



Equipamientos Marroquinería



Ibertec



Troquelche

calzado, y su opinión no puede ser más optimista: "Teniendo en cuenta que a la feria acuden sólo profesionales, el número de visitantes aumenta substancialmente en cada edición. Una buena prueba la tenemos en Maquinaria para el Calzado, sector que únicamente expone en la feria con una periodicidad bianual, y que en esta última edición ha incrementado en dos mil las visitas recibidas en comparación con el certamen de hace dos años". Respecto a la procedencia de los visitantes interesados en los productos de Troquelme, el gerente nos manifiesta que "atendimos a compradores de La Rioja,

también de Toledo, Andalucía y Baleares. Del exterior tuvimos visitas básicamente de los países del norte de África". Para concluir, Diego Antón nos expresa que en general los expositores están muy satisfechos con los resultados obtenidos en Futurmoda y que, de hecho, su número aumenta en cada edición.

En el Área de la Industria Auxiliar, estaba ubicada la exhibición de Ibertec Sistemas SA, con más de trescientos cincuenta metros cuadrados de superficie. Según el gerente de la firma, Antonio Ferrante, las fechas en que se celebra el certamen no son las más indicadas para generar volumen de negocio; "Futurmoda cae justo después del Simac de Bolonia, por lo que fallan expositores y, muy especialmente, compradores que ya se han puesto al corriente de las novedades en la feria italiana", puntualiza. En esta ocasión, Ibertec presentó sistemas operativos de la gama CAD y CAM, para diseño y fabricación asistidos por ordenador; también seis o siete máquinas distintas para cada uno de los sectores en que la empresa se especializa: calzado, marroquinería, muebles tapizados, automóviles y otros de la piel. Un interés especial despertaron las máquinas de corte automático para la piel en calzado y marroquinería, según nos informa Antonio Ferrante, quien a continuación nos da su opinión sobre la actual coyuntura: "Se está viviendo un momento de incertidumbre. Se sabe que hay una crisis estructural, pero los fabricantes todavía no ven con claridad de qué manera atajarla. Sin embargo el potencial existe, así como también existen enormes mercados privilegiados para productos con un alto valor añadido, donde nuestras empresas podrían situarse en una posición excelente con la bandera del "Made in Spain". Habrá que tomar conciencia de que la solución pasa por reconvertir y optimizar los recursos humanos y dotar-

les de lo último en tecnología; de esta manera aumentaría sensiblemente el valor añadido de nuestros productos y disminuirían sus costes de producción. También es imprescindible aplicar los fundamentos de marketing, muy extendidos en otros los productos que apelan a la emotividad como factor primordial de compra, que son fundamentales para alcanzar el éxito".

Seguimos en el área de la Industria Auxiliar, donde hicimos un alto en el stand de Equipamientos Marroquinería, que en esta ocasión presentó nuevas versiones de máquinas de encolado y de acabado de cantos, tanto para calzado como para marroquinería. El gerente de la firma, Paco Ibarra, nos habló sobre los resultados de la feria: "Considero que han asistido menos visitantes, sin embargo se trataba de profesionales muy interesados en los productos. Nos han llegado clientes de toda España, especialmente de la Comunidad Valenciana y Arnedo, pero se han hecho pocos nuevos contactos". Respecto a la organización del certamen, la opinión del gerente es positiva. "La falta de volumen de negocio no es atribuible ni a las características de la feria ni a las fechas en que se celebra. Es del dominio público que el sector está en crisis. A los fabricantes les faltan pedidos y, en estas condiciones, no pueden renovarse tecnológicamente; esto significa producir con costes más elevados y, por tanto, ser menos competitivos. Esta coyuntura no es sólo consecuencia de la importación asiática, también lo es del descenso del poder adquisitivo del ciudadano", nos expuso Paco Ibarra, quien finalmente nos comentó su estrategia para afrontar la crisis: "Ampliamos constantemente nuestra gama de productos e incluso incursionamos en otros sectores. Sólo diversificando la oferta tenemos una oportunidad de negocio continuada".