

Entrevista con Ohto Nuottamo, Gerente de ENSO IBERICA S.A.

96

P. ¿Cuándo y por qué motivo aparece Enso Ibérica S.A. como oficina de representación de Enso-Gutzeit Oy en España?

R. Tradicionalmente Enso-Gutzeit Oy exportaba diversos productos forestales a España. La progresiva importancia del mercado español le hizo ir tomando participaciones accionariales en Nórdico S.L, la agencia que había comercializado su celulosa y que posteriormente sería el embrión de Enso Ibérica S.A. Es a partir de los primeros años ochenta cuando se decide establecer una oficina comercial propiedad al 100% de la casa matriz, a la vez que se abandonan organizaciones comerciales comunes con otras empresas finlandesas. Creo que puede decirse que Enso fue la primera compañía forestal finlandesa que tuvo una noción exacta de la enorme importancia que el mercado español llegaría a tener.

P. ¿Qué lugar ocupa en la actualidad España como mercado de exportación de productos de Enso?

R. Hoy en día España es el quinto mercado mundial para Enso, sólo superado por Reino Unido, Alemania, Francia y Holanda, y por encima de otros como Estados Unidos o Italia. Además, creo que el avance más espectacular ha sido el apostar claramente por este país como destino de las inversiones de la empresa. Enso dispone hoy de dos fábricas en Cataluña, una para fabricación de cartoncillo y otra para tubos de cartón, y de dos manipuladoras de papel, lo que ha implicado un sensible aumento de la plantilla de la empresa, que en 1983 estaba formada por 3 personas y hoy supera los 400 empleados. Es obvio que esto demuestra que la apuesta de la casa matriz por este país es firme y duradera. A la vez se consigue que todo lo relacionado con el mercado español tenga enorme trascendencia en los niveles directivos de la compañía lo que repercute en

estrategias más claras y definidas tanto de producción como de ventas.

P. A diferencia de otras compañías, su oficina de ventas representa todos los productos del grupo, sin que haya agentes independientes que se encarguen de comercializar la madera aserrada o la celulosa. ¿Qué ventajas y qué inconvenientes presenta esto?

R. Nosotros consideramos que todas las actividades del Grupo Enso en España deben estar coordinadas desde aquí, y que además el estar centradas en una única oficina facilita aspectos como los embarques o la negociación con terceros involucrados del estilo de estibadores, transportistas o bancos. Eso no quiere decir que no se sigan las estrategias que cada división fija en Finlandia, pero siempre tras analizar su idoneidad para las condiciones del mercado español. Al final, se busca dar una imagen común del Grupo Enso ante los clientes evitando que para acceder a diversos productos elaborados por una misma empresa finlandesa tengan que usar interlocutores diferentes y compañías distintas.

P. ¿Qué importancia tienen las ventas de madera aserrada dentro de Enso Ibérica S.A? ¿Cómo se estructuran en la organización?

R. Enso es hoy en día el mayor productor de madera aserrada de Europa, con cerca de 1.5 millones de m3 anuales. Además, en España Enso Ibérica representa a Vapo Timber Oy que produce otro medio millón de m3. Con estos antecedentes es obvio que el papel de la madera aserrada es fundamental en la idea que del mercado español tiene la compañía. Para mí es, además, un tema particularmente interesante ya que mi primera labor cuando llegué a España hace doce años fue encargarme de las ventas de madera aserrada lo que me resultó muy atractivo tanto por mi formación forestal como porque, según

cuenta mi padre, ya mi bisabuelo venía a este país con barcos de madera que descargaba en Vinaroz. En cualquier caso, la importancia de las ventas de madera en Enso Ibérica es creciente. En los últimos cinco años hemos incrementado constantemente nuestras ventas y aumentado sensiblemente el número de clientes.

En lo referente a la organización, existe un departamento de madera aserrada dentro de Enso Ibérica con autonomía plena. De este departamento dependen igualmente otras actuaciones de la empresa en España en el campo de la reforestación, los viveros y temas medioambientales, por lo que su peso específico en el organigrama interno es grande.

P. Tradicionalmente se ha considerado la madera aserrada finlandesa como inferior a la sueca. ¿Cuál es su opinión al respecto?

R. Las especies forestales no tienen nacionalidades. Lo único que distinguen es la latitud, la altitud y el clima y a este respecto no hay diferencias mayores entre Finlandia y Suecia que las que hay dentro de cada uno de los dos países entre Norte y Sur. Tampoco es distinta la silvicultura aplicada en ambos, por lo que las masas forestales tienen condiciones semejantes. Lo que sí es cierto es que históricamente los suecos han sabido valorar más correctamente la importancia del mercado español y han estado presentes en él con ideas más claras que los finlandeses. La gran penetración de las marcas suecas no sólo entre los importadores y almacenistas sino incluso entre los clientes de éstos es una excelente muestra de lo que uno consigue insistiendo para introducirse sistemáticamente durante años. Aún así, me atrevo a decir que en cuanto a materia prima, pocas zonas producen un pino silvestre tan excelente como la región finlandesa de Karelia donde se obtiene madera de malla muy apretada y un aspecto decorativo particular.

P. Tanto el Grupo Enso como Vapo disponen de marcas procedentes de aserraderos del Centro de Finlandia y otras del Sur. ¿Existen diferentes estrategias sobre ambas? ¿Son los clientes igual de receptivos con unas y otras?

R. La estrategia de Enso Ibérica en España se ha centrado en una primera fase en devolver al nivel preponderante que tenían a las marcas tradicionales de ambas casas, es decir Aunus y Nurmes. Hoy en día es una satisfacción para nosotros el poder decir que importantes volúmenes de ambas se comercializan aquí sin problemas de aceptación y sin diferencias con las mejores

marcas suecas. En cuanto a las marcas de aserraderos situados más al Sur, como HC o los del antiguo grupo Tampella, es evidente que proceden de zonas en que por las características geográficas de Finlandia hay más días de sol y el crecimiento, sin llegar a ser rápido, es menos lento que en las anteriormente citadas. Por ello hay clientes que las usan como alternativa frente a las del Sur de Suecia, que en grano y textura se les parecen más. Pero eso no quiere decir que sean mejores ni peores, sino simplemente diferentes.

P. Coméntenos su opinión sobre el proceso de fusiones de empresas productoras de madera aserrada que ha tenido lugar en Finlandia y sus consecuencias en el mercado de exportación.

R. Mientras en Suecia se han mantenido en mayor número los pequeños aserraderos independientes, en Finlandia se ha producido un agrupamiento de cuatro o cinco grandes grupos de empresas forestales, generalmente integradas, es decir con bosques propios que aseguran la disponibilidad futura de materia prima, con celulosas y fábricas de papel que consumen parte de los subproductos de los procesos de aserrado, y con mayor potencial económico y humano. La explicación fundamental es que a juicio de los finlandeses, la competencia dentro de mercados cada vez más libres e intercomunicados exige mayor tamaño de las empresas, lo que racionaliza inversiones y disminuye costes. Para los aserraderos, una vez integrados en estos grandes grupos, una decisión clave a tomar es si mantener las marcas propias de cada fábrica o unificarlas. Nosotros hemos optado por mantenerlas diferenciadas, porque creemos que esto favorece a los clientes más que la unificación. En cambio, lo que parece cada vez más claro es que la optimización de los abastecimientos de madera y de la producción se consigue dedicando aserraderos a una especie única, es decir, produciendo sólo abeto o sólo pino en cada fábrica y no mezclando ambas producciones. Es previsible que en el futuro esta sea la tendencia de los grandes grupos formados.

P. ¿Cuál es a su juicio la correcta estrategia a seguir por los productores escandinavos frente a la competencia de otros materiales?

R. Como finlandés siempre me ha sorprendido la pérdida de mercado de la madera frente a materiales a mi juicio menos naturales y con peor perfil medioambiental, como el aluminio y el PVC, muy usados en carpintería. Sin embargo, creo que la cada vez mayor preocupación por estos temas en la opinión pública juega a favor de la madera.

Los productores y los importadores deben favorecer claramente el mayor conocimiento de las propiedades y ventajas de la madera como material a emplear, a la vez que se debe realizar también un esfuerzo por mostrar la enorme gama de usos finales en los que puede utilizarse madera, saliéndose un poco de los empleos tradicionales. Algunos de nuestros clientes han apostado por esta vía imaginativa, montando exposiciones en sus almacenes donde pueden verse usos de la madera novedosos para sus clientes. De acuerdo con lo que me dicen, el experimento les está saliendo bien.

Junto con esto hay que llevar el conocimiento de la madera a los prescriptores de obras, arquitectos fundamentalmente, para que les sea tan sencillo trabajar con ella como con hormigón, cemento o cualquier otro material de los que disponen. Este camino ya se ha empezado a recorrer con obras como la Guía de la Madera que Vds. han elaborado, pero debe continuarse con jornadas sobre madera en construcción a realizar en diversas zonas de España, o actos en Centros de Formación tipo Universidades, siempre de la mano de los importadores y almacenistas.

P. ¿Cómo ve en el futuro la competencia de madera aserrada de otros países?

R. Las importaciones de Rusia, aparentemente, van a seguir a bajo nivel durante algún tiempo. Es obvio que disponen de madera, pero no les será fácil recuperar sus niveles de exportación antiguos en la difícil situación por la que atraviesa el país. En cuanto a Canadá, un cambio en la paridad de las divisas podría hacer volver productos como el SPF, aunque hay que tener presente que la visión del mercado europeo de los canadienses está aún, a mi juicio, dominada por la especulación más que por la regularidad comercial. Aún así, nosotros hemos suscrito acuerdos de representación para toda Europa con la empresa canadiense Weldwood con la intención de sujetarles más en el mercado a medio y largo plazo.

Lo que sí es destacable, a mi juicio, es que independientemente de las situaciones puntuales de mercado, que benefician a unos o a otros, los escandinavos tienen a su favor el aspecto medioambiental al proceder su madera de bosques correctamente gestionados con muy escasa controversia sobre su aprovechamiento. Esta circunstancia no se da en algunos suministradores actuales ni tampoco en los mercados emergentes actuales como los países bálticos o del Este. Si analizamos los requisitos fundamentales de la madera aserrada, es decir, buena materia prima explotada de manera ecológicamente sostenible y racional, productos bien elaborados, con

normas de clasificación aceptadas y conocidas por ambas partes, buena presentación, grado correcto de humedad y seriedad en la relación, la madera escandinava presenta a mi entender claras ventajas.

P. ¿Cómo va a afectar el ingreso de Finlandia en la Comunidad Europea al comercio de madera aserrada?

R. Desde que la Comunidad Europea concedió trato preferente a los países de la EFTA, entre los que se encontraba Finlandia, el comercio con España se vió claramente favorecido. Posteriormente, al crearse el Espacio Económico Europeo, los pocos aranceles que quedaban fueron desapareciendo, por lo que ahora el principal cambio va a venir dado por la simplificación de trámites aduaneros del estilo de certificados de descortezado y EUR 1. También se van a producir modificaciones en temas como el pago del IVA que afectarán algunos términos comerciales usados: por ejemplo, las ventas DDP deberán ser abandonadas. Creo por tanto que los efectos van a ser más formales que reales. Lo que sí está claro es que al unir su destino con el del resto de los países de la CEE, el intercambio de todo tipo, comercial, cultural, social, entre Finlandia y los demás va a verse favorecido.

P. Por último, ¿cuáles son los principales problemas que existen en las exportaciones finlandesas de madera aserrada a España?

R. Desde que yo recuerdo, uno de los problemas más graves ha sido la dificultad de los embarques. En ocasiones, encontrar barco entre los dos países es misión imposible. La existencia de líneas regulares con Bilbao y Gandía ha ayudado en parte a facilitar la situación, pero aún es difícil solucionar el problema en otros destinos. Junto con ello, la ya mencionada actitud de los aserraderos de adoptar actitudes especulativas ha creado situaciones difíciles. También las especificaciones empleadas en algunas zonas del país, con enormes cantidades de sextas, juegan en contra de la relación comercial. Hay que recordar que la materia prima es la que determina la producción, y del monte sale un porcentaje de quintas muy superior al de sextas. Eso no se puede cambiar. Además, mi opinión personal es que si se quiere apostar por la madera como material hay que optar por la calidad más que por el precio. Los implicados en este negocio debemos ser los primeros en afamar la madera, no empleando calidades o especies inadecuadas en algunos usos. No hay que olvidar que si surge algún problema posterior, la opinión pública lo va a asociar con la madera en general y no con tal o cual especie mal empleada.