



Como explica Alfonso Garrido, CEO de la empresa, Symaga Group fue fundada por la familia Garrido en 1985 y su principal actividad es la fabricación y el diseño de silos metálicos de acero galvanizado para almacenamiento de grano. Los silos de Symaga han llegado a países como Jordania, Niger, Papau Nueva Guinea, Bostwana, Guinea Ecuatorial e Islas Vírgenes, estando presentes en más de 145 países.

Garrido relata que el inicio de la pandemia supuso, como a todas las empresas, un periodo de incertidumbre y un freno violento de los pedidos de los clientes, que afortunadamente se recupera a finales de 2020. “No obstante, la mayor dificultad para nuestra empresa vino por la parte del suministro del acero, que ha afectado a todo el sector”, concreta el CEO de Symaga que indica “a principios de 2021 se ralentiza el suministro de las compras efectuadas con anterioridad a la crisis”.

Esta situación afecta a la cartera de pedidos en curso que sufre retrasos de entrega y una subida de los costes que tiene que absorber la empresa. “Desde mediados del año 2020 hasta mediados de 2021 el acero galvanizado, que es la materia prima que usamos para la fabricación de silos, depósitos metálicos y postes de viña duplicó su precio”.

Además, a la crisis de la materia prima se sumó la crisis de logística internacional, que ralentizó la entrega de los pedidos y encareció todas las operaciones de la empresa. “Nuestros productos, los silos, el poste y el depósito han subido el precio, pero no se ha repercutido totalmente la subida para evitar la caída de la demanda y así poder mantener el empleo y la estabilidad”, explica Alfonso Garrido, que añade que “las empresas del sector, y por supuesto Symaga, tienen que absorber parte de esta subida, mermando el margen de beneficio. Este esfuerzo de las empresas ha mantenido el mercado e incluso ha permitido el aumento de las operaciones. El 2021 finalmente nos ha dejado unas cifras positivas aumentando un 15% la producción y con una facturación de 60 millones de euros”.

De cara al futuro, Garrido apunta que “el comienzo del 2022 mantenía la inercia del 2021, pero la guerra de Rusia y Ucrania vuelve a desestabilizar el mercado de la materia prima y de todos los mercados. El panorama internacional es incierto y dependerá totalmente del desarrollo del conflicto”.

El grueso del incremento de las exportaciones en la provincia de Ciudad Real se concentró en el sector de Productos Industriales y tecnología. Sin embargo en el resto de grandes sectores también aumentó. El sector de Bebidas representa el 27,2 por ciento de las exportaciones de la provincia y el año pasado creció un 4,8% hasta un total de 641 millones de euros.

Por otro lado, el sector Agroalimentario exportó por valor de 329 millones de euros, un 15 por ciento más que en 2020, y representa el 14,0 por ciento de las exportaciones provinciales. Por último el sector de Bienes de Consumo exportó por valor de 36 millones de euros, un 24,2 por ciento más que el año anterior, y representa el 1,6 por ciento del total de exportaciones de Ciudad Real.

El Progreso

El sector de Bebidas contó el año pasado con 408 empresas exportadoras (108 durante cuatro años consecutivos). Una de ellas fue la Cooperativa El Progreso de Villarrubia de los Ojos, que exporta anualmente entre el 50 y el 60 por ciento de su producción de vino. Su presidente, Jesús Julián Casanova, explica que durante 2021 se recuperaron poco a poco los niveles de exportación de prepandemia.

La llegada del covid provocó en El Progreso una reducción de las ventas y de exportación y, como indica Casanova, la evolución del mercado del vino ha estado muy ligada a la evolución de las distintas olas del virus. El verano de 2021 se registró un importante incremento de la exportación y tras un diciembre y enero que suelen ser meses malos, ahora ha repuntado de nuevo.

Casanova explica que toca seguir trabajando para aumentar la cuota de mercado y opina que 2022 puede deparar un crecimiento moderado, sobre todo en producto envasado y en zonas como Europa, Estados Unidos y Sudamérica. En este sentido el presidente de El Progreso apunta que en algunos mercados está

costando más recuperar las cifras prepandemia, sobre todo en aquellas zonas donde el vino no es un producto cultural. “Así todavía no hemos recuperado toda la reducción en Asia, pero por otro lado hemos podido crecer en Europa y Estados Unidos”.

Uno de los principales problemas en estos tiempos para El Progreso, como para el resto de empresas, ha sido el encarecimiento de las materias primas. “Nos ha subido todo, y aunque el IPC haya sido del 6 por ciento, para nosotros el aumento del precio de las materias primas a nivel operativo ha sido de más del 20 por ciento”.

En este sentido la empresa ha tenido dificultades para aprovisionarse de materias primas esenciales. “Por ejemplo, tenemos retraso para el cartón y, aunque podemos conseguir botellas, antes podíamos elegir entre veinte referencias y ahora sólo entre ocho o diez”.

De cara al futuro El Progreso es optimista en seguir avanzando en su internacionalización y superar todas las dificultades de aprovisionamiento que pueda encontrar.

Nico Jamones

En 2021 un total de 297 empresas del sector Agroalimentarios exportaron (109 han encadenado al menos cuatro años de exportaciones). Una de ellas es Nico Jamones, empresa con instalaciones en Luciana y Ciudad Real. Rafael Gómez, del Departamento de Exportación, explica que en los últimos años la exportación ha seguido una tendencia de crecimiento, sobre todo en productos loncheados, y ya llega a 45 países de Asia, Europa, Sudamérica y Norteamérica, especialmente en el ámbito ‘retail’ (supermercados).

En 2020 la empresa padeció un descenso de las exportaciones de más del 15 por ciento por la pandemia y los problemas en los transportes internacionales. El área ‘retail’ soportó mejor la situación que el sector horeca (hoteles, restaurantes, cafeterías) donde la caída fue más severa, detalla Gómez.

Afortunadamente en 2021 Nico Jamones pudo recuperarse e incluso mejoró sus cifras de 2019, batiendo su récord de exportaciones. Al igual que en el sector del vino, la recuperación del mercado asiático ha sido más complicada y lo ha podido compensar con incrementos en otras zonas, como Sudamérica. “En Asia el jamón se ve como un producto gourmet, no forma parte de la cesta de la compra básica como en España, y en una época como esta lo gourmet es lo primero que te quitas”, explica Rafael Gómez.

Nico Jamones, que ya exporta el 30 por ciento de su producción, espera este 2022 continuar con el crecimiento paulatino que inició hace unos años y seguir consolidando su presencia en los mercados internacionales.

Países

A nivel general, el 68,4% de las exportaciones de la provincia se realizan a países de la Unión Europea: el 15,7% para Francia; el 11,4% para Alemania; el 10,2 para Italia; y el 9,6% para Portugal. Fuera de la Unión Europea destacan el 8,2% de total de exportaciones para Turquía y el 4,4% para Reino Unido.

Fuera de Europa es Estados Unidos al país que más se exporta con un 4,2 por ciento del montante total de 2021.