

la universidad y la empresa

El problema de la formación universitaria orientada a la tecnología de la madera, está siendo sometido a una interesante revisión en los programas italianos. Así, nos encontramos con dos iniciativas:

La UNIVERSIDAD DE PADUA, presentaba un diploma universitario ya operativo, de seis semestres, dedicado exclusivamente a dicho campo. Se trata de formaciones con elevados contenidos de carácter práctico y orientación netamente empresarial. La UNIVERSIDAD DE FLORENCIA, desarrolló, durante la duración de la

feria, una encuesta a los asistentes, orientada a tratar de fijar el perfil formativo ideal que la empresa de la cadena de valor añadido de la madera italiana puede estar requiriendo o requerirá a medio plazo.

Tanto el contenido del programa citado, como los resultados de este estudio, pueden ser útiles referencias para tratar de orientar la «producción» futura de técnicos realmente adaptados a la industria de la madera, en los entornos culturales del Sur de Europa.

madera maciza: posicionamientos

Hablamos de posicionamientos por que el aspecto más interesante en este área consistió en observar los métodos de penetración de los productores de tres esferas económicas muy distintas:

Por un lado, pudimos ver aspectos de la paulatinamente mejor estructurada red de distribuidores de maderas en bruto y semielaborados procedentes de Rusia, principalmente de pino, abeto, alerce, cedro y álamo. La complejidad de éste mercado (del que diversas empresas españolas de carpintería sabe, para bien y para mal), parece tender a unos niveles más aceptables de regularización técnica y comercial. Se presentó el Forum Internacional EL SECTOR FORESTAL RUSO EN EL SIGLO XXI (maltraducimos «russian forestry complex» por «sector forestal», para simplificar), a celebrar en

San Petersburgo en octubre de 2000, bajo el lema «Coordinación de la gestión a través de las estructuras del sector forestal; movilización de recursos forestales, financieros y de información para el progreso económico de la industria». Se trata de una excelente oportunidad de captación de información para importadores interesados en el establecimiento de redes de aprovisionamiento en un proveedor con gigantesco potencial a medio plazo.

A mitad de camino entre la ex-URSS y las economías de mercado, encontramos los stands de países como Eslovaquia o Croacia, que se encuentran en un proceso de intensa expansión hacia los mercados Occidentales y Mediterráneos, especialmente con productos a partir de frondosas templadas. Algunos de éstos exportadores ofrecen

notables garantías y procesos de gestión de la calidad, así como una clara dinámica de producto: por ejemplo, la propuesta de realizar tarima machihembrada por largo y testa «tradicional» a partir de tableros alistonados.

Y en el extremo *occidente* (económicamente hablando), señalamos el stand de la NORTHWEST HARDWOODS, otro buen ejemplo de estrategia de comercialización de determinadas frondosas, a menudo en mercados sin tradición de uso de las mismas. Así, la propuesta de penetrar en el mercado habitual del cerezo, substituyéndolo por aliso rojo (*alnus rubra*), que era presentada mediante una serie de muestras comparativas, y una concisa pero clara documentación tecnológica de la especie.

el sector forestal

La extracción y primera transformación de la madera, tuvo un peso casi simbólico en éstas ferias (en marcado contraste con la problemática que se apuntó en el 4º Seminario Nacional citado). Puede destacarse la presentación de métodos de control y organización de explotaciones y gestión de stock de SIGNUMAT o EUROSISTEMI (en la imagen: el mensaje es claro).

Por otra parte, los lectores quizá recuerden lo que apuntamos sobre la amplia exposición de aserraderos móviles en la Ligna'99 de Hannover: una de las firmas principales era la italiana Pezzolato (única italiana en su especialidad), que presentó en Xylexpo una amplia gama de este tipo de aserraderos, particularmente adaptados al proceso económicamente eficiente de volúmenes pequeños y medios, o fustes problemáticos (por tamaño o forma). Según nos participaron, inicialmente su orientación era el mercado italiano, pues la situación de tal sector forestal le hacía el objetivo más claro; sin embargo, hoy, la mayor parte de su mercado es exterior (sobre todo centroeuropeo). A su modo de ver, se trata de un problema de inadecuación de la mentalidad empresarial de las pymes italianas del aserrado. Una vez más (no será la última a lo largo de este artículo, nos vienen a la mente las similitudes culturales entre España e Italia, con todos los matices que se quiera).

En el campo de los secaderos, SECAL o INCOMAC, presentaban catálogos bastante diversificados orientados a cubrir desde las necesidades de las empresas con pequeños volúmenes (3 m³), o centros de investigación, hasta las grandes instalaciones, ofreciendo asimismo diversificación en tecnologías de secado.