

Joaquín Giner

Presidente de AIDIMA y de la Feria del Mueble de Valencia marca las directrices para la industria del mueble española

En una entrevista que la revista Muebles de España ha realizado a D. Joaquín Giner con motivo de la feria de Valencia FIM'96, el Presidente expone su pensamiento sobre la feria, el recinto ferial, sus necesidades y las actuaciones que se van a ir tomando para que junto con Colonia y Milán sigan siendo las 3 ferias más importantes de Europa.

Pero también en esa entrevista se habló del sector y sobre todo de la exportación.

D. Joaquín Giner, dirige una de las mayores empresas del país, Federico Giner S.A., preside AIDIMA y desde el año 1994 lo hacía también en la Feria del mueble de Valencia. Es una de las personas más lúcidas, con mayor conocimiento del sector del mueble y capacidad de trabajo.

Lo que expone en su entrevista, su reflexión sobre el sector, nos ha parecido tan interesante que recogemos algu-

na de las ideas por él expuestas.

El caso italiano

Comenta que *el secreto de Italia es su industria auxiliar, Italia descentraliza totalmente su producción. Una gran industria italiana es una fábrica de 40 ó 50 trabajadores. La subcontratación es la base de su producción. Una fábrica italiana crece con rapidez por la enorme cantidad de industria auxiliar que tiene. Existe un grupo que diseña las piezas; esas piezas las hace otra empresa; las estructuras (por ejemplo de hierro), otra diferente; la tapicería, una fábrica complementaria; de forma tal que la primera empresa solamente se dedica al diseño y al montaje, es únicamente receptora. El resultado final es como el de una gran industria de 300 trabajadores cuando en realidad sus empleados no superan los 20.*

Mercado

Por otra parte, la industria italiana es tradicionalmente exportadora. El sector del mueble en Italia posee una producción anual de 2 billones de pesetas, y exporta billón y medio. Nosotros, con una capacidad de producción superior al billón, nos quedamos en 800.000 millones, de los cuales exportamos 200.000.

Los italianos tienen una política exportadora muy agresiva. Hace diez años, íbas a Riad y casi todos los vendedores eran italianos. Actualmente, vas a la India y allí están ellos también. Te vas al rincón más perdido del mundo y te encuentras un italiano con su catálogo.

Esa agresividad la han plasmado igualmente en la Feria de Milán. Milán es una feria agresiva, plagada de compradores extranjeros. Es otra de las ventajas de Milán sobre Valencia: la cantidad de compradores extranjeros que acuden al certamen. En este punto lleva la delantera incluso a Colonia.

Empresas españolas e importación

Preguntado sobre la exportación, indica que *el español difícilmente es exportador. Hay quien tiene una mentalidad exportadora, pero, en general, como consecuencia de lo poco que se ha preocupado la estructura del gobierno de ayudar a los exportadores, llevamos años de retraso.*

Ahora, debido a la crisis que hemos tenido, el gobierno está fomentando la exportación, el fabricante toma conciencia de la necesidad de exportar y estamos recuperando el retraso a marchas forzadas. Al fabricante español ya lo encuentran en Seúl, en Moscú, en Indonesia, en Malasia y hasta en Sudáfrica. En estos momentos el mismo fabricante se preocupa de realizar las operaciones directas o inversas, se han formado consorcios y la exportación está en la mente de casi todos los fabricantes.

Sobre los beneficios del mercado único para la exportación, contesta que en su

opinión, lo que más nos ha beneficiado ha sido la devaluación de la peseta.

Nosotros no teníamos más que un camino: la exportación. El mercado nacional había entrado en crisis y exportar era la solución más efectiva para el sector. El español ha sido original e imaginativo, se ha ido adaptando a los gustos y necesidades de cada mercado y, a partir de ahí, ha empezado a exportar. Actualmente, tenemos un mercado bueno en Francia, muy decente en Alemania, tremendamente original con sus dificultades y capacidad de compra en Rusia, muy bueno en Indonesia, Malasia, Hong Kong, Singapur, Taiwán, Corea, países árabes... Cada vez vamos abriendo más mercados y consolidando los que ya tenemos.

A pesar de todo ello, aún nos queda un largo camino por recorrer. Actualmente, estamos exportando 200.000 millones de pesetas y, con la superficie y la productividad que tiene la industria del mueble, deberíamos exportar 600.000.

El mercado nacional

A la pregunta de que si el volcarse hacia la exportación puede poner en peligro el mercado nacional dice que *lo importante es exportar. No creo que la importación de muebles del extranjero suponga un peligro para nosotros. La exportación tiene mucha más fuerza. Además, la tienda contaría con una mayor variedad de productos. De todos modos, el mercado nacional no se abandonará nunca, porque es el más cómodo que tenemos. Lo que puede ocurrir es que el empresario reorganice sus clientes y seleccione entre ellos, con lo cual también ayudará a las tiendas porque no se verá su mueble en todas partes, únicamente en los comercios que se adecúen más a su tipo de mueble y que el mismo empresario considere más convenientes.*

Los consorcios

A continuación contestando

a una serie de preguntas expone sus ideas sobre los consorcios, que estima son la pieza clave de la exportación. *Pienso que para exportar estos millones, hay que ser tremendamente competitivos. Para aumentar la exportación, necesitamos que funcionen los consorcios y que funcione la industria auxiliar, es decir disminuir los costes para alcanzar esa competitividad. Si funcionan los consorcios, hablamos de una reorganización de gestión para vender, y si funciona la industria auxiliar, estamos hablando de un aumento de producción. Estos son los dos grandes elementos que harán posibles ese volumen de exportación de 600.000 millones de pesetas.*

Hace falta una cultura del consorcio. La figura del gestor es importantísima y todavía no se tiene conciencia de la gran trascendencia de esta figura.

Debe ser un hombre con experiencia, conocedor del comercio exterior, no hace falta que tenga conocimiento del mueble.

En un consorcio, interesa un gestor capacitado, pida el sueldo que pida. En ocasiones se tiende a colocar como gerente a un conocido o a un familiar. Esto suele ser un error.

Por otra parte, cuando im-

pone la ley y el orden, hay que obedecerle. *Aunque los integrantes del consorcio no estén de acuerdo, el gerente es el experto y su consejo en algunos temas es importantísimo: unificación de catálogo, adaptación de producto o conveniencia de ciertos mercados, por ejemplo.*

La figura del gerente siempre se ha discutido y no debe ser algo discutible cuando se trata de una persona con experiencia. Insisto: pida el sueldo que pida. El gerente es fundamental.

Maastrich

Sobre Maastrich dice que *constituye todavía un gran interrogante para el empresario. Personalmente tengo una cosa clarísima: llegar a la Unión Europea muerto, no me interesa.*

Yo entiendo que Maastrich es bueno para el gobierno. Ellos te dicen: si llegamos a Maastrich, no habrá inflación; si no hay inflación habrá empleo. Esto tan sólo es una teoría que quizá no coincida con la idea del industrial.

Los mismos institutos alemanes han aconsejado a Kohl que aplase la Unión Económica y Monetaria. ¿Qué nación del mundo cumple todos los requisitos? Noruega, por

puede costar mucho, porque un ajuste presupuestario de tal magnitud puede suponer una disminución de las inversiones públicas y, por ejemplo, las grandes industrias pueden salir perjudicadas. Llegar a los requisitos de Maastrich es ajustar el presupuesto, y esto supone la posible desaparición de estas empresas.

Llegar a la Unión con el presupuesto ajustado, con la inflación que se señala, con el crecimiento económico que se establece, cumpliendo todas las condiciones, supone un enorme esfuerzo para un país como España. Para asegurarse la Unión Monetaria, todos deben cumplir las prescripciones de Maastrich. ¿Y cuáles son los países que pueden llegar a ello? Los países preparados: el norte de Europa. Establecer una Europa de dos velocidades tampoco es interesante para nosotros.

ejemplo. Y a Noruega no le importa Maastrich en absoluto.

A mi entender, si el gobierno cuida que la peseta tenga el valor real que debe de tener, e incluso menos del valor real, y nosotros tenemos capacidad de no generar inflación, pensaré como los noruegos: ¿qué me importa Maastrich?.

Pero si para llegar a la Unión Económica y Monetaria tenemos que sacrificarnos, pagar más intereses, hacer desaparecer la inflación en tan poco tiempo, etc. Si para cumplir los requisitos de Maastrich tenemos que llegar ahogados o casi muertos, prefiero que no lleguemos.

En mi opinión, Maastrich es un invento alemán. Envidio a Alemania, pero yo no puedo jugar las cartas alemanas. Un alemán está educado desde principios de siglo a cumplir con la ley. Nosotros no. Nuestro carácter es diferente, y nuestra industria es diferente. nos están obligando a ir a la carrera. Mientras ellos van a 5 km/hora porque parten de una situación distinta y, además, es lo natural en ellos, a nosotros nos están haciendo ir a 180 km/hora, y eso es una temeridad.

Por otra parte, Maastrich nos

Cierto y conciso, un gran empresario.

El mueble andaluz limita los riesgos comerciales

El pasado dos de diciembre se dió a conocer el convenio entre el Instituto Andaluz del Mueble y el grupo Interpress que propiciará un salto cualitativo del sector en un futuro próximo.

La industria andaluza del mueble, que con cerca de dos mil fábricas repartidas por toda Andalucía, factura más de doscientos millones de pesetas al año, con la puesta en marcha de la campaña de prevención de riesgos comerciales promovido en este convenio evitará en gran medida la morosidad y fallidos. Con esta medida se incrementarán los beneficios industriales, asegurando con ello la consolidación de las empresas que integran el sector y el crecimiento de este sector industrial.

MÁS INFORMACIÓN:

JUAN ANTONIO AGUILERA
INSTITUTO ANDALUZ DEL MUEBLE
FAX 95-233.38.36