

# ENTREVISTA

## A David CARTWRIGHT

David Cartwright es el Director de la Sección de Desarrollo de Nuevos Mercados de COFI, que nos acompañó en todas las visitas realizadas en British Columbia.

76

*La competencia con el aluminio y el plástico es muy dura, pero hay una cuestión que no se considera. Si se incluyeran los costos de reciclaje ó eliminación de residuos estos productos aumentarían mucho de precio y ya no serían tan competitivos. Actualmente estos costos los paga el Estado pero no debería ser así porque se les está favoreciendo.*

**P. Nos llama la atención la separación entre Asociaciones con los mismos fines en el Este y el Oeste de Canadá, BPIB y COFI ¿Hay una tendencia a la unificación en el futuro?**

R. Nuestras relaciones con el BPIB son muy buenas. Nos reunimos dos veces al año. Lo que ocurre es que somos Asociaciones muy distintas en cuanto a bosques, productos y mercados. Si se produce una unificación será a muy largo plazo. Además COFI es mucho mayor que el BPIB.

De todas formas en Canadá podemos distinguir tres grandes grupos de entidades: en un primer nivel está Forintek como laboratorio de investigación y el Canadian Wood Council que se ocupa de la promoción en el mercado norteamericano.

En un segundo plano nos encontramos COFI, BPIB, CLMA e ILMA. Y luego en un tercero, otras asociaciones regionales con actividades parecidas al COFI. Como estas no tienen suficiente entidad, acuden a COFI para aprovechar una mayor concentración de esfuerzos; sobre todo de cara a la exportación. Una cosa es el mercado doméstico y otra el internacional, en el que COFI tiene muy buena implantación.

En Canadá el asociacionismo es muy fuerte y lo es por una razón muy clara. Las Asociaciones son el interlocutor directo con el Estado para negociar los aprovechamientos forestales, ya que éste posee la mayoría de la superficie forestal. (El Estado posee alrededor del 93%, el 6% es privado y el 1% pertenece a grupos varios como reservas indias o instalaciones militares).

Con asociaciones de otros países tenemos relaciones cordiales siempre dentro de lo que es la competencia normal. Por ejemplo con la WWPA, APA o Southern Yellow Pine de EE.UU. que serían, digamos, nuestros competidores, estamos unidos en políticas comunes como la lucha contra materiales alternativos como el aluminio, el acero

o el plástico.

**P. ¿Podrías detallar más a que te refieres con esta competencia?**

R. En efecto, esta es una preocupación a corto y medio plazo. Algunos nuevos mercados e incluso otros que dominaba la madera, corren peligro. Me refiero a materiales semielaborados relacionados con la construcción: paneles decorativos, revestimientos superficiales, torneados, carpintería, etc.

La competencia con el aluminio y el plástico es muy dura, pero hay una cuestión que no se considera. Si se incluyeran los costos de reciclaje ó eliminación de residuos estos productos aumentarían mucho de precio y ya no serían tan competitivos. Actualmente estos costos los paga el Estado pero no debería ser así porque se les está favoreciendo.

**P. ¿Cuáles son las tendencias en el mercado de la madera en British Columbia?**

R. Canadá exporta desde hace 250 años. Antiguamente se exportaba mucho en rollo (fundamentalmente a Inglaterra y Europa en general) pero ya no se hace, ahora se manda procesada.

Actualmente en B.C. se producen dos tipos de producto. Uno primario, que es la madera aserrada corriente, con gran volumen de producción y poco valor añadido, la mayor parte de la producción es en dimensiones que llamamos commodity. Y luego un producto secundario, más variado y de mayor valor añadido, que incluye tabla (no tablón) con calibrados de hasta 1 mm, tablero laminado, cerchas, machihembrados, torneados, madera empalmada con uniones dentadas, revestimientos decorativos, etc.

Por ejemplo el BC WOOD, del que creo que hablaréis en la revista, es un grupo formado por fabricantes generalmente pequeños, aunque hay algunos grandes, que compran el producto primario

*Las Asociaciones son el interlocutor directo con el Estado para negociar los aprovechamientos forestales, ya que éste posee la mayoría de la superficie forestal.*

77

a los grandes y lo mecanizan y procesan.

El sector forestal está en transición. Lo que antes era sólo madera aserrada, tablero contrachapado y pasta, ahora se ha complicado.

Antes sólo se pensaba en el mercado norteamericano, pero ahora hay que abrir nuevos mercados. En los últimos 6 años, por ejemplo, ha aumentado mucho la exportación a Japón.

**P. ¿Esta incertidumbre respecto a los cambios de mercado pueden afectar a la marcha de las empresas considerando las grandes inversiones realizadas?**

R. Las plantas, en ciertos casos están amortizadas. Las principales inversiones que se deben hacer son para controlar la contaminación del medio ambiente y la modernización requerida para mantener la competitividad.

**P. ¿Y en cuanto a tecnología, cómo están?**

R. Tenemos que mantener la competitividad con otros países.

En Escandinavia las plantas están más avanzadas, pero es que allí se cortan árboles de hasta quinta generación, con un bosque uniforme con caminos forestales ya construidos. Los medios utilizados ya están amortizados.

En Canadá todavía estamos cortando el bosque primario, con una variedad de especies que impiden amortizar. Hay bosques sobremaduros con

calidad y sin ella. Si se emplea alta tecnología en Canadá tendríamos pérdidas, simplemente por el cambio continuo de tamaño de las trozas.

De todas formas aquí hay empresas muy modernas y muy automatizadas. Tenemos, por ejemplo, una tecnología interesante de transporte fluvial. Se utilizan barcos que transportan los troncos y los vuelcan cerca de los centros de producción o fabricación. En cualquier caso, sí, hay que seguir en la vía de la automatización.

**P. Hemos observado una cierta escasez de tratamientos selvícolas.**

R. British Columbia es muy grande y la mano de obra es muy cara. En algunas zonas se hacen claras y podas.

Se repuebla con 3 árboles por cada uno cortado. Y esto sin tomar en cuenta la repoblación natural en ciertas áreas. Pero no podemos competir en este campo con ciertos países.

Por ejemplo, en Chile sé que se da un turno de 25 años (aunque se quiere pasar a 32) y se hacen aclareos y podas para obtener trozas libres de ramas de hasta 8 metros.

**P. ¿Interesa el mercado en España?**

R. Por motivos geográficos, Escandinavia, Chile, USA y el Este de Canadá enviarán, lógicamente, productos commodity a España.

Aquí, en el Oeste, sólo podríamos competir con productos de más valor añadido: revestimientos interiores y exteriores, torneados, vigas sólidas de grandes secciones, etc.

Los árboles de nuestra Costa no tienen competencia por sus dimensiones, pero los del interior han de competir con los de Chile, Nueva Zelanda, Sudáfrica y USA.

Estos son los cambios de mercado que comentábamos antes. Chile y Nueva Zelanda compiten con precios más bajos, aunque con calidad inferior... pero es que para la construcción no se necesita más. La estrategia debe llevar a buscar productos de mayor valor añadido, como los moldurados ya comentados. Hay que buscar mercados específicos para cada producto. En general hay que tender a productos de gran calidad que requieren un control que no pueden dar otros países. O, por lo menos, que no lo pueden garantizar. Y en esto me refiero a la entrega en las condiciones requeridas, calidad, plazo y precio. Hay mercados que prefieren pagar un poco más pero a cambio de seguridad.

Por ejemplo Rusia ha tenido problemas de entrega. Escandinavia lo hace muy bien y Chile está mejorando en este tema.

**P. ¿Y las casas de madera?**

R. El tema va a muy largo plazo. Es muy difícil. A COFI le costó casi 10 años introducir esta tecnología en Japón. Pero es que allí estaban acostumbrados a construir con madera. Hacían post & beam y no ha sido tan difícil pasar al sistema

canadiense. Hoy se construyen alrededor de 50.000 viviendas con nuestro sistema. Y ya han empezado a hacerlo China, Corea del Sur y Taiwan.

En Japón el proceso de desarrollo de mercado fue muy rápido. Ese país pasó rápidamente de importador de madera en rollo a importador de madera aserrada y cepillada. De forma parecida ahora han pasado de la madera aserrada a la importación de componentes prefabricados.

El gran problema es la aceptación del cliente y la variación de los códigos o normativas en construcción en cada país. Normalmente se requieren al menos 5 años para comenzar a ver el éxito en la transferencia de la tecnología.

Yo sugeriría empezar por elementos sueltos. Primero las cerchas, que pueden tener una aceptación más rápida. Luego los paneles de división interior. Por último ya llegarán los muros exteriores y ya estaría preparado el terreno para todo el conjunto.

Creo que se podría introducir más fácilmente la casa recreacional en la que se busca algo más rústico y de valores cálidos, aunque se trate de una vivienda tecnológicamente avanzada.

En Inglaterra se siguió una estrategia muy interesante que fué unirse a los fabricantes de ladrillo. Es curioso pero fué así, al tener ellos el mismo riesgo de competencia con el bloque de hormigón vibrado, que podía reportar ventajas por su menor mano de obra. Actualmente creo que la cuota de mercado allí está en torno al 6-7%.

**P. En nuestra estancia aquí se ha hablado poco y hemos visto poco en relación al mueble. ¿Es algo que no interesa?**

R. La realidad es que no existen grandes fábricas en esta parte del país. Pero es que hay una explicación sociogeográfica. Las únicas grandes ciudades del Oeste en esta latitud son Vancouver y Seattle que comparativamente son pequeñas al

*En Escandinavia las plantas están más avanzadas, pero es que allí se cortan árboles de quinta generación, con un bosque uniforme con caminos forestales ya construidos. Los medios utilizados ya están amortizados.*

*La estrategia debe llevar a buscar productos de mayor valor añadido, como los moldurados ya comentados o los clasificados mecánicamente MSR.*

compararlas con que Toronto o Nueva York. Esto podría cambiar y espero ver plantas fabricando muebles en Columbia Británica en un futuro no muy distante.

Aquí ya se trabaja el Knock-Down, creo que lo llamáis tablero alistonado para hacer mueble tipo Kit. Ellos trabajan con IKEA y otros distribuidores.

**P. En Europa el camino lógico que se ha pensado para el aumento de la competitividad en las empresas ha pasado por dos vías: el control de calidad y el diseño industrial. ¿Son puntos ya alcanzados en Canadá?**

R. Aquí la cultura de la calidad está muy implantada desde hace años. Lo exige el cliente y el Estado vela por su cumplimiento a través de los Sellos y Marcas de Calidad que gestionan diferentes Asociaciones.

Si alguien no tiene Marca se hunde porque no puede competir.

Aquí cuando hay denuncias se les da prioridad absoluta. Precisamente ayer se me presentó un caso de éstos y tuve que dedicarme a él durante toda la

mañana. Era un fraude producido por un barranquero (allí se llama almacenista ¿no?) que vendía un tablero estructural con un sello que no tenía derecho de uso. Como se trataba de una exportación a EE.UU., intervino hasta el FBI.

Hay diversidad de Marcas pero todas están acogidas a la misma normativa. La CSA (Canadian Standard Association) reconoce a diferentes instituciones para otorgar marcas. En los demás temas se funciona como en Europa.

COFI tiene en propiedad una Marca propia para distintos productos; las dos más importantes son para nuestros tableros contrachapados para uso exterior y la madera aserrada.

**P. ¿Cómo ves la evolución inmediata del comercio canadiense de madera aserrada?**

R. Canadá continuará como el principal país exportador de madera aserrada de coníferas. Creo que logrará mantenerse en este lugar a pesar de los esfuerzos de otros importantes productores, como lo son los países Escandinavos, Rusia, los Estados Unidos de N.A., y más recientemente, Chile y Nueva Zelanda.

Tendremos, eso sí, que esforzarnos en términos de calidad y precio. También es importante reconocer los requisitos de mercado y suplir un

*Si alguien no tiene Marca se hunde porque no puede competir. Aquí cuando hay denuncias se les da prioridad absoluta. Precisamente ayer se me presentó un caso de éstos y tuve que dedicarme a él durante toda la mañana. Era un fraude producido por un...almacenista...que vendía un tablero estructural con un sello que no estaba vigente y que no cumplía. Como se trataba de una exportación a EE.UU., intervino hasta el FBI.*