

Indicadores y tendencias en la industria de la madera

Se reproducen a continuación de forma resumida y telegráfica algunas de las ponencias presentadas en el Día de la Madera celebrado el pasado 20 de marzo en Bruselas.

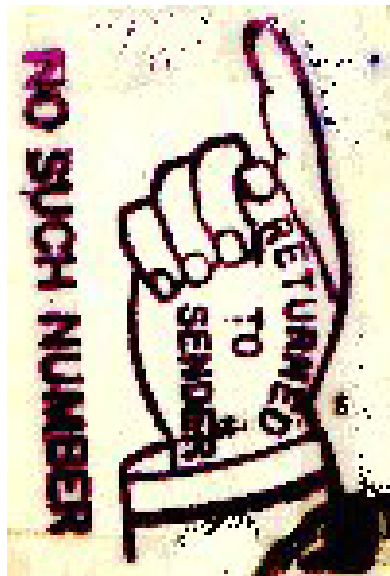
Indicadores mundiales de mayor impacto en Europea

LARS GÖRAN SANDBERG, DE LA EMPRESA TIMWOOD AB

> La evolución de la producción mundial de madera, expresada en porcentaje y ordenada por productos, durante el período comprendido entre 1990 y 2000 ha sido la siguiente: madera aserrada (- 9%), tableros contrachapados (+ 8%), tableros de virutas (+ 180%), tableros de fibras MDF (+ 720%), madera laminada (+ 80%), madera microlaminada (+ 180 %).

> Para el mismo período la evolución de las regiones importadoras más importantes ha sido la siguiente: Estados Unidos importaba en 1990 el 27% del total de importaciones mundiales y en 2000 el 32%, Europa el 43 y el 37%, y Japón el 10% y el 9% respectivamente. Estas 3 regiones acapararon en 1990 el 80% del total de importaciones y en 2000 el 78%

> Los cambios más significativos en los flujos mundiales de productos de madera, particularizados para la madera aserrada, durante el período 1990 - 2000 han sido los siguientes: las exportaciones canadienses a Europa disminuyeron espectacularmente desde 4 millones de m3 en 1990 a 0,55 millones en 2000; las exportaciones canadienses a Estados Unidos aumentaron desde 28 millones de m3 en 1990 a 43 millones en 2000; las exporta-



ciones de Norteamérica a Japón disminuyeron de 6,5 millones en 1990 a 5,3 millones en 2000; las exportaciones europeas a Japón aumentaron desde un valor próximo a cero en 1990 a 2,2 millones de m3 en 2000; las exportaciones del hemisferio sur a Estados Unidos crecieron desde 0,03 millones de m3 en 1990 a 1,55 millones en 2000; las exportaciones europeas a Estados Unidos crecieron desde un valor próximo a cero m3 en 1990 a 0,85 millones en 2000.

> la tendencia de construcción de nuevas viviendas apenas ha variado en este decenio. Este hecho está relacionado con la disminución de la población y el aumento de la esperanza de vida.

> La gran importancia que está adquiriendo las grandes constructoras (como Skanska) y el gran poder de los grandes distribuidores (como Wal*Mart, The Home Depot, KingFisher, Ikea, etc).

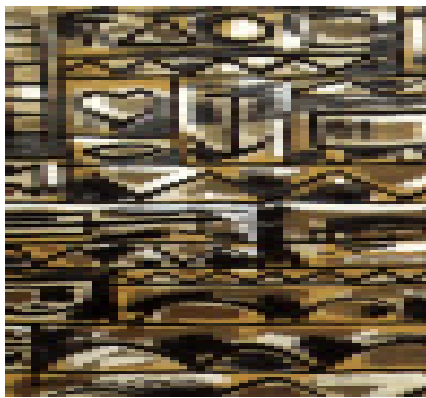
> Las mayores inversiones se están

produciendo en Rusia, Europa del Este, China y el Hemisferio sur. El caso de China es singular, en 1990 importaba 6,31 millones de m3 de madera en rollo que ha crecido hasta los 13,61 millones en 2000.

> Las predicciones de madera disponible en Nueva Zelanda variará de 17 millones de m3 en 2000 hasta los 32 millones en 2026, y en Chile de 22 millones en 2000 hasta 35 millones en 2026.

> El futuro desarrollo de la industria de la madera conducirá, probablemente, a una polarización: por una parte se crearán empresas mundiales o paneuropeas y por la otra se crearán empresas orientadas a nichos de mercado. Las empresas mundiales o paneuropeas se caracterizarán por una gran oferta de productos, localización de sus fábricas en zonas con menores costes, soluciones de productos y componentes globales, sistemas de distribución y marketing globales, compra de productos complementarios a suministradores ligados a ellas, autofinanciación en temas de I+D, y creación de nuevas marcas comerciales. Las empresas orientadas a los nichos de mercado se caracterizarán por adaptarse y especializarse en un alto grado con las necesidades de sus clientes, una alta asistencia técnica a sus clientes, bajos costes de producción (número limitado de productos y de clientes), suministro de productos sin marca comercial a las grandes empresas.

> En 2000 las mayores empresas a nivel mundial de productos de la madera (tanto madera aserrada como tableros, productos estructurales para la construcción, sistemas constructivos, etc) han sido: Weyerhaeuser / Willamette (un cifra de negocio de 8.800 Meuros), Georgia - Pacific (8.500 Meuros), International Paper



(3.700 Meuros), Lousiana Pacific (3.100 Meuros).

- En 2000 las mayores empresas europeas de productos de la madera (tanto madera aserrada como tableros, productos estructurales para la construcción, sistemas constructivos, etc) han sido: FinnForest / Moelven (1.800 Meuros), UPM Kymene Wood Products (1.450 Meuros), Pfeiderer (1.410 Meuros), Sonae Industria (1.300 Meuros), Stora Enso Timber (1.210 Meuros). Egger (1.100 Meuros).

> La industria europea de la madera necesita aumentar el consumo de madera y consolidar su estructura industrial. En relación con el aumento de consumo se apuntan los siguientes temas: desarrollar sistemas constructivos, incorporar en las industrias nuevos profesionales como arquitectos y diseñadores de productos, y comunicar los aspectos positivos de una materia prima renovable con bajo impacto medio ambiental.

> En relación con la estructura de la industria - cadena de productos, la distribución en porcentaje del precio de venta de los productos de la madera es la siguiente: Propietarios forestales (10%), Primera transformación ((27%), Almacenistas y 2ª transformación (30%), venta en tiendas (33%).

> Se destaca la importancia de la innovación acompañada de este sencillo ejemplo: el precio de media docena de huevos varía de 1 a 2,4 euros según su procedencia y el precio de una tortilla es de 20 euros. Los números hablan por sí solos.

> La conclusión final es que los productos de madera deben ser la elección natural en el siglo XXI y la necesidad de crear un Consejo Europeo de la Madera para coordinar y gestionar sus actividades.