



INFORME
DE FERIA

2024



AGROEXPO / Exposición Internacional de Agricultura y Ganadería

Esmirna

30 de enero - 3 de febrero de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Ankara

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

22 de febrero de 2024
Ankara

Este estudio ha sido realizado por
Lola Ilina Kadirova

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Ankara

<http://Turquia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Ubicación	7
2.2. Datos estadísticos de participación	9
2.3. Actividades paralelas de la feria	11
2.4. Participación española	12
3. Tendencias y novedades presentadas	13
3.1. Tendencias y novedades por sectores	13
4. Valoración	15
4.1. Del evento en su conjunto	15
4.2. Participación española e internacional	15
4.3. Del sector/producto de la feria	16
4.4. Recomendaciones	17
5. Anexos	18



1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

AGROEXPO. Exposición Internacional de Agricultura y Ganadería (International Agriculture & Livestock Exhibition)	
Fechas de celebración del evento	30 de enero – 3 de febrero de 2024
Fechas de la próxima edición	04 – 08 de febrero 2025
Frecuencia, periodicidad	Anual, 19.ª edición en 2024
Lugar de celebración	Fuar İzmir - Gaziemir International Fairground (Zafer Mah. 840 SK. Fuar Alanı No:2, Esmirna, Turquía)
Horario de la feria	10:00 – 18:00 (todos los días)
Medio de transporte	El aeropuerto de Esmirna (ADB) está a 9 km del recinto (15 minutos en coche). Alternativamente, el recinto cuenta con conexión con las líneas 92 (Fuar İzmir - Üçyol Metro), 610 (Fuar İzmir - Gaziemir Semt Garajı) y 650 (Fuar İzmir - Fahrettin Altay). También hay un servicio gratuito de lanzadera desde la terminal de autobuses de Esmirna (9:30 – 18:00 cada 15 minutos). La feria ofrece promociones para el vuelo y el hotel.
Precios de entrada	Entrada gratuita. Se puede adquirir en la feria, pero se recomienda el registro previo en la página web del evento (Online Ticket Agroexpo).
Organizador del evento	Orion Fair Services Inc. Co.
Sectores y productos representados	Producción vegetal (semillas, plantas), industria ganadera y avícola, maquinaria y tecnología agrícola (<i>agritech</i>), sistemas de irrigación y agua, fertilizantes y tecnologías lácteas

Precios del espacio y el stand (2024)

	M2	ROW STAND (1 lado abierto)	CORNER STAND (2 lados abiertos)	PENINSULA STAND (3 lados abiertos)	ISLAND STAND (4 lados abiertos)
SOLO ESPACIO	12 - 100 M2	175 €	180 €	190 €	200 €
	101 - ... M2	165 €	170 €	180 €	190 €
STAND SUPERIOR	12 - 100 M2	265 €	270 €	280 €	290 €
	101 - ... M2	255 €	260 €	270 €	280 €

Fuente: Elaboración propia a partir de información proporcionada por Orion Fuarçilik ve Tanitim Hizmetleri A.S.

En 2024, los precios para los expositores eran los siguientes:

- La **primera opción** (solo espacio) no incluye construcción del *stand*, pero si un catálogo de feria.
- La **segunda opción** (*stand* superior) incluye el nombre del *stand* en vidrio, una alfombra, una toma de corriente, dos sillas, una mesa, un cubo de basura y un catálogo de feria.
- La tercera opción es un **paquete económico**, que incluye un *stand* fijo de 9 m² y tiene un precio total de 720 € sin coste adicional.

2. Descripción y evolución de la Feria

Desde su creación en 2005, la Exposición Internacional de Agricultura y Ganadería (AGROEXPO) se ha consolidado como la principal feria agrícola de Turquía y una de las cuatro más importantes de Europa. Este evento es organizado por Orion Fairs and Promotion Services Inc., empresa líder en la organización de eventos y ferias agrícolas y ganaderas en diferentes regiones de Turquía desde 1993. En esta edición, la feria tuvo a [ProGen](#) como patrocinador principal y contó con el respaldo de organismos estatales y no gubernamentales, como los ministerios de Agricultura y Comercio; la Cámara de Comercio y las autoridades municipales de Esmirna; la Cámara de Industria del Egeo; cooperativas nacionales agrícolas y ganaderas; y KOSGEB, entre otros.

En 2022, la agricultura contribuyó con aproximadamente el 6 % al PIB de Turquía, manteniendo una tendencia similar en 2023, y empleó a casi el 18 % de la fuerza laboral del país. Además, Turquía desempeña un papel crucial como exportador agrícola, destacando como destinos la Unión Europea —con Alemania e Italia como principales mercados— y en Oriente Medio, donde Iraq representa su mayor destino. A pesar de la variada riqueza de sus ecosistemas agrícolas, Turquía enfrenta desafíos significativos, en parte debido a las consecuencias del cambio climático.

La explotación excesiva de acuíferos subterráneos y la reducción de los recursos hídricos están afectando la productividad y la seguridad alimentarias. Asimismo, esto también compromete la posición de Turquía como proveedor de alimentos, dado que la producción de cereales como el trigo, el maíz y la cebada requiere de considerables volúmenes de agua. Por todo ello, Turquía requiere de inversión en investigación y desarrollo de prácticas agrícolas sostenibles e innovadoras, con el fin de abordar estos desafíos de manera efectiva. Y, es precisamente en ferias como AGROEXPO, donde las empresas tienen la oportunidad de introducir, compartir y desarrollar sus hallazgos e innovaciones en una amplia variedad de sectores y mostrar su capacidad para enfrentar estos obstáculos.

Por otro lado, si bien la sostenibilidad y las innovaciones en agricultura han sido temas recurrentes en AGROEXPO en años anteriores, cabe destacar que en esta edición se ha abordado la compleja situación económica actual, un desafío clave para el país. Metin Akdaş, vicepresidente de la Junta Directiva de la Cámara de Industria de la Región del Egeo, advirtió sobre la alta inflación alimentaria que sufre Turquía y la importancia de, dada la posición estratégica del país, no desaprovechar el potencial exportador del país en medio de la escasez de oferta y demanda de alimentos.

Emre Kızılgüneşler, vicepresidente de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Esmirna, destacó la vital importancia de respaldar la seguridad económica de los agricultores y fomentar el aumento de la producción agrícola, reconociendo el papel estratégico de este sector. Finalmente, Işinsu Kestelli, presidente de la Junta Directiva de la Bolsa de Comercio de Esmirna, mencionó los

altos costes de los piensos importados y las fluctuaciones en los tipos de cambio, instando a una mayor eficiencia y organización para abordar estos problemas persistentes.

La feria congrega a una amplia gama de profesionales del sector, que van desde agricultores y ganaderos independientes hasta empresas, entes estatales y supranacionales y representantes de asociaciones industriales tanto locales como internacionales. Funciona, además, como una plataforma tanto para negocios entre empresas (B2B) como para el contacto directo con el consumidor (B2C). En este sentido, la feria ofrece agendas de reuniones personalizadas y pone zonas de reunión a disposición de los expositores y de los visitantes.

También, se ofrece a los visitantes —tanto particulares como empresas— la oportunidad de explorar catálogos detallados y realizar negociaciones de compra de forma directa y rápida. Cabe destacar que el espacio disponible permite exhibir el funcionamiento de todo tipo de tecnología y maquinaria. Asimismo, la feria contó con una sección digital, que incluyó el canal de Youtube Webagron (*Webagron Tarımsal İçerik Platformu*), que contaba con un stand para realizar entrevistas, videos informativos y otros contenidos similares en la zona general fuera de los pabellones; o AgroTV, que se define como la televisión agrícola mundial y también tenía un stand en la zona general.

Por otro lado, la feria también sirve como plataforma para reuniones bilaterales entre delegaciones locales e internacionales de compradores. En la edición previa, estos encuentros duraron tres días y permitieron la firma de un acuerdo comercial entre 164 representantes de empresas extranjeras¹ —entre las que se contaban compañías españolas— y empresas turcas bajo el auspicio del Ministerio de Comercio de Turquía y las Asociaciones de Exportadores del Egeo. Además, AGROEXPO albergó el primer “Foro Multinacional de Agronegocios” y la primera “Cumbre de Ministros de Agricultura” en 2019. AGROEXPO, además, forma parte de la Asociación Global de la Industria de Exposiciones (UFI).

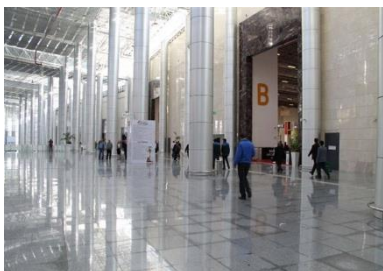
2.1. Ubicación

AGROEXPO se celebra en el Recinto Ferial Internacional de Gaziemir en la ciudad de Esmirna, localizada en el extremo occidental de Anatolia en la costa del Mar Egeo. Esmirna alberga alrededor de 4 millones de habitantes, lo que la posiciona como la tercera ciudad más poblada de Turquía, después de Estambul y Ankara. Además, es la segunda ciudad más poblada del Mar Egeo, después de Atenas, el segundo puerto marítimo más importante tras Estambul y un núcleo significativo para el desarrollo de la agroindustria.

Desde su construcción en 2015, el recinto ferial de Gaziemir (*Fuar İzmir*) se ha destacado como el espacio de exposiciones más grande y contemporáneo de Turquía. El área total del recinto son 300.000 m² y el espacio de exhibición 119.250 m², aunque el área donde se pueden instalar *stands*

¹ Sudán, Somalia, Líbano, Irak, Qatar, Egipto, Marruecos, Jordania, Georgia, Azerbaiyán, Kirguistán, Mauritania, Nigeria, Grecia, Argelia, Níger, Túnez, España, Alemania.

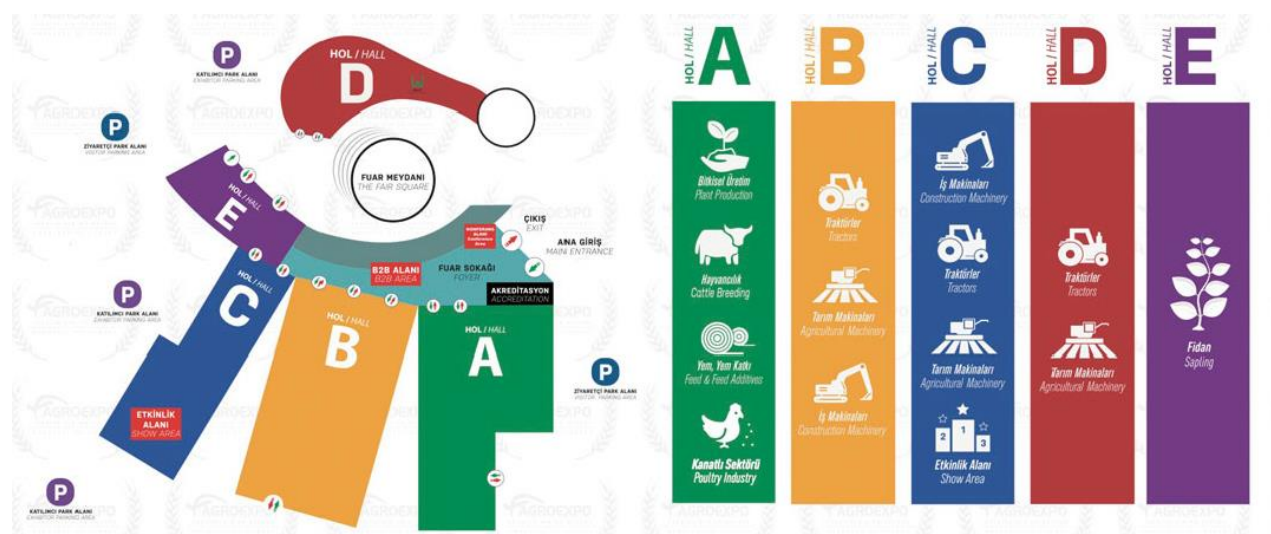
es de 40.500 m². El recinto se divide en cuatro pabellones (A, B, C, D), siendo el B el más grande y el D, el más pequeño. Para reuniones o conferencias, hay disponibles cuatro salas equipadas con capacidad para 180 personas cada una, que, además, permite la realización de sesiones simultáneas. Otros servicios que se ofrecen son aparcamiento (2.500 vehículos), guardarropa, restaurantes y cafeterías, sala de prensa e internet.



Fuente: Orion Fuarçilik ve Tanitim Hizmetleri A.S. y GETA Ltd.

En lo que respecta a la organización de AGROEXPO, esta edición presentaba inicialmente un quinto pabellón, a diferencia de años anteriores (A, B, C, D, E). Como resultado, la distribución de los diferentes sectores quedó de la siguiente manera:

- **HALL A:** Producción vegetal, ganadería, piensos y aditivos para piensos, industria avícola
- **HALL B:** Tractores, maquinaria agrícola, maquinaria de construcción
- **HALL C:** Maquinaria de construcción, tractores, maquinaria agrícola, zona de exposiciones
- **HALL D:** Tractores, maquinaria agrícola
- **HALL E:** Plantas y árboles



Fuente: Orion Fuarçilik ve Tanitim Hizmetleri A.S.

Sin embargo, durante la feria se constató que la exposición finalmente no disponía de un quinto pabellón, por lo que el sector de plantas y árboles se trasladó al pabellón A. En el primer pabellón, los *stands* estaban principalmente enfocados en la exhibición de productos como fertilizantes, semillas, plantas y pienso. Por otro lado, los demás pabellones se centraban en la presentación de maquinaria y tecnología, incluyendo tractores, drones y sistemas de irrigación. Un aspecto notable de esta feria es la oportunidad de observar el funcionamiento práctico de la maquinaria y la tecnología, dado que está exhibida e incluso en muchos casos, los visitantes pueden probarla por sí mismos (por ejemplo, los tractores u otro tipo de maquinaria *agritech*).

2.2. Datos estadísticos de participación

En cuanto a los datos de participación, en esta edición, AGROEXPO acogió durante 5 días a 462 empresas de 88 países y a 108.512 visitantes. Contó con 4 pabellones y presentó una amplia gama de productos y servicios tanto del sector de la agricultura como de la ganadería. La región con mayor presencia en la feria fue Oriente Medio (casi un 34 %), seguida por Asia (17,6 %), Europa (14,8 %) y África (12,2 %). Cabe mencionar que solo Rusia aglutinó un 19,6 % del total de visitantes.

DATOS RELEVANTES DE AGROEXPO 2024

	2023	2024
Superficie neta de la exposición	110.000 m², 14 halls	110.000 m², 15 halls
Número de visitantes	105.716 (12.511 visitantes internacionales)	108.512 (13.164 visitantes internacionales)
Número de expositores internacionales	79 empresas extranjeras	84 empresas extranjeras
Participación internacional	74 países	88 países
Número total de empresas participantes	449 empresas	462 empresas

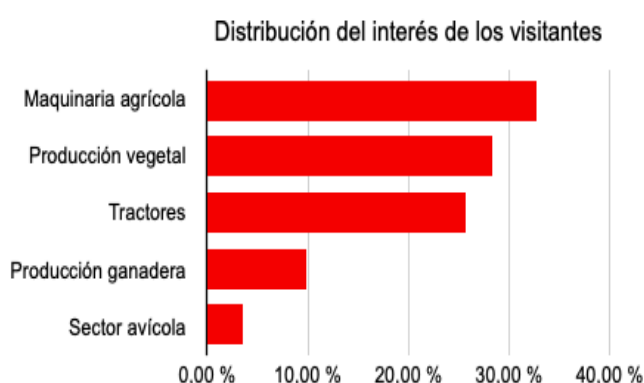
Fuente: Elaboración propia a partir de información de Orion Fuarçilik ve Tanitim Hizmetleri A.S.

Para 2025, el objetivo de AGROEXPO es albergar 600 expositores y 150.000 visitantes de 95 países.

En lo referente a la participación internacional, se contabilizaron un total de 462 empresas, de las cuales 84 eran extranjeras y contaban con *stands* individuales, mientras que otras ofrecían sus productos a través de sus distribuidores turcos. Se advirtió que, aunque había presencia local e internacional en todos los sectores, un porcentaje importante de las empresas internacionales se

centraba en los sectores relacionados con productos químicos, producción vegetal o fertilizantes, entre otros, mientras que las empresas turcas tenían una presencia relevante en el sector de maquinaria y tecnología (aunque utilicen materiales o piezas extranjeras). Entre los países que tuvieron una presencia destacada se encontraban Irán, Hungría, China e Italia. Es importante señalar que Italia no solo participaba con sus propias empresas, sino que también mostraba una presencia significativa a través de distribuidores locales. No había pabellones nacionales, y las empresas extranjeras, a menos que fueran grandes o participaran en grupo, tenían una presencia más limitada.

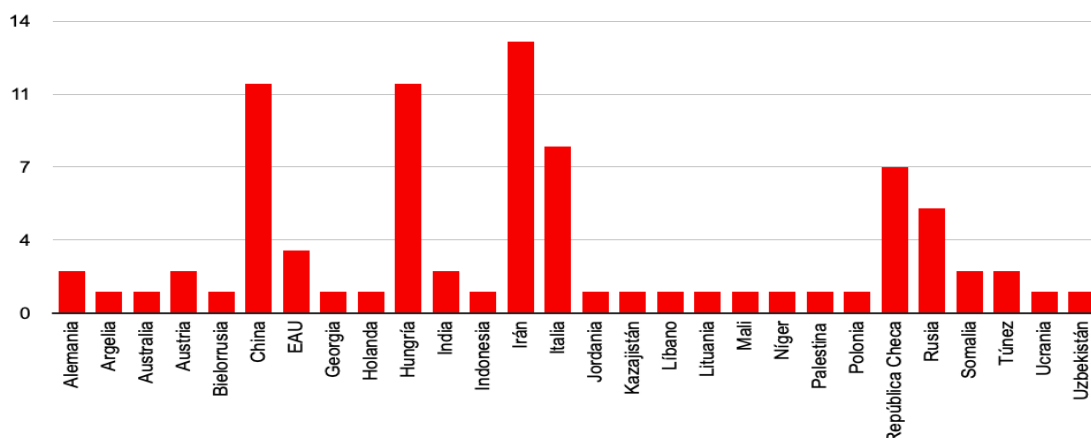
Esta segunda opción mencionada es una alternativa atractiva para tener en cuenta en el futuro, ya que proporciona una mayor visibilidad, especialmente para empresas de menor tamaño o si se quiere promocionar la marca país. Por ejemplo, las empresas húngaras se agruparon bajo el auspicio de la HEPA (Agencia Húngara de Promoción de Exportaciones), mientras que las italianas contaban con un respaldo tanto estatal como no estatal, recibiendo apoyo del Ministerio de Asuntos Exteriores, la Agencia Italiana de Comercio e Inversiones y la Federación Italiana de Fabricantes de Maquinaria Agrícola. Además, las empresas checas se presentaron en un stand conjunto con el respaldo del Ministerio de Agricultura y el Consulado General de la República Checa en Turquía.



Procedencia de los visitantes

1. Argelia	6. Bulgaria
2. Rusia	7. Grecia
3. Marruecos	8. Rumanía
4. Italia	9. Arabia Saudí
5. Túnez	10. Irán

PARTICIPACIÓN Y PERFIL DEL VISITANTE EN AGROEXPO 2024



Fuente: Elaboración propia a partir de información de Orion Fuarcilik ve Tanitim Hizmetleri A.S.

2.3. Actividades paralelas de la feria

A lo largo de toda la semana se realizaron una variedad de actividades destinadas tanto al cliente final como al sector B2B. En el pabellón C se organizaron exposiciones de maquinaria agrícola (como tractores) y ganadería, junto con diversas competiciones y juegos para entretener a los visitantes. Además, se efectuaron una serie de conferencias de diversos subsectores y se realizó el proyecto “*Agriculture Develops with Young People*”, donde los jóvenes que trabajan en estos sectores presentaron sus proyectos para mejorar la agricultura y la ganadería.

Asimismo, en el sector B2B se llevaron a cabo encuentros empresariales con el Ministerio de Comercio de Turquía, la Asociación de Exportadores del Egeo (EIB) y con la propia organización de la feria (Orion Fair Organization). La feria incluía un área B2B para que las empresas pudieran reunirse y cerrar acuerdos. De acuerdo con los datos de 2023, en la anterior edición se generó un volumen de negocio por valor de 2,5 mil millones de dólares en las reuniones B2B organizadas por Orion Fair Inc. y el EIB, con el respaldo del Ministerio de Comercio de Turquía.

La feria también disponía de un área general fuera de los pabellones con *stands* para el canal de televisión AgroTV y el canal de YouTube Webagron (*Webagron Tarımsal İçerik Platformu*). En ambos lugares se llevaron a cabo constantemente entrevistas, videos informativos y conferencias breves, así como se proporcionaba información sobre las noticias actuales del sector (especialmente en la región del Cáucaso y Asia Central). Estos contenidos se han subido a los canales respectivos en línea y también estaban disponibles para ser vistos y escuchados en la propia feria.

2.4. Participación española

La participación de las empresas españolas en esta feria sigue siendo bastante reducida, mayormente representadas a través de *stands* de importadores y distribuidores turcos. Al igual que en años anteriores, la empresa vasca **Altuna** —dedicada a la fabricación de herramientas de corte para poda y jardín— estuvo presente en la feria mediante su distribuidor local, la empresa turca Zimas, con la que lleva trabajando muchos años. Los productos que presentaba fueron principalmente herramientas de diversos tipos (véase el anexo).



Asimismo, la empresa turca Beta Fidan —líder en la investigación y desarrollo de la industria frutícola turca— representó en la feria a las empresas españolas del sector frutícola **PSB, IRTA, Provedo y CebasFruit**, entre otras. Principalmente, estas empresas se enfocan en la investigación, producción y mejora genética de diversas variedades de plantas y árboles, mayormente de tipo frutal, así como de otros productos del sector agroalimentario.

Por otro lado, la empresa aragonesa de fabricación de equipos de recolección agrícola **Agromelca** tuvo un *stand* conjunto con su distribuidor turco, la empresa Agrinalca. La firma española exhibió sus vehículos de recolección mediante representantes de la empresa turca, dado que no contaba con representación directa en el evento. Los asistentes tuvieron la oportunidad de observar de cerca los vehículos exhibidos, así como de probarlos subiéndose, encendiéndolos y evaluando cómo funcionaban.

Además de ello, se pudieron observar productos españoles en otros *stands* de distribuidores turcos o incluso productos que contenían componentes de origen español (por ejemplo, sistemas de irrigación).

3. Tendencias y novedades presentadas

Durante esta edición, se ha notado una tendencia marcada entre las empresas de prácticamente todos los sectores, tanto a nivel global como local, en la búsqueda de una mayor sostenibilidad, eficiencia y un uso más responsable de los recursos disponibles (por ejemplo, el agua). Esta tendencia se hace evidente tanto en el sector agrícola como en el ganadero, donde se está observando un creciente uso de las nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, los sistemas de control remoto o los drones, entre otras soluciones tecnológicas.

Debido al impacto del cambio climático y sus consecuencias en el sector agrícola y ganadero, estas innovaciones no solo están destinadas a mejorar la productividad y reducir los costos en estas áreas, sino que también se está prestando una atención creciente a la reducción del impacto ambiental y a fomentar prácticas más sostenibles en la agricultura y la ganadería que ayuden a enfrentar los desafíos que afectan al sector.

3.1. Tendencias y novedades por sectores

Como consecuencia de los desafíos demográficos y ambientales, en el sector del **cultivo de semillas** (*seed and seedling*), se presentaron productos destinados a aumentar la producción de alimentos con los mismos recursos disponibles, así como diferentes variedades de semillas que puedan prosperar en distintos climas y tipos de suelos. Además, estos productos buscan proporcionar cultivos fiables y de una mayor calidad.

Las empresas del sector exhibieron también en la feria una variedad de semillas con mejoras diseñadas para incrementar su resistencia a enfermedades y plagas, fortalecer su adaptabilidad a diversos ambientes y, especialmente, enfrentar desafíos relacionados con la contaminación y el uso de productos en el suelo (químicos, por ejemplo) que puedan afectar su crecimiento. Además, se presentaron semillas más orgánicas que buscan alcanzar los objetivos mencionados anteriormente. En el sector de los **fertilizantes**, las innovaciones siguen una tendencia similar, buscando ser más orgánicos y protectores, y utilizar menos químicos y pesticidas que puedan dañar el suelo y las plantas.

En el sector de la **maquinaria agrícola**, la innovación principal es la búsqueda de una mayor automatización y una creciente adopción de la agricultura de precisión. Con ello, se busca ser más eficiente en la gestión de los cultivos y controlar mejor los recursos que se utilizan (por ejemplo, la velocidad a la que se echa el agua en el suelo o la proporción de productos químicos necesarios). Además de ello, este tipo de tecnología permite una agricultura más sostenible.

En la feria, las empresas exhibieron productos específicamente diseñados para impulsar este tipo de agricultura, como tecnologías satelitales, GPS, drones y diversos sensores inteligentes. Asimismo, se advirtió que una de las soluciones que atrajo mayor interés entre los visitantes fue la maquinaria agrícola autónoma, incluyendo tractores y otros vehículos agrícolas que operan de manera independiente. Numerosas empresas presentaron este producto, que además estuvo disponible para que los visitantes pudieran presenciar su funcionamiento práctico.

Cabe mencionar que en la feria se observó una presencia creciente de productos que utilizan la inteligencia artificial para desarrollar este tipo de tecnología. La IA posibilita la recopilación y evaluación de datos para mejorar la productividad de la maquinaria. Además, puede analizar patrones climáticos, optimizar los horarios de riego y desarrollar métodos específicos para distintos tipos de cultivos, entre otras aplicaciones. Otra tecnología que con cada edición tiene una mayor relevancia son los drones. Con ellos, además de poder mapear y rociar el terreno cultivable, también se busca la capacidad de acceder y trabajar en áreas a las que otros vehículos, como los tractores, no pueden llegar (por ejemplo, en condiciones climáticas complejas).

Este tipo de innovaciones tecnológicas no solo se observan en el sector de la maquinaria agrícola, sino también en el **sector ganadero**. En el subsector de la tecnología de ordeño, se advirtió la presencia de tecnología de ordeño robótico, que no solo realiza el proceso de forma automática, sino que además recopila y analiza datos de gran relevancia para la posterior toma de decisiones. Asimismo, se presentaron tecnologías de control térmico, pH y similares que permiten evaluar los patrones y el estado de los animales para prevenir enfermedades, cambiar los hábitos alimenticios si hiciese falta o gestionar y mitigar otros efectos. También se observó una presencia relevante de dispositivos de monitoreo y control a distancia, que facilitan el trabajo a los ganaderos.

Finalmente, en el sector de los **sistemas de irrigación**, la principal tendencia es continuar desarrollando y mejorando el sistema *drop by drop* (microirrigación) y un mayor reciclaje de las tuberías de baja densidad. La microirrigación consiste en un método de riego que distribuye el agua directamente cerca de las plantas a través de pequeñas tuberías (de baja densidad). La mayor ventaja es que se puede programar para regar en momentos específicos según el clima y el tipo de cultivo, lo que ayuda a ahorrar una gran cantidad de agua. Varias empresas del sector presentaron maquinaria y tecnología enfocada en este tipo de sistema de irrigación, que incluía innovaciones para ser más precisa y eficiente.

4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

Como se ha mencionado anteriormente, AGROEXPO destaca como una de las cuatro ferias más grandes del sector agrícola y ganadero en Europa. Este evento cuenta con una larga trayectoria, celebrando este año su decimonovena edición. Además, Orion Fairs and Promotion Services Inc., el organizador del evento, posee décadas de experiencia en la organización de ferias. Fue responsable de la primera feria agrícola en Turquía en 1993 en Söke, Aydın, y ha organizado numerosos eventos similares en todo el país.

Por ende, AGROEXPO es una feria que goza de gran prestigio en el sector y, gracias a años de buena organización y promoción, cada vez cuenta con una mayor presencia de empresas internacionales. En lo que se refiere a la organización y la logística, la feria funcionó al mejor nivel. Contó con transporte de ida y vuelta tanto al aeropuerto como al centro de la ciudad, así como información disponible de los *stands*, empresas y eventos. Además, se garantizaba la presencia de personal suficiente para atender al gran número de visitantes. La feria ofrecía una amplia gama de servicios, como opciones de restauración, salas de reuniones y diversas actividades complementarias para empresas y asistentes. También, se realizaron actividades paralelas tanto para las empresas como para los visitantes, como reuniones B2B, eventos con entidades gubernamentales y seminarios de formación, entre otras.

Todo ello contribuyó a que AGROEXPO fuese una plataforma dinámica y proactiva que permitió tanto la promoción de las empresas de visitantes y expositores como, sobre todo, la oportunidad de establecer contactos comerciales y negociar acuerdos con posibles socios en Turquía. Multitud de empresas destacaron, además, que la feria está evolucionando en una dirección muy positiva con cada vez más presencia internacional. Por otro lado, cabe destacar que, si bien la feria cubre una amplia gama de sectores dentro de la agricultura y la ganadería, la maquinaria y la tecnología agrícola tienen una presencia notablemente más prominente que otros productos.

4.2. Participación española e internacional

La presencia de empresas españolas en esta feria es todavía limitada y se da principalmente mediante la presencia de los distribuidores turcos. No obstante, la industria española ganadera y, especialmente, agrícola goza de muy buena reputación. Las empresas turcas —aun sin haber trabajado con empresas españolas previamente— destacaron que los productos se consideran de muy buena calidad y alto nivel tecnológico y se valoran mucho en el mercado local. Además, se mencionó que los productos de procedencia española normalmente llevan a mejores ventas en el

país y, todo ello, hace que las empresas turcas por lo general siempre estén abiertas a establecer contactos y futuras relaciones comerciales con socios españoles. Aquellas empresas turcas que ya tienen socio comercial español se mostraron muy satisfechas y mencionaron experiencias positivas, destacando la profesionalidad, la atención personalizada y el esfuerzo dedicado a la relación comercial, incluso en situaciones donde las barreras (por ejemplo, idiomática) eran significativas.

No obstante, si bien es cierto que hay un interés y una predisposición notables en establecer relaciones comerciales con empresas españolas, las empresas turcas reconocieron que existen también obstáculos notables, como barreras burocráticas o falta de acuerdo en las condiciones de pago, por ejemplo. Asimismo, se mencionó que los precios de muchos productos españoles habían subido, lo que ha llevado a algunas empresas a optar por productos de origen europeo y de calidad similar (como los italianos) pero que tienen precios relativamente más bajos. En este sentido, también se destacó la mayor iniciativa en las estrategias de venta que muestran empresas de otros países en comparación con las empresas españolas.

En lo que respecta a la participación internacional, cabe resaltar la diversidad observada entre los expositores, siendo los países más representados de tres regiones distintas del mundo (China, Irán y Hungría). Varios países se presentaron mediante *stands* compartidos, lo que potenció significativamente la visibilidad de dichas empresas, especialmente de aquellas menos reconocidas. Aun así, una gran parte de los expositores continúan siendo empresas turcas. Los visitantes, por otro lado, procedían de multitud de países, aunque resaltando especialmente la región de Oriente Medio.

4.3. Del sector/producto de la feria

En la feria se encontraban representados numerosos sectores de la industria agrícola y ganadera, que abarcaban desde fertilizantes, piensos y semillas, hasta una amplia gama de maquinaria que incluía tractores y sistemas de irrigación. Además del mercado de los fertilizantes, en el que Turquía es un mercado con gran potencial para las empresas españolas, cabe destacar el sector *agritech*. En las ediciones más recientes de AGROEXPO, se ha notado un aumento significativo en la presencia de agrotecnología, destinada a mejorar la eficiencia, la rentabilidad y la calidad en los sectores agrícola y ganadero (como drones, maquinaria de precisión etc.).

El mercado global de agrotecnología alcanzó aproximadamente los 23.500 millones de dólares en 2022 y se proyecta que crezca hasta los 79.700 millones de dólares en 2030. El gobierno turco, además, mediante el Ministerio de Agricultura y Silvicultura está destinando recursos significativos para llevar a cabo una serie de proyectos con el objetivo de impulsar el desarrollo del sector (por ejemplo, el Proyecto Türkiye de Clima Inteligente y Crecimiento Agrícola Competitivo TUCSAP en colaboración con el Banco Mundial). En el sector concreto de tecnología agrícola, España es el duodécimo exportador a Turquía, con una tendencia que ha sido creciente en los últimos años. Además de la propia calidad de la producción y tecnología, se ha observado que las empresas

turcas valoran muy positivamente el componente tecnológico y la calidad de los productos de origen español. Más aún, en la feria se advirtió que había empresas que, en el pasado reciente, o incluso presente, utilizaban componentes españoles para diseñar maquinaria agrícola (por ejemplo, componentes para sistemas de irrigación).

4.4. Recomendaciones

AGROEXPO sigue siendo una feria en la que predominan las empresas turcas, lo que puede representar una barrera significativa para las empresas o visitantes españoles, especialmente debido a las limitadas opciones de comunicación en inglés. Por lo tanto, se recomienda tener un intérprete o personal que hable turco para facilitar el establecimiento de contactos y la realización de reuniones durante la feria, así como para la asistencia a seminarios o eventos similares que se realizan en turco. Además, es aconsejable que las tarjetas de visita estén disponibles en inglés y turco.

Por otro lado, la participación en AGROEXPO puede llevarse a cabo tanto en *stands* individuales como en *stands* agrupados por país. Dentro de las empresas internacionales, aquellas con mayor reputación o tamaño optaban por *stands* propios. Sin embargo, también había *stands* de marca país respaldados por instituciones gubernamentales de los respectivos países, que acogían a empresas de diversos tamaños.

Es relevante señalar que los *stands* agrupados ocupaban una ubicación más favorable en el pabellón en comparación con los *stands* individuales, especialmente para las empresas de menor tamaño o recursos más restringidos. En este sentido, dado que la presencia española aún es limitada, la opción de participar en un *stand* grupal no solo podría mejorar la visibilidad, sino que puede ser un medio más económico para una primera experiencia y valoración del sector en Turquía y las oportunidades potenciales para las empresas españolas. Además, considerando la percepción positiva de las empresas turcas hacia los productos españoles, la marca país podría ser una ventaja competitiva importante.

En caso de que se quiera definir aún más la participación en la feria, se puede solicitar entrevistas con empresas locales antes de la celebración de la misma. Para identificar a posibles socios comerciales en el país, la Oficina Económica y Comercial de España en Ankara puede asistir a través de [Servicios Personalizados](#).

En conclusión, AGROEXPO es una feria de gran prestigio y tamaño donde el número de expositores y visitantes aumenta cada año, y cada vez más empresas internacionales de todos los continentes participan en este evento. Asimismo, se exhiben las últimas tendencias e innovaciones en agricultura y ganadería y, para las empresas especialmente, sirve como plataforma para entablar conexiones y buscar posibles socios locales en un país en el que son prácticamente imprescindibles para desarrollar el negocio.

5. Anexos

- **AGROEXPO**

Página web: <https://en.agroexpo.com.tr/>

Correo electrónico: international@orionfair.com

Teléfono: +90 533 134 20 67

- **Lista de expositores AGROEXPO 2024**

<https://en.agroexpo.com.tr/exhibitors>

- **Promoción hotel y transporte AGROEXPO 2024**

Página web: <https://en.agroexpo.com.tr/ulasim-ve-konaklama>

- **Datos de contacto de la agencia turística MICE Plus:**

Correo electrónico: ali@miceplus.com.tr

Teléfono: +90 533 435 85 93

- **Recinto ferial de Esmirna (Fuar Izmir)**

Página web: <https://www.fuarizmir.com.tr/>

Teléfono: +90 (232) 497 10 00

- **Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería de Turquía**

Página web: <https://www.tarimorman.gov.tr/Sayfalar/EN/AnaSayfa.aspx/>

Correo electrónico: tarimbilgi@tarim.gov.tr

Teléfono: +90 312 287 3360

- **Cámara de Comercio de Esmirna**

Página web: <https://www.izto.org.tr/en>

Correo electrónico: info@izto.org.tr

Teléfono: +90 538 054 40 27

- **Cámara Regional de Industria del Egeo**

Página web: www.ebso.org.tr

Correo electrónico: info@ebso.org.tr

- **Plataforma de contenido agrícola Webagron**

Página web: <https://www.webagron.com/>

Canal de Youtube: <https://www.youtube.com/@Webagron>

- **Fotos de AGROEXPO 2024**





Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones