

Análisis y expectativas de mercado

Pronósticos en la convención de AHEC para la madera aserrada

CORTESÍA DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE IMPORTADORES DE MADERA-AEIM



Dependencia de España de las importaciones

La producción interior española de madera aserrada de frondosas es a todas luces insuficiente para satisfacer la demanda de nuestro mercado. Nuestra producción de madera aserrada en el año 1.996 se situó alrededor de los 126.000 m³. De la producción total, el Castaño es la primera especie con una cifra de 52.000 m³, seguido del Haya con más de 40.000 m³ y el Roble con aproximadamente 20.000 m³. Luego vienen otras especies con producciones bajas.

La producción nacional representa algo más del 15% del mercado de frondosas en general, cuyo reparto (en volumen) está muy equilibrado entre las frondosas templadas y las frondosas tropicales (alrededor de 340.000 m³ de importación en el año 96 para ambas especies).

Reparto en las frondosas templadas de importación.

El mercado español es muy tradicional y se encuentra muy

polarizado en dos especies: el Roble blanco y el Haya que alcanzaron una cifra de importación superior a los 150.000 m³ de madera aserrada en el año 96 mientras que el resto de especies de frondosas templadas tan sólo suponen el 9% del total del mercado pero si hablamos en términos de valor, el porcentaje cambia totalmente. Y así el roble (con una cifra de más de 12.000 millones de pta CIF en el año 96) supone casi el 60% del mercado, mientras que el haya no llega al 27%.

El mercado del roble

Analizando la importación por países, (ver el Cuadro nº 5) en cuanto a volumen Estados Unidos es, con gran diferencia, el principal suministrador de nuestro mercado con una cuota de mercado superior al 70%. A este porcentaje habría que añadir el 6% que supone Canadá, pues (en gran parte) se trata de roble producido en Estados Unidos.

Francia con un porcentaje del 16% es el segundo suministrador

y a continuación se sitúan otros países con porcentajes muy pequeños.

En términos de valor (en pesetas CIF), Estados Unidos, con más de 6.000 Mpta, copa el 77% del mercado (aquí también hay que aplicar lo comentado sobre Canadá), quedando Francia con un porcentaje de tan sólo el 7%.

Evolución de las importaciones de frondosas aserradas

Una visión panorámica de los últimos 10 años (en volumen) muestra que las importaciones totales han crecido de forma constante desde el año 93, si bien alcanzaron la cifra máxima en el año 90 y un descenso durante los años 91 a 93. Esta evolución es prácticamente la que ha seguido el Haya. Sin embargo, el Roble ha tenido un crecimiento casi constante (con algún ligero altibajo). En cuanto al Roble americano la tendencia es aún más firme: de hecho es la madera con mayor crecimiento en nuestro mercado.

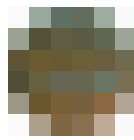
La chapa de frondosas ha experimentado un gran crecimiento (tanto en volumen como en valor) en los últimos años. De hecho las cifras en valor se han duplicado en los tres últimos años y las de Estados Unidos casi se han triplicado.

(RESUMEN DE LA INTERVENCIÓN DE ALBERTO ROMERO)

Frondosas americanas en España

Las características más importantes del mercado de maderas frondosas americanas en España vienen determinadas por dos factores, la calidad y el acercamiento al consumidor final

La calidad se ha venido modificando en los últimos años. El nivel de exigencia se ha equiparado a países tradicionalmente considerados consumidores de la «top quality» (Alemania, Reino Unido, Italia, etc), exigiendo calidades superiores a las determinadas por las regulaciones de la NHLA. En otras palabras, existe un mayor consumo de FAS y un



MERCADO

menor consumo de COMSEL 1 y COMSEL 2.

Actualmente, está totalmente consolidada en el mercado español el consumo de piezas dimensionadas, entarimados, molduras, chapas y contrachapados de maderas frondosas, lo cual confirma la tesis de la calidad.

El acercamiento al consumidor final vien condicionado por la evolución tecnológica, tanto en el ámbito de las telecomunicaciones (fax, correo electrónico, Internet), como en los medios de transporte (contenedores) lo que ha permitido el acceso de los consumidores finales al mercado americano, estrechándose cada vez más la relación productor-consumidor. En los últimos años, la importación de consumidores finales ha experimentado un aumento a costa de la de los almacenistas, siendo así más directa la relación productor-consumidor final.

Perspectivas futuras

La continuidad de penetración en el mercado español de maderas de frondosas americanas depende de dos factores, el nivel de paridad dólar USA-Euro y el nivel de competitividad de economías de países emergentes.

La estabilización del nivel de paridad del dólar-Euro, o incluso la depreciación del dólar, será determinante para poder mantener una cuota creciente del mercado; por contra un nivel de apreciación del dólar conduce a facilitar la penetración en el mercado de productos forestales de países emergentes como las Repúblicas Bálticas, Rusia, Hungría, Polonia, etc, y de países tecnológicamente avanzados de la UE. Esta penetración no se limita a materias primas (tronco), sino a productos manufacturados con niveles de calidad cada vez más elevados.

Nuevos canales de distribución

El sector maderero americano está cambiando rápidamente.

Hasta hace poco, estaba formado por pequeños empresarios locales que atendían principalmente a sus mercados internos, pero actualmente, y cada vez más, estas empresas operan a escala mundial, aumentando la capacidad y creando una fuerte competencia en un mercado más globalizado.

El desarrollo de las empresas y la planificación a largo plazo se basan actualmente en categorías bien definidas del cliente, cuyas exigencias y necesidades específicas se influyen en el desarrollo de los productos y de los procesos.

Los productores americanos intentan ampliar las líneas de productos para llegar a nuevos segmentos de mercado, adaptando su producción a mercados muy específicos.

Para conocer el grado de satisfacción de sus clientes y determinar cómo evolucionan sus exigencias, mantienen estrechas relaciones con ellos, ofreciendo nuevas soluciones a sus necesidades.

La capacidad de ofrecer productos a medida a los usuarios, requiere unos niveles de calidad uniformes, plazos de entrega ajustados y mejoras sustanciales en la distribución por una colaboración más estrecha entre productor y consumidor final.

(RESUMEN DE LA INTERVENCIÓN DE JUAN RAMÓN IGLESIAS)

El mercado Internacional y el consumo de maderas en Portugal

Los principales suministradores de Portugal son los países africanos, algunos de los cuales atraviesan en este momento una situación de inestabilidad político-económica principalmente el Congo, ex Zaire y República Centro Africana. Esta situación provoca una falta de estabilidad en la producción de maderas.

Tradicionalmente los países asiáticos, en las situaciones de inestabilidad política de los países africanos, optaban an-

tes por retirarse. Sin embargo, dadas las fuertes inversiones que han hecho allí están obligados a ser más pacientes y a quedarse para defender sus intereses.

La estación de Los Monzones en Asia reduce la corta de maderas asiáticas, lo que provoca la necesidad de abastecimiento de maderas africanas. A pesar de esto, se produce actualmente una reactivación de las importaciones de Meranti en algunos países de Europa por la reducción de su precio (actualmente un 15-20% inferior al nivel alcanzado durante el pasado verano). Si se mantiene la dificultad en el aprovisionamiento de maderas africanas, podremos asistir a un fuerte aumento (que ya se vislumbra) en el abastecimiento y el consumo de maderas claras europeas y americanas, que confirman la actual tendencia del mercado tanto por razones de tendencias en materia de decoración, como por razones de tipo ecológico. Brasil ha sido un suministrador habitual del mercado portugués, especialmente para suelos. Sin embargo el cambio del dólar con respecto al escudo portugués, ha contribuido a la disminución de las importaciones, con el inconveniente además de que la calidad media de los productos brasileños deja bastante que desear en comparación con los de origen europeo y americano.

Madera para contrachapado

Es previsible una reducción del consumo en los países asiáticos debido al aumento del dólar, que provoque a su vez la disminución de las exportaciones de estos países, con las subsiguientes crisis derivadas. Estas van a suponer la reducción de las importaciones de los países asiáticos, que fueron los principales causantes de los últimos aumentos de precios producidos en las maderas. Además, la desvalorización de las monedas asiáticas en relación con el dólar, provocó el

encarecimiento de las importaciones de estos países y en consecuencia les obligó a una mayor selección de las maderas importadas.

Como consecuencia podría existir un mayor atractivo para aumentar la producción de otro tipo de especies, en detrimento de las empleadas para la producción de contrachapado. La gran excepción es el Okume que parece mantenerse estable en sus precios.

ARLINDO DA COSTA. VICAIMA, S.A.

Productos dimensionados

Es madera aserrada elaborada posteriormente con ciertas medidas, cepillada, perfilada, moldurada o encolada para añadir valor al comprador. Se excluye la madera pintada, tintada, chapa, recubierta, o componentes o molduras rechapados.

Se incluyen la madera secada, aserrada con largos y anchos predeterminados, madera seca aserrada en dos o cuatro caras con largos y anchos determinados, tableros alistonados, componentes para ventanas, componentes para puertas, componentes para escaleras, molduras sin terminar, componentes para muebles sin terminar, suelos sin terminar.

Se trata de un mercado importante cuantificado en: 3.500 millones de dólares y constituye una amenaza para la madera aserrada.

Distribución de productos dimensionados

Se aprecian los siguientes porcentajes en los canales de distribución:

Exportador americano --> Agente --> Importador --> Consumidor = 6%

Exportador americano --> Importador --> Consumidor = 9%

Exportador americano --> Agente --> Consumidor = 27%

Exportador americano --> Consumidor = 58%

JOHN WADSWORTH - INTERMARK. DOTT. PAOLO GARDINO