

Incremento de la actividad de Maschio Gaspardo Ibérica en el primer trimestre de 2026

Durante los primeros meses del año, MASCHIO GASPARDO IBÉRICA ha reforzado su presencia en el ámbito agroalimentario a través de su participación en jornadas técnicas, eventos profesionales y acciones formativas. Estas iniciativas reflejan su compromiso con la innovación, la sostenibilidad y el desarrollo del sector primario.

El 5 de febrero, Montse Aroca, *product manager* de la compañía, participó en una jornada organizada junto a Agrovet y Ferti-nagro Biotech, en Mansilla Mayor, sobre herramientas de fertilización sostenible para maíz. “Compartir conocimiento con otros profesionales del sector es clave para avanzar hacia modelos de fertilización más rentables y respetuosos con el entorno”, señalaba Aroca.

Presencia en ferias y cercanía con el sector

La participación en ferias profesionales se ha consolidado como una herramienta clave para reforzar la cercanía con el sector.

Del 12 al 14 de marzo, tuvo lugar la 4ª edición de “AOVE&NUTS Experience”, Feria del Olivar y Frutos Secos, en Talavera de la Reina (Toledo), donde el concesionario de Toledo, Talleres Bernardo Martín, expuso una muestra representativa de la tecnología de la compañía.

Roger Martín, de Talleres Bernardo Martín, subrayó que esta presencia “permite reforzar la visibilidad de los equipos en el mercado, al tiempo que consolida la relación con el cliente final”.

Del 19 al 22 de marzo, la firma participó en la Fira de Sant Josep de Mollerussa (Lleida), de la mano de sus distribuidores oficiales Talleres Berga y Agrotec Solsona. En este espacio, MASCHIO GASPARDO IBÉRICA mostró su gama para el trabajo del suelo, siembra y cuidado de los cultivos. Toni Panadés, director comercial de



Jornada formativa para equipos técnicos y comerciales, el 17 de marzo, en Lebrija.

Agrotec Solsona, destacó que “las ferias permiten entender mejor las necesidades del sector y asesorarle en la elección de la maquinaria más adecuada”.

Por su parte, Ramón Berga, gerente de Talleres Berga señala que “estos encuentros son clave para poner en valor la innovación de la marca en un entorno real, donde el profesional puede comparar y resolver dudas”.

El 20 y 21 de marzo, la marca estuvo presente, junto a su concesionario Autoagrícola Jecar, en la Feria Multi-sectorial de Talayuela (Cáceres), donde se expuso maquinaria, acercando al público soluciones orientadas al trabajo eficiente del suelo.

En este contexto, José Carlos Miranda, propietario y gerente de Autoagrícola Jecar, destacó que “estar en estas ferias nos permite mostrar la robustez y versatilidad de los equipos y ofrecer soluciones ajustadas a cada tipo de explotación”.

Demostraciones, exposiciones, formaciones y jornadas a profesionales agrarios

Las jornadas técnicas han cobrado un papel protagonista durante este primer trimestre. El 23 de febrero, la marca presentó su nuevo punto de venta, Agrollen Motor, en Ejea de los Caballeros (Zaragoza), de la mano del concesionario Serrano Drona.

El 12 de marzo, tuvo lugar en el *Full Line Store MASCHIO GASPARDO* de Ferreras Comercial Agraria, en San Cipriano del Condado (León), la puesta en marcha de sembradoras de precisión, pulverizadores y abonadoras, así como la configuración de la app “My MG” en abonadoras y pulverizadores, de la mano del director de la MG Academy, Alessio Valeri.

El 19 de marzo, en el *Showroom* de MASCHIO GASPARDO IBÉRICA en Lebrija (Sevilla) se impartió una

formación con especial enfoque en sembradoras de precisión equipadas con unidad de siembra CHRONO.

“La transferencia de conocimiento directo al profesional agrario permite dar a conocer el máximo rendimiento de los equipos, mejorar la toma de decisiones en campo y avanzar hacia una agricultura más eficiente y tecnificada”, manifiesta Alessio Valeri.

Por otro lado, un grupo de profesionales del sector agrario, junto a los concesionarios oficiales Serrano Dronza, de Navarra; Agrollen, de Zaragoza; y Autoagrícola Sariñena, de Huesca, participaron en un viaje profesional a Italia, del 24 al 26 de febrero, para conocer de primera mano la innovación y la excelencia en maquinaria agrícola de MASCHIO GASPARDO.

Los participantes visitaron las principales fábricas de la compañía, distribuidas estratégicamente en distintas localidades del norte de Italia: la planta de Cadoneghe y de Campodarsego, situadas en la provincia de Padua; la fábrica de Morsano al Tagliamento, situada en la provincia de Pordenone; y la Planta de Concordia Sagittaria, en Venecia.

La formación, como pilar fundamental

La formación también ha sido fundamental durante este primer trimestre. El pasado 20 de febrero, la compañía celebró una sesión de capacitación online centrada en la gama de equipos de henificación y en aspectos clave como el posicionamiento de producto y la política de precios. Esta acción formativa se inscribe en el acuerdo estratégico firmado en 2025 con New Holland.

Por su parte, los *product managers* de la compañía participaron un año más en la XVII edición del programa internacional “Train the Trainers”, celebrada del 23 al 26 de febrero en la MG Academy, en Italia.

“Train the Trainers se ha consolidado como una de las principales plataformas de formación interna del grupo, orientada a garantizar un alto nivel de especialización técnica y una comunicación homogénea del conocimiento en todos los mercados en los que opera



Formación, el 12 de marzo, en el Full Line Store de Ferreras Comercial Agraria (León) sobre maquinaria y app “My MG”, impartida por Alessio Valeri, director de la MG Academy.

la compañía, y este año ha celebrado su décimo aniversario”, afirma Alfonso Egea, director general de la compañía. La compañía ha reforzado durante el primer trimestre de 2026 la relación con su red comercial mediante la celebración de distintos *Dealer Panels* en Portugal y en las zonas Noroeste, Sur y Noreste.

Del mismo modo, se han realizado jornadas formativas a los equipos técnicos y comerciales de sus concesionarios. Los días 10 y 11 de marzo en la zona noroeste, en el *Full Line Store* de MASCHIO GASPARDO de Ferreras Comercial Agraria, en San Cipriano del Condado (León), y los días 17 y 18 de marzo en la zona sur, en Lebrija. Las sesiones, impartidas por Alessio Valeri, Montserrat Aroca y Gonçalo Povoas, abordaron contenidos centrados en sembradoras monograno, fertilización y pulverización, así como en tecnología ISOBUS. Asimismo, las formaciones incluyeron sesiones prácticas de puesta en marcha y el uso de herramientas digitales como la app “My MG”.

La comunicación como eje estratégico

El compromiso de la marca con la comunicación y la visibilidad del sector agrícola quedó también reflejado el 26 de febrero, con la participación de Vanessa Garrido, directora de

Marketing de MASCHIO GASPARDO IBÉRICA, en la mesa redonda “¿Qué espera una empresa de un agroinfluencer y viceversa?”, celebrada en La Vega Innova (Madrid), centro de innovación digital dedicado al sector agroalimentario.

Asimismo, Garrido participó en la segunda edición de los Premios Agroinfluye, celebrados el 3 de marzo en Sevilla.

En este contexto, Garrido subrayó la importancia de estos espacios de encuentro para el sector: “La comunicación en el ámbito agrario ha evolucionado de forma muy significativa en los últimos años. Participar en estos foros nos permite escuchar, aprender y construir puentes entre la industria, los comunicadores y los profesionales del campo”.

El trimestre concluyó el 5 de marzo con la celebración del 40º aniversario de Agroquímica Molina.

Con estas acciones, la marca reafirma su papel como agente dinamizador del sector agrícola, destacando la importancia de la colaboración entre empresas, instituciones, comunicadores y profesionales del campo para

avanzar hacia un modelo más sostenible, tecnológico y competitivo.

📍 www.maschiogaspardo.com/es/web/spain

