen comportamiento del sector de ingeniería civil y de las actividades de reparación y rehabilitación.

Por sectores, ¿cuáles son los mejor posicionados?

Posiblemente los sectores mejor posicionados actualmente dada la situación actual y las previsiones de futuro de nuestro sector son la maquinaria relacionada con el hormigón, construcción de carreteras, elevación, demolición, reciclaje y manutención. Existen no obstante todavía grandes oportunidades para el resto de sectores como la maquinaria ligera y el sector del andamiaje y encofrado ya que aunque se espera una desaceleración de la edificación civil, el sector seguirá todavía manteniendo gran parte de su actividad.

En cuanto al sector exterior, ¿qué mercados aparecen como los más interesantes?

Los países que recientemente se han incorporado a la Unión Europea significan una gran oportunidad para nuestro sector. La futura entrada de fondos comunitarios para el desarrollo de nuevas infraestructuras y para facilitar la modernización de estas economías generarán una gran demanda de maquinaria para construcción, obras públicas y minería. Nuestras empresas tienen que estar allí y no dejar pasar esta oportunidad. La zona del Magreb y Oriente Medio también son vistas por nuestros fabricantes como áreas de gran potencial futuro. Estados Unidos es la gran asignatura pendiente del sector aunque las oportunidades de este mercado son enormes tanto por su tamaño como por su desarrollo económico. Finalmente se espera que la recuperación económica de Latinoamérica y del Sudeste Asiático impulsen las exportaciones de equipos a estas zonas, las cuales se encuentran a niveles muy bajos tras las crisis vividas en los últimos años.

¿Cómo afronta el sector la entrada en el mercado asiático?

El mercado asiático, especialmente China, representa una gran oportunidad de negocio para nuestro sector. A pesar de la crisis generalizada que atravesó la zona a finales de los 90, los países del sudeste asiático siguen siendo muy interesantes ya que no solo cuentan con unas cifras poblacionales muy elevadas sino que además se encuentran inmersos en un proceso de desarrollo considerable. Actualmente estos países están recuperándose poco a poco de la crisis, reciben también unas cantidades importantes en cuestión de inversión extranjera con lo que las perspectivas económicas empiezan a ser positivas. Caso aparte es el de China, que más que una promesa futura es ya una realidad presente. China se ha convertido en uno de los principales fabricantes mundiales en prácticamente todo, aunque sus necesidades son tan grandes que todavía existen posibilidades para los fabricantes españoles.

Sin embargo nuestros fabricantes que desean exportar a dichos países se enfrentan a una fortísima competencia, no solo de los principales líderes mundiales, sino también y cada vez más de empresas fabricantes locales que han proliferado y avanzado muchísimo en los últimos años. La distancia, no solo física sino también cultural, dificulta enormemente la ya de por sí complicada labor de la exportación.

¿Qué iniciativas lleva adelante ANMOPYC al respecto?

En los últimos años y junto al Instituto Español de Comercio Exterior hemos intensificado nuestras acciones de promoción en estos mercados. De esta forma cabe mencionar nuestra participación en las ferias más importantes de la zona como Baucon de Singapur y de La India, Bauma China, Cemat Asia, Bices, etc. Además junto con las Oficinas Comerciales de España en estos países hemos organizado numerosas misiones comerciales cubriendo un gran número de países como China, Singapur, Australia, Indonesia, Tailandia, Vietnam, Filipinas, Malasia... China por ejemplo esta siendo nuestra gran apuesta en los últimos años, de forma que actualmente organizamos unas 3 actividades de promoción en este país por año, lo cuál no ocurre con ningún otro del mundo, ni siquiera con EE.UU. otro de nuestros mercados objetivo.

En su opinión, ¿qué estrategias empresariales son las adecuadas para ganar en competitividad?

Por nuestra propia naturaleza somos unos grandes defensores de la internacionalización de las empresas no solo con el fin de ampliar mercados sino también bajo el convencimiento que un entorno de mayor competencia es el mejor estímulo para que una empresa gane en competitividad. Por supuesto en nuestro sector es importante la inversión en I+D+I para la obtención de nuevos productos y mejora de procesos y también es vital el aportar cada vez más valor añadido en el producto a través por ejemplo de mayor y mejor servicio post-venta, resolución de problemas de manera individualizada, etc.

Por último, ¿cómo valoraría la trayectoria de SMOPYC y su incidencia en los negocios de las firmas expositoras?

El certamen SMOPYC ha tenido una trayectoria realmente impresionante en los últimos años de forma que es hoy en día uno de las citas ineludibles a nivel mundial. Tanto el crecimiento en número de expositores y visitantes así lo indica. Especialmente importante es el crecimiento experimentado de visitantes extranjeros, a lo cual ANMOPYC ha contribuido notablemente a través de la organización de misiones inversas coincidentes con la celebración de la feria, beneficiando y mejorando la presencia internacional de los expositores. Es indudable que un certamen del tamaño y el prestigio de SMOPYC supone numerosas oportunidades de negocio para las empresas que allí exponen, para ello solamente hay que observar el crecimiento que esta feria está experimentando en sus últimas ediciones.