

Situación Actual y Posibilidades de Desarrollo del Mueble de Madera Maciza en España

AIDIMA- ZTB. FIMMA-MADERALIA,
8 Noviembre de 1991

AIDIMA, con el importantísimo patrocinio de **ZTB** (Centro Técnico de la Madera del País Vasco) y del **IMPIVA** (Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana) ha emprendido la realización de este estudio, primero de sus características que se realiza en España, cuyos objetivos básicos son:

- Profundizar en el conocimiento de la realidad actual del sector del mueble de madera maciza.
- Analizar la relación aserraderos-industria de muebles.
- Estudiar la posibilidad de un cambio de imagen del mueble de pino y en general de madera maciza.

Se trata en definitiva de establecer un diagnóstico sobre su problemática y el establecimiento de una posible estrategia de crecimiento.

Se trata, en definitiva, de establecer un diagnóstico sobre su problemática y el establecimiento de una posible estrategia de crecimiento.

En los múltiples estudios que se han abordado sobre el sector siempre nos hemos encontrado con problemas derivados de la falta de un aparato estadístico adecuado. Este estudio no iba a ser un excepción, desafortunadamente, sin embargo el análisis cuantitativo se ve reforzado por una parte cualitativa importante que enriquece a la vez que aporta suficiente información para el diseño de una estrategia de desarrollo del sector.

Características Generales del Sector

El sector maderero en el CEE es importante no solo porque supone una aportación importante de cuota al PIB comunitario, sino porque su tejido industrial está formado por pequeñas y medianas empresas que lo configuran como un sector de gran importancia social.

Según datos del INE de 1986 las empresas del sector del aserrado en España eran 2.460 y empleaban a un total de 15.504 personas. Su producción va generalmente destinada a 2ª transformación, que exige poca calidad,

como por ejemplo la fabricación de embalaje que supone un 35, 2% de las ventas del sector.

Se localizan principalmente donde existen masas forestales de importancia, es decir, en Galicia, en Castilla-León, en la cornisa cantábrica, en los Pirineos navarro y catalán, en el Macizo Central y en el Macizo Ibérico. Por término medio, el número de empleados en las empresas entrevistadas se situaría en torno a 28 empleados/empresa, media superior a la real del sector.

La edad media de los empleados se situaría alrededor de los 32 años por lo que el perfil de edad de los empleados en este subsector se podría valorar positivamente y definir como **joven**.

En cuanto a lo que se refiere al nivel medio de instrucción de los empleados presenta dos características bastante significativas: una escasa formación general unida a una escasa formación profesional.

El valor de la madera aserrada, cepillada y secada utilizada en el CE se eleva aproximadamente a 1,3 billones de pesetas en 1988 con un consumo superior en 20% al de 1980.

Hay que añadir que más de la mitad de la demanda introcomunitaria de madera aserrada, cepillada y secada ha sido satisfecha por las importaciones, esto unido al hecho de que las exportaciones son prácticamente inexistentes provoca una balanza comercial ampliamente deficitaria.

Existen unas 3.700 empresas que ocupan a más de 20 personas por empresa en la 1ª transformación de la madera. En 1988 había 72.580 personas empleadas en el sector del aserrado. El sector está dominado por pequeñas y medianas empresas por lo que sin lugar a dudas esta cifra es inferior a la real. A medio plazo se espera un crecimiento sostenido de la producción para alcanzar los 6.100 millones de ECUS en 1991 y por primera vez el porcentaje de penetración de las importaciones podría caer a menos del 50%.

Fundamentalmente si se considera la industria del mobiliario en su conjunto son las empresas medianas las que predominan.

La tecnología empleada en la producción de mobiliario obliga a las empresas a especializarse en ciertos productos y especialmente en el ámbito del mobiliario doméstico, si se consideran las actividades de diseño donde el fabricante produce un mueble moderno o que sigue la moda de una época.

El grado de concentración en la industria del mobiliario es relativamente bajo y es posible que se mantenga muy por debajo del promedio de otras industrias.

Los países del sur de Europa ocupan actualmente la posición más difícil debido al gran volumen de inversiones realizadas para modernizar sus estructuras de producción. El empleo en el sector ha evolucionado de forma negativa en los últimos años si bien podemos decir que últimamente gracias a una reciente y ligera reactivación esta tendencia a la baja ha sido detenida. Es necesario resaltar que pese a la introducción en la fabricación del CNC la reestructuración técnica no ha dado lugar a despidos.

Análisis productivo

La relación aserradero-fabricante de muebles es básica si se quiere conseguir un producto final de calidad. Por ello es imprescindible conocer y detectar la problemática existente y las necesidades de los fabricantes.

En términos generales es posible indicar que la gran parte de la madera que utilizan los fabricantes proviene de aserraderos nacionales, situados fundamentalmente en Castilla-León, País Vasco, Galicia y Soria. Sin embargo existe un porcentaje nada despreciable que adquiere la madera en aserraderos extranjeros, fundamentalmente de Suecia, Francia, EEUU y la URSS, a través de almacenistas. El motivo que argumentan es que se trata de maderas de mayor calidad, mejor clasificadas, con unas mejores dimensiones y medidas y con un mayor nivel de secado.

Se podría considerar que el nivel de calidad de la madera maciza que adquieren los fabricantes entrevistados, es en general bajo, lo que parece sugerir que existe en general un nivel tecnológico inadecuado en los niveles primarios del sector.

Fundamentalmente su producción está orientada hacia el mobiliario de hogar, que se constituye como producto principal. Mayoritariamente son, en orden de importancia, dormitorios, comedores y mobiliario auxiliar. Se trata de un mobiliario clásico, presentando el mayor grado de incidencia el llamado estilo provenzal, si bien es necesario apuntar que existe un elevado grado de confusión en cuanto a estilos se refiere. La

fabricación de mobiliario de estilo moderno tiene escasa incidencia en el nivel productivo, en cambio si tiene un mayor grado de presencia en el canal detallista, lo que evidencia que el fabricante presenta un relativo grado de asimetría con el canal de distribución.

Derivado del hecho de que la producción de madera es insuficiente para cubrir la demanda de las variedades que exige el mercado, las importaciones de madera de coníferas aserradas han ido aumentando en los últimos años, un 32,27% entre 1988 y 1990. Este hecho es preocupante por cuanto se está produciendo una tendencia alcista en los precios de las maderas procedentes de Suecia y de la URSS, dos de los principales orígenes de nuestras importaciones.

Demanda y Comercialización de mobiliario macizo

En términos generales la demanda del mueble de madera maciza está evolucionando en primer lugar hacia un mueble de mayor calidad y en segundo lugar hacia un mueble de mayor diseño.

El perfil del cliente de mobiliario de madera maciza podría definirse como una persona de edad media (35 a 50 años), de status medio, que destina sus compras de mobiliario para realizar el primer amueblamiento de la vivienda principal y en segundo lugar para reponer muebles de esta misma vivienda, y que realiza un gasto no muy elevado (el 47,3% menos de 200.000 ptas.).

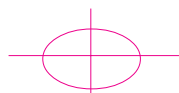
La principal imagen que percibe este consumidor es la de un mueble cálido y natural. Se trata de un consumidor que valora especialmente la atención al cliente en el establecimiento y la rapidez de entrega, y en el producto, la calidad y el precio. Tiene poco peso por ahora en su elección el tema de la comodidad y funcionalidad del mueble.

En términos generales se observa que los fabricantes entrevistados utilizan de media un número muy reducido de canales de distribución diferentes por empresa (1,5 canales de distribución/empresa).

Los canales de distribución más utilizados (comercios especializados y comercios tradicionales), son por lo general establecimientos con volúmenes de facturación relativamente bajos. Esta estructura de ventas basada fundamentalmente en pequeños clientes encarece notablemente los gastos de comercialización.

El 66% de las empresas entrevistadas concentran sus esfuerzos comerciales en el canal de distribución detallista especializado.

Existe un porcentaje significativo de fabri-



cantes que no hacen uso de las Ferias como canal lógico de promoción y lanzamiento de su productos.

Se da una disparidad entre los medios más utilizados y los más adecuados, mientras los primeros son de cobertura restringida (folletos en buzones, revistas), los considerados más adecuados son de cobertura masiva e indiferenciada (televisión).

Pasando a analizar el comercio exterior, se observa en cuanto a exportaciones de muebles de madera en el ámbito de la CEE que existe un elevado grado de concentración, en el sentido de que entre 4 países cubrieron el 77,72% de las exportaciones de muebles en el año 1989, más aún entre los 2 primeros - Italia y R.F.A - alcanzaron el 56,03% de las mismas.

Igual concentración se produce en el caso de las importaciones, donde tan solo dos países, R.F.A. y Francia suman un 49,85% de las importaciones realizadas durante 1989.

El principal país exportador a todos los países analizados es Italia, fundamentalmente se trata de muebles para comedor y sala de estar.

Las tasas de cobertura de Italia y Dinamarca son elevadas lo cual evidencia que poseen un sector exterior fuerte.

Los fabricantes de mueble de madera maciza utilizan los mismos canales de distribución en el exterior que el resto de los fabricantes de mobiliario, fundamentalmente recurren a importadores del país de destino y representantes propios.

Si bien no existen barreras técnicas al comercio internacional hay que añadir que en la práctica comúnmente ciertas especificaciones técnicas, entendiéndose normas, suelen aún no siendo de obligado cumplimiento, constituirse en el caso de algunos países en trabas sobre en temas como ignifugación y seguridad.

Por lo que al diseño respecta cabe señalar la gran variedad de estilos actualmente existentes en el mueble de madera maciza y que permite pensar que hay que buscar una línea distinta que le permita salir del círculo vicioso donde está metido, mueble barato-mueble kit-mueble para el campo.

Posibilidades de Desarrollo Sectorial

Dentro de la conceptualización que supondría una estrategia de desarrollo sectorial donde estarían implicados todos los agentes que componen este subsector, podríamos

citar las principales acciones considerando el corto, medio y largo plazo:

Corto plazo

- Participación de los aserraderos en la explotación forestal.
- Campaña de mentalización a través de charlas, conferencias, folletos divulgativos, etc. donde se insista en las características que necesariamente debe cumplir siempre la madera.
- Líneas de crédito destinadas a la modernización de los equipos productivos (regrueso, secaderos artificiales,)
- Potenciación y utilización de los consorcios a la exportación.
- Realización de congresos, reuniones, concursos, etc., de diseñadores, fabricantes, decoradores con el fin de definir los estilos dentro del sector del mueble.

Medio Plazo

- Continuación de los programas de investigación de la mejora genética aplicada al cultivo forestal.
- Implantación o mejora de los sistemas de transporte internos y de los de clasificación

de la madera.

- Estandarización de calidades de madera maciza y condiciones de almacenaje, transporte y secado.
- Etiquetar el producto con instrucciones de cuidado y mantenimiento dirigidos a los consumidores.

Largo Plazo

- Ejecución de los planes de política forestal a largo plazo.
- Creación de una marca de calidad "pino insignis".
- Creación de una marca común, ya que una acción conjunta posibilita la cohesión necesaria para una proyección con ciertas garantías de éxito más allá de nuestras fronteras.
- Realización de concursos de diseño, a escala nacional y con un alto nivel.

Se podría considerar que el nivel de calidad de la madera maciza que adquieren los fabricantes entrevistados, es en general bajo, lo que parece sugerir que existe en general un nivel tecnológico inadecuado en los niveles primarios del sector.