



Entrevista a Vicente Velarte



Vicente Velarte es gerente de VíaGestión y miembro del comité organizador de Maderalia 2003

Maderalia 2003 pone a disposición de las pymes la posibilidad de exponer prácticamente al mismo nivel de una gran empresa. Y lo hace convenciéndoles de que participar en la feria no es inalcanzable, poniendo en marcha un servicio integral que incluye un stand predecorado, una factura única y un precio asumible por cualquier empresa.

«Las pymes no son expositores de segunda división en Maderalia- & ma Vicente Velarte, gerente de la red externa de ventas VíaGestión y miembro del comité organizador de la Feria Internacional de Proveedores del Sector Madera y Mueble-. La participación de pequeños fabricantes e industria auxiliar otorga un mayor sentido al certamen».

¿Por qué motivo no debería ninguna empresa proveedora del sector madera-mueble dejar de

exponer este año en Maderalia?

Como punto de encuentro de los proveedores para el sector madera-mueble, Maderalia ofrece al expositor la posibilidad de conocer a todo su sector en cuatro días muy intensos. Este motivo, de por sí, justifica su presencia. Incluso sin presentar un producto novedoso, el expositor puede lograr una noción de su mercado que ninguna otra opción le puede aportar. Maderalia no es sólo un escaparate de novedades; sin producto también es posible encontrar una rentabilidad al exponer en la feria.

¿Cómo justificaría Vd. la presencia de una pequeña empresa en Maderalia'03?

La pyme es el modelo de empresa ideal para triunfar en Maderalia. Cualquier acción comercial le va a costar más dinero que exhibir sus productos en la feria. Además de los clientes potenciales, el empresario tendrá oportunidad de ver también a sus proveedores. Para una pyme,

la rentabilidad al exponer en Maderalia está garantizada, al tener oportunidad de hacer gran número de contactos en muy poco tiempo.

¿Cree Vd. que incluso la industria auxiliar tiene cabida en el proyecto Maderalia?

La industria auxiliar es la eterna desconocida en Maderalia, bien por su tamaño o bien porque no se ha planteado nunca explicar sus servicios en la feria. Debido a su gran atomización, las empresas de este colectivo no se atreven a exponer en Valencia, pensando que esta posibilidad está destinada a compañías de gran facturación. Sin embargo, es constatable que la gran empresa expone por mantener su imagen o lanzar un nuevo producto mientras que la pequeña industria auxiliar puede lograr resultados inmediatos si capta quien necesita sus servicios.

¿Ha crecido el segmento de la industria auxiliar del mueble en España?

Hay un problema de base en la industria auxiliar del sector de la madera y el mueble en España. Todos los fabricantes hablan bien de la subcontratación como algo necesario, pero en el fondo no hay suficiente confianza. La empresa auxiliar es demasiado pequeña, y la grande no se decide a poner en sus manos parte de su know-how. Finalmente, la mayoría de los fabricantes deciden hacérselo todo ellos mismos. Con este panorama, el sector sigue muy atomizado, con un nivel técnico mediocre.

El pequeño fabricante de mueble no conoce sus costes, y así es imposible evaluar si le interesa subcontratar procesos.

Para que esto funcione, tiene que aparecer una industria auxiliar potente o debe el fabricante dar el paso y apostar por la subcontratación para que crezca a su alrededor una industria auxiliar. ¿quién tiene que romper la baraja? Yo opino que es el fabricante quien debe hacer la apuesta, porque es el actor que puede llegar a conocer de antemano los costes de producción.

¿Qué importancia tiene en su opinión Maderalia en la estrategia de una empresa del ramo?

No cabe esperar de Maderalia unos resultados cuantificables de por sí. Hay que ver sus efectos desde un punto de vista global, dentro de toda la estrategia comercial y de marketing de la empresa. Sin duda, Maderalia es un capítulo esencial de la estrategia, pero hay que verlo como tal, valorando al final del año si ha servido para cumplir los objetivos de la compañía.

Está demostrado que cuanto más pequeña es la empresa expositora, mayor es la velocidad de crecimiento que le imprime su participación en a feria.

¿Cree Vd. que es negativo para Maderalia ser la última feria a celebrarse en un calendario ferial muy cargado?

Quien quiere exponer en Maderalia viene a Maderalia, aunque participe en otras ferias del sector. Cuando el empresario conozca las ventajas que le ofrece la 31ª edición del certamen, difícilmente dejará de aprovecharlas