



El sector de carpintería, en la encrucijada

El pasado 18 de octubre tuvo lugar en el Ministerio de Industria la segunda edición del Congreso Emclaves para analizar el presente y el futuro de la industria de la madera. El encuentro se realiza en un momento delicado debido a la cambiante situación de la construcción de viviendas. Especialmente en los casos del mueble y de las puertas. Indicativa de la importancia que le otorga en ministerio al sector fue la presencia y las palabras del ministro, Joan Clos, durante el acto.

Abrió la Jornada el Secretario General de Confemadera, Francesc Pons que hizo un recorrido realista de la encrucijada en la que nos encontramos como consecuencia de la globalización de las economías: la feroz competencia de los países de economía emergente, la falta de competitividad de muchas industrias, el continuo cambio de tendencias y modas en los productos y orientarse hacia un consumidor cada vez más informado y más crítico. Hay que hacer frente a retos de tanta trascendencia aprovechando las circunstancias positivas como el auge de la decoración y el interiorismo en el nuevo concepto de hogar, las ventajas de estar localizados en distritos industriales sumando sinergias, etc. Pero las empresas deben abrirse a los cambios, ser más comerciales, fabricar valor y aceptar la cultura de la innovación (innovar es arriesgado pero no hacerlo lo es más), ser más competitivas, fabricar productos diferenciados al menor coste posible, etc.

El consumo de productos de madera en España

Por su parte Salvador Maldonado, Director de Relaciones Externas y Estudios de CETELEM hizo una aproximación desde el campo macroeconómico y sociológico del mercado.

Entre los datos de carácter general que afectan directa o indirectamente a nuestro sector.

Es conocido que el sector de la madera y mueble es muy opaco y es muy difícil obtener cifras fiables. Partimos, eso sí, de una industria muy fragmentada. Por otro lado el mercado español es un mosaico de preferencias que cambia según los diferentes territorios.

La competencia ya no es solo dentro del sector sino con el resto de materiales y el resto de productos de consumo. En cuanto a los consumidores el gasto por familia decrece, pero por otro aumenta el número de familias por la emigración y las separaciones y divorcios. Los hábitos de consumo también están cambiando: ha pasado el boom de las grandes superficies y se recuperan los puntos de venta tradicionales pero ahora especializados. Se incorpora el concepto de estilo de vida, el efecto moda.

Cambios en los hábitos del consumidor

Pese a la bajada de construcción de nuevas viviendas, la bajada de precios anuncian una desaceleración progresiva no un pinchazo. Pero hay indicadores positivos que podrían dinamizar el sector:

- La moderación de precios en la vivienda y la subida de los tipos de interés impulsarán la reforma, que se incrementará en un 23%, muy por encima de la media europea. Aquí entran suelos, puertas, ventanas, mobiliario, ...)

- Un alto porcentaje (56%) de los jóvenes (de 26 a 35 años) están cada vez más involucrados en la decoración del hogar

- Hasta ahora el estatus familiar lo marcaba el coche pero ahora se incrementa el valor de la decoración del hogar porque la casa se perfila como lugar de reunión y encuentro con los amigos. Se anuncia la vuelta a casa del consumidor.

- Internet interviene cada vez más en el proceso de compra, al menos a nivel de información y formación del consumidor. Por eso hay que estar presente en internet

- El teletrabajo subirá desde el 0,5% actual, al 10% que se da en Europa, lo cual implica cambios en el equipamiento.

- El colectivo senior (tercera edad) tiene cada vez más poder adquisitivo en contra de las previsiones más pesimistas. Los nuevos productos financieros como la hipoteca inversa les otorgará mayor poder adquisitivo. Este colectivo es muy fiel a las marcas pero como en el sector madera son casi inexistentes se configura como una nueva oportunidad.

- El colectivo de inmigrantes que existe en España es el de mayor crecimiento en el mundo y tiene un creciente poder adquisitivo. Pasan de un status precario a otro consumidor aunque depende de las tipologías y países y culturas de origen. Es un colectivo que en principio debe optimizar sus presupuestos por lo que analizan muy bien la relación calidad/precio

- Aunque las casas cada vez van a ser más pequeñas (menos de 100 m²) en el futuro no van a convivir varias generaciones como hasta ahora. En este contexto va a primar los elementos plegables, multiuso, de almacenaje,

aprovechando espacios residuales (bajo cama, maleteros colgados, ...)

- Las modas son cambiantes con valores como la vuelta a las raíces, el entorno rural, el hedonismo, lo plural, el metizaje

Cambios en las empresas

En este contexto, Maldonado sugiere a las empresas cambios de hábitos a todos los niveles.

- Integración de fabricantes y distribuidores para aumentar de escala económica

- desarrollar internet como canal alternativo de ventas.

- El rol del vendedor, del comercial, está cambiando. Ahora se convierte en un asesor imparcial que despeja dudas y ayuda al consumidor. El asesoramiento on-line también cobra fuerza, virtual o con teleoperador.

- El consumidor es cada vez más solidario y busca empresas con esa filosofía. Lo mismo cabe decir de los aspectos ecológicos (en principio el consumidor se muestra favorable a pagar un sobrecoste por una certificación ambiental).

- En la relación precio/calidad, el primer factor sólo no basta

- La funcionalidad no puede fallar pese a tratarse de productos artesanales.

La intervención del ministro

Los empresarios asistentes al acto quedaron gratamente sorprendidos del conocimiento que tiene el ministro de este sector y más aún, de la sensibilidad que demuestra hacia el mismo, particularmente sobre la delicada situación que vive actualmente. El ministerio, declaró, está haciendo todo lo posible por apoyar al sector en la medida en que lo permite la legislación europea. Recalcó la importancia del Observatorio de la Madera como instrumento que facilita el diálogo del ministerio con el sector y obtiene información fehaciente de lo que pasa. 10.000 millones de cifra de negocios, 100.000 empleados son cifras importantes para la industria española. Los datos de comercio exterior ponen de manifiesto los problemas de competitividad que está pasando el sector. También son importantes los problemas de suministro: la silvicultura y la energía procedente de la biomasa.

El sector tiene que buscar alternativas a su situación.

El Corte Inglés se introduce en el sector del bricolaje

José Ángel del Río, jefe de producto de carpintería de Bricor (Grupo El Corte Inglés) desarrolló el plan estratégico del Corte Inglés que se ha introducido en este sector porque considera que hay un mercado a desarrollar, comparando lo que está pasando en países de nuestro entorno (a excepción de Italia). Grupos como Leroy Merlin o AKI



llevan la delantera en España pero tratan de diferenciarse en algunos aspectos.

Aparte de los contenidos de este tipo de negocio, cuya información en detalle puede obtenerse en Confemadera que ha editado todas las presentaciones de la jornada, se dieron algunos datos de interés para el resto del sector. En este tipo de grandes superficies se exigen precios cada vez más bajos, lo que, a igualdad de calidad, a la larga sólo puede repercutirse en una menor vida media del producto. La experiencia de los jefes de sección arroja, sin embargo importantes y desgraciadamente desfavorables imágenes de la madera entre el público general: huele, con el tiempo empeora, es cara, se estropea, poco ecológica, delicada de mantenimiento, ... Urge por tanto la formación de los vendedores, y desde luego, de un público muy general. De nuevo se mencionan los valores de ecología y sostenibilidad como moda lo que demuestra que ha calado el mensaje ecologista.

Dentro de los muchos aspectos que afectan a este negocio, lo que es interesante es que este tipo de actividad puede ser una oportunidad para el sector como alternativa a la situación de crisis edificatoria que se avecina. Sin embargo no hay que obviar que este negocio choca en principio con los canales de distribución habituales en carpintería: almacenes de madera.

Situación crítica en la fabricación de puertas en relieve

Una de las intervenciones que despertó más interés fue la de Víctor Encinas, de Puertas Uniarte, habida cuenta de que se vaticina impactos muy negativos en el entorno productivo de Villacañas, donde se concentra la mayor producción de puertas en relieve de España.



1.-SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DE PUERTAS

Las industrias fabricantes de puertas de madera, cuyo número alcanza las 75 empresas, todas, excepto 3, se encuentran controladas con capital español, y se encuentran repartidas por todo el territorio nacional, siendo las Comunidades con mayor implantación,

- Castilla La Mancha: un 44% de la producción nacional.
- Comunidad Valenciana, un 11,52 %
- Castilla León, un 11,4%
- Galicia un 6,3 %

La fabricación de puertas ha sido durante los últimos diez años uno de los subsectores de madera más activos, caracterizado por crecimientos espectaculares.

En el ejercicio 2006 la producción de puertas se situó en 12.060.000 unidades, un 3,3% más que el anterior ejercicio, mientras que la facturación alcanzó los 796 millones de Euros, un 8,6% más que en 2005.

Este crecimiento de las ventas por encima de la producción se debe a la fabricación de productos de mayor valor añadido, teniendo una escasa repercusión la subida de tarifas realizadas.

Es interesante destacar el escaso peso que la exportación tiene en la cuenta de explotación sectorial. Ello se debe, tanto a que los fabricantes de puertas se encuentran volcados en el mercado interior, que absorbe toda nuestra capacidad productiva, como a la falta de políticas serias de exportación, salvo rarísimas excepciones.

Las exportaciones suponen, escasamente, el 10%; las exportaciones en cinco ejercicios han caído de 93 millones de euros a 49,63 millones. Igualmente la mayoría de la producción va destinada a la obra nueva, acaparando ésta el 55% de las unidades fabricadas producción sectorial.

Actualmente los indicadores del sector y la experiencia del día a día profesional apuntan a una inflexión del sector, pues se aprecia una importante desaceleración del mismo. Por ello, la situación actual del mercado de puertas en España se caracteriza por:

- La contracción de la demanda.
- El incremento del número de oferentes presentes en el mercado.
- Consolidación de nuevas gamas de productos.

1.A.-La contracción de la demanda

La contracción de la demanda del mercado nacional de puertas viene motivada por la desaceleración de la construcción de vivienda nueva (el mercado de puertas tiene como principal destino la obra nueva) y la subida de los tipos de interés (en nuestro país el endeudamiento hipotecario está a la cabeza de Europa, por lo que la importante subida del euríbor, y el resto de los tipos de referencia, disminuyen de manera notable el disponible de los consumidores, con la consiguiente caída del consumo y del



ahorro).

A estos hay que añadir otros factores positivos para el crecimiento:

- Los nuevos hábitos de los consumidores españoles, que destinan su disponible a satisfacer a ocio, consumo o prestigio social (moda o automóvil).
- El envejecimiento de la población. la puerta, elemento de decoración, está vinculado a las capas más jóvenes y mediana edad de la sociedad).
- El crecimiento de la oferta de pisos de pequeñas dimensiones vinculada con las nuevas formas de vida y de familia (personas que viven solas, familias monoparentales y disminución del número de hijos por familia) con un crecimiento y venta más rápida que la vivienda tradicional. Aunque aumenta el número de estas viviendas disminuye la media de puertas por vivienda.

1.B.- El incremento del número de oferentes

A pesar de una demanda cada vez menor, la oferta de puerta de madera ha crecido por la gran demanda de estos últimos años, por lo que la competencia se ha disparado, tanto nacional como del exterior (la importación se ha triplicado en los últimos cinco años pasando de 11,89 millones de euros en 2002 a 33,64 millones en 2006). La venta de puertas a España la lidera Portugal, con el 59,3% de las importaciones, seguido a gran distancia de Rumania y Brasil, siendo interesante destacar el crecimiento de las importaciones de Rumania y China que en el 2006



crecieron un 400 y un 600% respectivamente. Hasta ahora el mercado era liderado por la puerta carpintera que suponía un “saber hacer” y unas inversiones, que no estaban al alcance de cualquiera. Al haber evolucionado el mercado hacia un producto menos sofisticado estas barreras se han desmoronado y la capacidad de producir se ha puesto al alcance de cualquier emprendedor.

1. C.- Consolidación de nuevas gamas de productos

La puerta carpintera ha tenido un ciclo de vida muy largo, de más de 20 años, pero su agotamiento se ha producido de forma muy brusca. Han cambiado las tendencias de decoración; los muebles han perdido sus curvas y sus moldeados, sus brillos se sustituyen por acabados mate, se incrementan las combinaciones de materiales, madera con metal, con cristal, con cerámica etc. Por eso se ha pasado de la llamado puerta carpintera, la puerta plafonada, hacia la puerta lisa.

La decoración con molduras muy elaboradas combinando líneas rectas y curvas, pasa a decoraciones muy sencillas, minimalistas, rectas y sencillos fresados desplazan a las molduras, que cuando aparecen son rectas, sin moldeado alguno.

Por lo que se refiere a las chapas, aún las maderas tradicionales siguen siendo usadas, si bien van ganado terreno materiales compuestos. Los acabados a su vez evolucionan hacia terminaciones más elaboradas poros cerrados, decapados, mates intensos, lacas, incluso trabajos en impresión. En resumen, el producto se simplifica pero su terminación se complica.

2.-Un futuro incierto


Nos encontramos ante una delicada situación que, posiblemente se agravará en los próximos meses.

Es necesario ofrecer al mercado un producto de calidad a un precio razonable; pero ¿podemos competir ante los productos que llegan del exterior?. La calidad de nuestra puerta es bastante superior, pero ¿y nuestros precios?. Nuestros costes de producción son elevados ya que la ocupación de mano de obra, sin ser intensiva, es muy importante, está sometiendo unos grandes costes sociales; igualmente los costes medioambientales se incrementan constantemente, la presión fiscal es superior en España a la de los países de los cuales importamos puertas, etc.

Por ello, el intento de ser competitivo rebajando los precios es una batalla perdida, hay que ser capaz de mantener una adecuada relación calidad/precio. Pero, está diferencia de calidad ¿será apreciada por el consumidor final? Los profesionales de la carpintería y de la construcción si aprecian esta diferencia pero cuando se ve la publicidad de las promociones inmobiliarias la puerta es un elemento de poca

importancia; la grifería y sanitarios de primeras marcas, los baños de mármol, las puertas, siempre “carpintería interior de sapelly o similar”.

Igual ocurre con la reforma. Los distribuidores prefieren vender un producto de calidad inferior pero más barato, que les facilita la venta y les deja un mayor margen. Esta tendencia es la que hay que romper, la puerta debe de pasar de estar en esa confusa zona de los “comodities” a la zona de los productos altamente diferenciados, de ser un material más de construcción a ser un elemento de decoración. Si se consigue ésto se podrá, manteniendo la calidad, vender a buenos precios, más altos que la competencia, y el mercado estará maduro para aceptarlo, pues se dará al consumidor un producto que no cualquiera la puede atender, esto implica que las empresas no pueden ser conservadoras y han de asumir los cambios que se producen en la sociedad o podrá llegar a desaparecer. En un mercado global en el cual la propiedad industrial e intelectual goza de una nula protección, no podemos limitarnos a sacar nuevos modelos si inmediatamente los va a conocer la competencia, interior y exterior, y los copiará en el acto, y no pasará nada. Los nuevos diseños se deben de fundamentar en las ventajas tecnológicas respecto a nuestros competidores, concretamente en las denominadas puertas técnicas, puertas que necesitan de una tecnología adecuada, de un saber hacer, de unas certificaciones y acreditaciones que ya no están al alcance de cualquiera. Desde las empresas más importantes del sector se debe incentivar la creación de empresas auxiliares que se hagan cargo de los procesos que aportan poco valor a nuestro producto y a nuestra actividad, pero que son imprescindibles.

En resumen, y para concluir, en el sector de puertas de madera, un sector bastante conservador y esa actitud debe cambiar para alcanzar mejores niveles de competitividad 



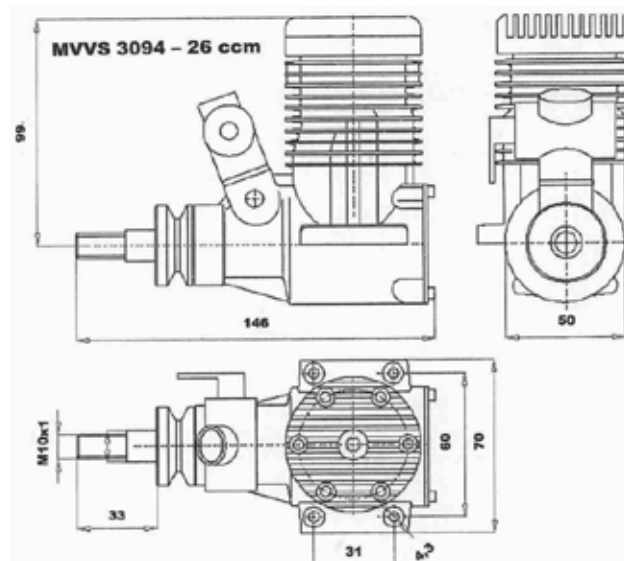
Registro europeo de contaminantes

El 4 de febrero de 2006 la Comisión Europea publicó la regulación 166/2006 que establece a nivel europeo la emisión de contaminantes y el registro de transferencias (PRTR, Pollutant Release and Transfer Register), tal y como lo exige el Protocolo de la Naciones Unidas firmado en mayo de 2003. El PRTR es una ampliación del registro europeo de contaminantes que se creó en 2004 (EPER, European Pollutant Register), con acceso público a la emisión de datos de las actividades industriales.

Al estar el EPER enfocado a las actividades cubiertas por la Directiva IPPC (Prevención y Control integrados de la Contaminación), el PRTR incluirá a las siguientes actividades de la industria de la madera:

- instalaciones industriales para la fabricación de productos de madera de primera transformación (productos primarios) como tableros de partículas, de fibras y contrachapados, con una capacidad de producción de 20 t/día.
- instalaciones industriales de tratamiento de la madera con productos químicos con una capacidad de 50 m³·l·día
- Instalaciones para el tratamiento superficial, con un consumo de solventes de 150 kg/ hora o 200 t/año.

Las empresas afectadas por



las actividades especificadas tendrán que emitir un informe sobre:

- emisiones al aire, agua y suelo de cualquier contaminante especificado en el anexo siempre que se supere los límites definidos.
- las transferencias al exterior de residuos peligrosos > 2 t/año o de residuos no peligrosos > 2000 t/año
- las transferencias de cualquier contaminante especificado en el anexo destinados a aguas residuales que van a ser tratadas posteriormente.

Las empresas deben emitir el primer informe en este año 2007. Las fechas límites para que los Estados Miembro emitan sus correspondientes informes serán, 18

Construlan, del 2 al 5 de abril


La pasada edición expusieron 547 empresas en más de 40.000 m². Los sectores con mayor presencia han sido, por importancia: aislamiento y recubrimiento, estructuras, maquinaria ligera, prefabricados, pavimentos y revestimientos; carpintería y cerrajería, decoración y otros.

Entre los asistentes, los profesionales de mayor asistencia fueron los del propio País Vasco (12.000 sobre un total de 16.000)



WWW.BILBAOEXHIBITIONCENTRE.COM

meses contados a partir del primer año en que se deba emitir el informe y 15 meses para los años siguientes.

Además del hecho de que este tema afectará a muchas empresas europeas, también existe el riesgo de que muchas empresas del sector de la madera se incluyan en la Directiva IPPC cuando se proceda a su revisión 



Casas de madera en Francia

Las empresas de casas de madera en Francia se encuentran en una cierta encrucijada.

Por un lado existe un modelo -válido para cualquier sistema constructivo- de Contrato de Casa Individual (CMI) que impone una serie de garantías y requisitos de cara al cliente. Cuando no se dispone del CMI, vigente desde 1990, las empresas presentan proyecto de arquitecto. Los bancos se muestran cada vez más cautelosos sobre la cobertura jurídica antes de conceder un préstamo por lo que el CMI se ha convertido en un verdadero permiso de trabajo, también para las compañías de seguros. Ello obliga a los constructores a ponerse al día.

A la vez de presentar un contrato CMI al cliente, el constructor debe convenir al asegurador y a la sociedad de caución¹. El contrato CMI recoge el seguro decenal, no sólo de la estructura sino de los daños que fueran responsabilidad del constructor. Es decir, el constructor se hace cargo del pago integral de las reparaciones derivadas de la responsabilidad del constructor. De las sociedades de caución, se espera un compromiso sobre el CFA (caución financiera de acabado o finalización) todavía llamada garantía de buen fin de

finalización de los trabajos o garantía de entrega al precio convenido. En el caso de un contrato de un arquitecto el cliente contrata un seguro de daños de obras mientras que debe ser correspondido por los constructores con seguro decenal respecto a sus actividades. Pero el contrato CMI no se beneficia de un CFA.

Las casas de madera, en la lista negra

Los constructores que quieren cubrirse jurídicamente con un seguro de responsabilidad decenal se encuentran ya en esta etapa con problemas ya que grandes compañías como Groupama, Axa o Gan tienen en su 'lista negra' del seguro decenal la actividad de construcción de casas de madera, incluso entre compañías especializadas en construcción. Las compañías quieren saber, de partida, si la empresa interviene como constructor o como ejecutante de los trabajos. Exigen calificaciones (el sello Qualibat por ejemplo) y el cumplimiento de los reglamentos en vigor: eurocódigos, normas, etc. De hecho, para una empresa que comienza, obtener la garantía decenal es muy difícil.

La empresa que no obtiene el seguro decenal en

el sector privado puede acudir a la Oficina central de tarificación de seguro de construcción (BCT), en el que se encuentran representantes del Estado, aseguradores y solicitantes de seguros, creado en la lógica de un sistema de aseguramiento obligatorio. Después de examinar el expediente, el BCT fija las condiciones del seguro, la tarifa y la franquicia así como sus condiciones de aplicación, el seguimiento de un arquitecto independiente, un estudio geotécnico y un control técnico. La dificultad de negociar con las compañías de seguros obliga a determinados constructores a operar fuera de la ley mientras otros tratan de conseguir contratos CMI. Uno de los mayores escollos se encuentra en el caso de desaparición o quiebra de la empresa, en la terminación de la obra. Para ello la asociación francesa (AFCOBOIS) negocia con una sociedad de caución para aportar un principio de solidaridad por parte de los miembros de la asociación.

En definitiva, el sector se esfuerza en ofrecer las mismas garantías y seguros que la construcción tradicional, reforzando la imagen del producto.

En AFCOBOIS estas

garantías son de aplicación a constructores. El resto, de gama alta, trabajan siempre con arquitectos, quienes asumen parte importante de la responsabilidad en juego en este tipo de construcciones ▲

[1] El seguro de caución, también llamado seguro de garantía, es un contrato de garantía que otorgan las compañías de seguros para cubrir las pérdidas producidas por el incumplimiento de ciertas obligaciones adquiridas por parte del asegurador o del tomador del seguro, frente a los acreedores de esas obligaciones, quien resultará ser el asegurado.

Forma parte de los seguros que encausan la responsabilidad jurídica de los implicados en el desempeño de la labor profesional y comercial. Es decir, el seguro de caución garantiza el pago de una cantidad de dinero determinada, a aquellas personas o entidades afectadas por actos y omisiones del tomador del seguro, en relación a operaciones mercantiles y comerciales.

Este seguro de caución se caracteriza porque el asegurado y el tomador del seguro son personas distintas y el tomador tiene obligación de devolver al asegurador, en caso de siniestro, las cantidades que este tuviese que pagar al asegurado (www.segurosyreaseguros.es).

[2] El sello Qualibat tiene como objetivo, desde 1949, verificar con toda objetividad las competencias técnicas y las garantías de las constructoras (www.qualibat.com)

(BOISMAG N° 70, SEPTIEMBRE 2007)



