

PEDRO CABEZA Y JOSÉ ANTONIO PÉREZ

RESPONSABLES DE MAQUINARIA AGRÍCOLA PEDRO CABEZA, S.L.



“Nos hemos especializado en introducir nuevas marcas en España”

Maquinaria Agrícola Pedro Cabeza celebra este año su 85 aniversario. Su historia, repleta de éxitos empresariales, destaca principalmente por dar a conocer en España numerosas marcas de prestigio en la industria de la maquinaria agrícola. Este año, el equipo que integra esta empresa zaragozana se enfrenta a un nuevo reto, la representación de los tractores Belarus en España y Portugal. No obstante, sus directivos Pedro Cabeza y José Antonio Pérez confían en el éxito de su nueva aventura porque saben que el buen nombre de la compañía les avala.



■ ¿Cuáles fueron las claves del éxito en los primeros años de la compañía?

En aquellos tiempos en España había muchas carencias, por lo que alguien con un poco de iniciativa podía triunfar. Mi abuelo creó empresas sólidas que respondían a una necesidad del mercado y contó para ello con trabajadores muy válidos, formados dentro del propio grupo. La principal diferencia entre aquellos tiempos y los actuales se refiere a la figura del empresario. Antes era el propio empresario el que se encargaba de casi todo. Ahora tenemos un equipo de personas, formadas en la empresa, que la conocen bien. Nos hemos adaptado muy bien en el tiempo.

■ Pedro Cabeza fue pionera en introducir en España muchas marcas míticas como Internacional, Slüter, Zetor, Ursus, Toselli, Kongs-kilde, Pöttinger, Benac, Ama-Cantone, Grusse, Breck, McCormick, Steyr, Clayson-Santana, Bizon, etc., a pesar de las dificultades que la importación entrañó en el pasado, especialmente con los países del Este. Sin embargo, para la empresa esto no fue un problema...

Nuestra historia es como todas las del mundo empresarial, basada en la iniciativa, las ganas de hacer las cosas bien y el tesón, y de eso José Antonio Pérez es especialista. Ese tesón, esa 'cabezonería' bien entendida de los aragoneses, esa obsesión por el buen trabajo... una relación empresarial de este tipo no dura tanto si no se va con la verdad por delante, y si no hay una excelente confianza y seriedad.

En momentos de cambio, si no hay seriedad tanto económica como profesional, no se va por buen camino. Nosotros la hemos tenido, quizá porque somos empresas familiares. En los tiempos en los que nació la empresa, España necesitaba de todo. Un hombre como mi abuelo, que hizo varias empresas en situaciones difícilísimas. En aquellos momentos que había tanta necesidad se necesitaba de gente con valía no política, sino empresarial. Había pocos, y como había po-

Los orígenes: 85 años de historia

El abuelo de Pedro Cabeza marchó en su juventud a trabajar a Sudamérica con el objetivo de ganar dinero para poder crear en España su propia empresa. Así sucedió. En 1919 regresó a su país, donde fundó 'Válvulas CMG', un negocio de éxito, dedicado a la fabricación de válvulas, que dio trabajo y formación a un grupo de empleados 'ilustres', ya que con el tiempo se convirtieron en importantes empresarios de Zaragoza.



El espíritu emprendedor del fundador de Válvulas CMG y de sus empleados se mantuvo a lo largo de los años y dio paso a otras empresas que nacieron para responder a necesidades concretas del momento. Sus hijos y más tarde sus nietos heredaron esta iniciativa empresarial, hasta forjar un sólido grupo de tradición familiar, formado por empresas pequeñas pero muy ágiles.

cos, había que 'tirar' de ellos. Y este fue el caso de mi abuelo.

Nuestro nombre es una baza importante porque, con nuestra antigüedad, somos conocidos en cualquier lugar de España

■ ¿Cuántos tractores calcula que han podido llegar a vender en la historia de la compañía?

No sabría decir la cantidad pero calculo que sólo de Ursus actualmente tenemos más de 5 000 unidades trabajando en España. Si nos remontamos a toda nuestra historia es muy difícil calcular. Mi abuelo contaba que hubo una época en la que se daban caballerías a cambio de tractores. Hemos llegado a tener campañas de vender 300 cosechadoras Clayson-Santana.

■ ¿No les da 'coraje' el haber introducido marcas míticas para que, después, pasasen a otras manos?

Es lamentable que después de todo el esfuerzo y de todo el interés que

hemos puesto en la introducción de estas marcas, por decisiones políticas hayan cambiado de manos. Al fin y al cabo la labor difícil ya ha sido realizada, pero estamos en un mundo globalizado.

No obstante, lo que en principio puede parecer malo (marcas que teníamos han pasado a otras empresas) en el fondo también es bueno porque cuando alguna empresa se quiere establecer aquí nos llama a nosotros. Saben que nos hemos especializado en eso, en introducir nuevas marcas. Tenemos empresas muy diversificadas, tocamos infinidad de campos... Sabe mal hasta cierto punto, pero también nos permite trabajar en muchísimos campos.

■ ¿Qué empresas constituyen el Grupo en la actualidad?

Tenemos inmobiliarias, una constructora pequeña que se dedica a hacer viviendas de lujo, empresas especializadas en la fabricación de maquinaria agrícola, otras que se dedican a la telefonía, estructuras para teléfonos y antenas, empresas que se dedican a la aspiración, paletización y montaje. Hemos desarrollado un proyecto en Uzbekistán con una fábrica de ventas sanitarias, tenemos la importadora de maquinaria y tractores... Somos un grupo autosuficiente, muy amplio, muy bien sustentado y, sobre todo, muy ágil, formado por empresas pequeñas.

■ El fundador de Pedro Cabeza empezó su actividad empresarial gracias a su presencia en América del Sur. Aunque ha pasado mucho tiempo desde entonces, aquella zona sigue careciendo de muchas cosas. ¿Han pensado en retornar otra vez a aquellas tierras, con su empresa de maquinaria agrícola?

Ya se hizo hace bastantes años. De hecho existe todavía esa sociedad aunque no sabemos como está, porque hubo problemas entre los socios españo-



“Ofrecemos al agricultor la oportunidad de comprar un buen producto a un precio económico”

les. Por ahora tenemos una sociedad y una fábrica con unas naves para fabricar maquinaria agrícola en México. También hemos estado enviando maquinaria de fábrica a través de empresas en Nicaragua y en Cuba. Ahora precisamente estamos retomando las relaciones comerciales con Cuba y parece ser que van por un excelente camino. Hace tiempo mandamos allí una empresa aragonesa para que abriese nuestro mercado pero no funcionó. Esta empresa es ahora nuestro socio en México. Pero no solamente tenemos relaciones en América del Sur, también con otros países de África.

■ En los últimos años se ha visto una evolución en el mercado en lo que a exigencia y competencia se refiere. ¿Cómo mantiene Pedro Cabeza la situación actual, bajo la imagen de una empresa familiar?

Cualquier puerta a la que hemos llamado se nos ha abierto sólo con decir quienes somos. Sabemos que nuestro nombre es una baza importante que debemos saber jugar porque



Pedro Cabeza, con toda la antigüedad que tiene, es conocida en cualquier lugar de España. Introducir una nueva marca en el mercado, para nosotros, no es difícil a pesar de la dificultad intrínseca que esto entraña, porque nuestra red siempre ha confiado en nosotros (siempre la hemos respaldado). Desafortunadamente, no hemos tenido siempre el producto apropiado para poder trabajar, pero si de algo podemos estar orgullosos es de que nos está avalando un nombre en el cual se nos abren todas las puertas a las que llamamos.

■ **Ahora comercializan marcas de orígenes hindú, coreano, polaco y ruso. Belarus, la última de las marcas que ha comenzado a representar, vendió muchos tractores en un momento dado, por lo que hay en España un parque vivo importante que hay que alimentar y mantener. ¿Cómo puede Pedro Cabeza articular las cuatro marcas para que tenga cada una su puesto correspondiente?**

Cubrimos varios segmentos de potencia. Con Mahindra manejamos potencias de 28 a 50 CV, con LG de 50 a 70 CV y con Belarus de 80 a 150 CV.

De Ursus disponemos en estos momentos de dos modelos, de 66 y 72 CV. Con Ursus llevamos 40 años de colaboración y nuestras relaciones son extraordinarias, pero, en estos momentos, los tractores de gama pesada no se pueden comercializar en nuestro mercado por no cumplir las Directivas europeas y esperamos que, en breve espacio de tiempo, podamos contar con tractores de 170 y 190 CV.

■ **¿Belarus cumple todas las normativas europeas en cuanto a motores 'verdes' y ruidos? ¿Cuál es la meta que tienen con esta firma de tractores?**

Queremos mantener y potenciar el mercado tan importante que existe en España y



responder al servicio que necesitan los clientes. Es importante destacar que hemos sido bien recibidos en la antigua Red de Concesionarios y no queremos defraudarles.

“Cuando una empresa se quiere establecer en España nos llama a nosotros”

■ **¿Cuántos modelos van a llegar a España? ¿Están homologados?**

Son cuatro modelos los que, en principio, vamos a trabajar y en breve se incorporará a la gama un tractor de 150 CV que se encuentra en proceso de homologación.

■ **¿Cuándo se van a embarcar en ese mercado?**

Los primeros tractores ya han llegado a España y estamos trabajando sobre ello, en la confianza de vernos recompensados por el éxito, en este nuevo proyecto.

■ **A nivel de precio-producto, ¿cómo están ubicados?**

Muy competitivos. Son tractores de 85, 90 y 100 CV, económicos. Vienen con cabina muy confortable.

■ **¿Qué mensaje quieren hacer llegar a las redes de ventas?**

Es una buena oportunidad para poder representar esta marca. Además, contarán con el respaldo total y absoluto de Pedro Cabeza.

Y también un mensaje de ahorro al agricultor, ofreciéndole la oportunidad de comprar un buen producto a un precio económico.■

