

Entrevista con Marta Bermúdez de Castro

Marta Bermúdez de Castro, economista y Máster en Dirección de empresas, compatibiliza la dirección económica de AITIM con la Secretaría de la Federación Española de Pavimentos de Madera.

La Federación se creó a raíz de la I Convención del Pavimento de Madera, el 23 de Abril de 1994. El acto formal de constitución por la comisión gestora, tuvo lugar dos meses más tarde, exactamente el día 7 de julio de 1994.

Inicialmente la integraban cuatro asociaciones (Asociación Nacional de Fabricantes de Parquet, Asociación Profesional de Fabricantes de Recubrimientos Plásticos y Adhesivos, Asociación de Almacenistas y Distribuidores de Pavimentos de Madera de la Comunidad de Madrid, Asociación Provincial de Instaladores de Suelos de Madera de Madrid).

Actualmente además de estas asociaciones, la integran empresas de toda España, cubriendo todo el sector del pavimento de madera (fabricantes de parquet, tarima, rodapiés, fabricantes de barnices, pegamentos y colas, instaladores, almacenistas y distribuidores).

La FEPM se creó con el fin de establecer constante comunicación y vinculación entre todos sus miembros. Los objetivos fundamentales son:

- Defender los intereses generales de las empresas miembros. - Promover el consumo de parquet.
- Potenciar la calidad de la oferta nacional de pavimentos de madera para que todos los productos consigan la acreditación técnica correspondiente.
- Desarrollar un código ético de respeto entre las empresas miembros.
- Crear una base de datos de morosos.
- Conseguir respaldo institucional ante la Administración Pública para la ayuda en el fomento de parquet.

1.- Hace ya un año desde que se creó la FEPM y probablemente ahora las cosas se ven de distinta forma. ¿Cómo se sentía al principio?

- Estaba muy ilusionada. No es lo mismo empezar a trabajar en algo que ya existe desde hace tiempo, que comenzar con algo nuevo. También es cierto que me parecía una tarea difícil aglutinar a las cuatro asociaciones que ya existían, y sobre todo poner de acuerdo a un sector que dentro de la construcción es uno de los más



perjudicados, provocado en gran parte por la fuerte competencia, debido a la existencia de numerosas empresas pequeñas y muchas de ellas no especializadas, y a que nunca se han defendido los intereses generales, que benefician a todos, sino los intereses particulares de cada empresa, esto supone disputas por conseguir una obra con unas mínimas condiciones de contratación.

2.- ¿Cuales han sido los pasos seguidos por la Federación, para conseguir sus objetivos?

- Comenzamos legalizando la FEPM, se aprobaron y registraron sus estatutos, y creamos una estructura administrativa. La sede de la FEPM se ubicó en los locales de AITIM para que esta entidad nos apoyara inicialmente.

La captación inicial de socios, a parte de los firmantes del acta en la I Convención de Segovia, se hizo mediante un mailing que tuvo muy buena acogida en toda España, a pesar de las dudas lógicas por algunas empresas sobre los beneficios que la FEPM podría aportarles, otras muchas se interesaron y llamaron agradeciendo la labor de los promotores, felicitándoles por la iniciativa.

Se creó un logotipo, elegimos un roble porque en él se pueden ver representadas todas las empresas del sector. Para darlo a conocer hemos enviado diversas cartas y se ha editado un folleto dirigido a profesionales de la construcción y perscriptores explicando el mejor uso del pavimento de madera, donde además cada miembro puede incluir su propia publicidad.

Además de esto, se ha conseguido otro objetivo inicial importante, que

era crear una base de datos de morosos, para ello, dirigimos una carta al Tribunal de Defensa de la Competencia para que nos concediera la autorización precisa para poder utilizarla. Su importancia radica en evitar que miembros de la FEPM contraten con empresas fallidas. Aunque esta funcionando desde hace poco tiempo, ya está dando buenos resultados.

Pero quizás el hecho más importante de este año haya sido la celebración de la II Convención del Pavimento de Madera en el Parador de Sigüenza.

3.- ¿Cuál considera que ha sido la importancia de la II Convención?

- La importancia ha sido mucha, tanto para las empresas como para mí. Para las empresas porque a pesar de las discrepancias en determinadas

cuestiones, el ambiente fue bueno. Creo que es importante que los representantes se reúnan por lo menos una vez al año y así conseguir uno de los objetivos más importantes de la FEPM, que es el respeto mutuo entre sus miembros. La consecuencia más inmediata que he observado después de la celebración de esta convención, es que numerosas empresas han querido conocer quienes son el resto de los miembros de la FEPM. Del mismo modo, se ha dado a conocer la celebración de este hecho, mediante artículos de prensa en revistas especializadas del sector, lo que ha supuesto una publicidad importante tanto para la FEPM, como para todos sus miembros.

Para mí la Convención a supuesto el darme a conocer personalmente; en general, el trato con los miembros de la FEPM es ahora más personal. Además ya saben que existe una persona que va a intentar ayudarles en la medida de lo que pueda; ven a la Federación más real.

4.- ¿Cómo enfocan los miembros el tener como secretaria a una persona joven sin experiencia previa en el sector?

- Bueno yo ya había hablado con todos ellos por teléfono, y casi todos sabían que era una persona joven.

Trate de comportarme de forma natural y procuré no aparentar nada distinto a lo que soy realmente. En realidad, me preocupaba más que la organización fuera perfecta, y todo resultó bastante bien. Además debo decir que durante todo este año, me han ayudado mucho para que todo funcione correctamente.

5.- ¿Cómo ve el mercado actual del pavimento de madera?

- A pesar de mi poca experiencia en este sector, puedo decir que la tendencia es una mayor calidad en el producto fabricado y a un mejor servicio post-venta. Aunque todavía hay empresas y profesionales no especializados que destruyen el sector buscando el beneficio inmediato.

Los productos fabricados en España, tienen una calidad acreditada en la mayoría de los casos por AITIM o AENOR. Además los instaladores de la FEPM están creando un sello de instalador cualificado, fomentándolo con publicidad en radio y prensa, para eliminar del sector aquellos que no lo sean. En cuanto a la fabricación de colas y barnices se tiende un producto con valor ecológico.

Esta calidad lleva consigo que las empresas sean cada vez más grandes e importantes, el sector está evolucionando de empresas familiares a

empresas con una estructura administrativa importante.

Hay una expansión en el uso del parquet flotante, en detrimento de la tarima tradicional. Actualmente la cuota de mercado se encuentra estabilizada.

6.- ¿Cuales son los planes de futuro?

- Fundamentalmente seguir trabajando para que los objetivos de la FEPM se realicen, para que todo el sector se sienta identificado en la Federación y en definitiva, que los miembros federados aumenten sus beneficios y su cuota de mercado en base a la calidad del producto y servicio.

A pesar de que en los últimos dos meses el número de asociados ha aumentado bastante, hay que intentar conseguir más miembros para que la FEPM sea representativa de todo el sector y así alcanzar otros objetivos como el apoyo institucional o realizar una campaña publicitaria a gran escala, para fomentar el uso del pavimento de madera.

Ir preparando la III Convención para que allí se encuentren todo el sector del pavimento de madera.

Sinceramente, creo que después de la II Convención el futuro del sector está en la Federación.

atención.

Existe una conciencia cada vez mayor entre los industriales del sector de que los productos del parque que se comercializan deben hacerlo con una acreditación técnica, sello o marca de calidad. En estos momentos todavía existen algunos fabricantes que no tienen acreditado su producto con el sello de calidad de AITIM, ya que todavía no existe marca de calidad AENOR.

II Convención del Pavimento de madera

Tal y como se mencionó en el anterior boletín, la Federación Española de Pavimentos de Madera celebró la II Convención del Pavimento, reuniendo a 69 representantes de 47 empresas de todo el sector los días

9 y 10 de junio de 1995, en el Parador Nacional de Sigüenza.

Sin ser muy graves los problemas que se plantearon, sí destacaremos aquellos que fueron objeto de especial

En relación con lo anterior y para conseguir una calidad homogénea fue objeto de amplio comentario la necesidad de determinar unas diferentes calidades de parqué tomando como referencia la norma técnica UNE, porque cada vez más se está importando parqué de países que no tienen unas exigencias de calidad homologables a las del fabricante español; cuando además esta exigencia de calidad es un componente principal en la determinación del precio del producto a colocar. No obstante será un tema a estudiar con mayor profundidad para la próxima Convención. Los asistentes mostraron interés en que además de la acreditación de calidad del producto se incorpore también la del instalador y la del fabricante de barnices y colas. En este sentido, la Asociación de Instaladores de Suelos de Madera de Madrid ha creado el Documento de Instalador Cualificado APISMA. Los instaladores que lo han solicitado y lo tienen concedido se ven obligados a asumir su responsabilidad no ya sólo en el producto a colocar, sino también en las condiciones de ejecución de su trabajo. Este documento APISMA,

pretende ser el marchamo de profesionalidad del instalador responsable en la correcta colocación del parqué.

Se informó a los asistentes de la campaña publicitaria que en los meses de junio y julio de 1995 se está llevando a cabo para dar a conocer la acreditación profesional de las empresas de instalación que tenga concedido este distintivo de calidad, homologado oficialmente.

Uno de los objetivos previstos por la FEPM, en relación con todo este tema, es la creación de un premio al mejor producto y a la mejor instalación realizada durante el año.

También se comentó de pasada la idea de facilitar a todos los operarios de la instalación una cartilla profesional, en la que queden reflejado sus conocimientos, especialidad y tiempo en la actividad. Se pretende con ello continuar con la exigencia de calidad no sólo en el producto sino en los profesionales que realizan las distintas fases de la colocación del parqué. Será otro de los asuntos a profundizar y a

preparar para la siguiente Convención.

El tema de la formación profesional va unido a lo anterior, aunque de momento y dado las actuales circunstancias del mercado, de estancamiento, no existe demanda de nuevos profesionales.

Otro tema que preocupó mucho durante toda la Convención fue el establecimiento de un catálogo de principios aceptables por todos, en el que queden reflejados los compromisos asumidos por los empresarios de las empresas integrantes de la Federación en cuanto a facilidades comerciales, preferencia en el servicio entre las empresas asociadas, comunicación de morosos, compra y ventas en común, en suma, una mejor ordenación del sector no por vía de la reconversión, sino del acuerdo solidario y responsable de todo el sector del pavimento de madera.

De dichos principios enunciados, está ya en pleno funcionamiento el Registro Central de Morosos que ha sido autorizado por la Dirección General del Servicio de Defensa de la Competencia.

En cuanto a establecer mejores condiciones entre las empresas asociadas, es deseo de los asistentes el que se estudien qué medidas podrían ser éstas. Como no se quiere excluir a ninguna empresa, simultáneamente se seguirá llevando a cabo una captación de empresas no miembros para que se incorporen a este proyecto innovador de reordenación del sector. Es en definitiva, una apuesta de futuro que se pretende ir consolidando en el desarrollo de los temas ya tratados sobre la información dada de la II Convención y los apuntados en este breve repaso de aquellos otros que merecieron también una atención especial.