


Las Actividades Empresariales de Carpintería y Mobiliario de Galicia

 **Jorge González Gurriarán, Pedro Figueroa Dorrego, Miguel González Loureiro,**
Dpto. de Organización de Empresas y Marketing - Universidad de Vigo
Alba Valdés Rodríguez, Antonio Monteagudo Cabaleiro
Técnicos del Equipo de Investigación G4+



El subsector de carpintería y mobiliario de Galicia está configurado por cerca de 2.500 empresas e empresarios autónomos que facturan una cifra próxima a los 530 millones de euros anuales y proporcionan unos 12.000 empleos directos.

A pesar de su grado de atomización, este subsector constituye en términos de riqueza y creación de empleo, el área con mayor potencial de crecimiento de la cadena de la madera de Galicia.

En el año 2004 se presentó el Plan Estratégico de las actividades empresariales de Carpintería y Mobiliario de Galicia, cuyo contenido puede servir de pauta de las actuaciones a emprender para mejorar la competitividad de este importante colectivo empresarial.

Uno de los aspectos de los que se nutrió la parte de análisis y diagnóstico del Plan Estratégico ha sido una encuesta realizada a las empresas, cuyo análisis ha permitido conocer las opiniones de los empresarios sobre la situación actual, evolución y expectativas de las actividades de Carpintería y Mobiliario de Galicia.

La encuesta realizada tuvo un porcentaje de respuesta muy elevado y este artículo proporciona una visión sintética del subsector de Carpintería y Mobiliario de Galicia a través del análisis de los resultados obtenidos.

INTRODUCCIÓN

El “Plan Estratégico de las actividades empresariales de Carpintería y Mobiliario de Galicia” se inicia en septiembre de 2002 con la firma de un convenio de colaboración entre el Cluster de la Madera de Galicia, el CIS-Madera y la Universidad de Vigo, con el apoyo de la Consellería de Innovación, Industria y Comercio de la Xunta de Galicia; siendo presentado oficialmente el día 20 de febrero de 2004 en un acto celebrado en Santiago de Compostela.

Uno de los aspectos de los que se nutrió la parte de análisis y diagnóstico del Plan Estratégico ha sido una encuesta realizada a las empresas, cuyo diseño y posterior análisis ha permitido conocer las opiniones de los empresarios sobre la situación actual, evolución y expectativas de las actividades de Carpintería y Mobiliario de Galicia.

En este artículo se pretende proporcionar una visión sintética del subsector de Carpintería y Mobiliario de Galicia a través de los resultados obtenidos en la encuesta.

La población teórica de estudio queda definida por los propios objetivos del proyecto, es decir, las empresas de Carpintería y Mobiliario de Galicia. Dicha población objetivo fue dividida en dos subpoblaciones, empresas con proceso industrial (tipo A), con un mayor grado de mecanización y organización del proceso productivo y sistema de dirección y gestión; y empresas sin proceso industrial (tipo B), con un proceso de carácter más artesanal y una visión de mercado de actuación más local, siendo en general de una dimensión más reducida.

Por consiguiente, se diseñaron dos encuestas adecuadas a la realidad de cada agrupación (tipo A y tipo B). Si bien la estructura en ambas era básicamente común, contemplando aspectos sobre los mercados, los productos y la competencia, análisis de los proveedores, suministradores y subcontratistas, cultura empresarial y sistema de dirección y gestión de recursos humanos de la empresa, los factores de éxito, ventajas competitivas y resultados, entorno específico (proveedores, competidores potenciales, productos sustitutivos, entre otros), entorno general de las empresas de Carpintería y Mobiliario en Galicia y preguntas abiertas sobre necesidades y propuestas.

En la Tabla 1 se detalla la ficha técnica de la encuesta.

Para el análisis económico-financiero se han utilizado los datos obtenidos a partir de la base de datos ARDAN del Consorcio de la Zona Franca de Vigo, a partir de una petición específica realizada para este proyecto. Los datos económico-financieros obtenidos corresponden a una muestra homogénea (datos dispo-

nibles de los últimos cuatro años) de 278 y 713 empresas dedicadas a la actividad de Carpintería en Galicia y España respectivamente; y 150 y 634 empresas dedicadas a la actividad de Mobiliario en Galicia y España, respectivamente.

POBLACIÓN TOTAL	2.475 empresas	
TAMAÑO DE LA MUESTRA	406 empresas	
NUMERO DE ENCUESTAS	316 encuestas	
TIPO DE MUESTREO	Estratificado	
ERROR EN TABLAS (p=q)	4,74%	
NIVEL DE CONFIANZA	95,50%	
Nº VARIABLES	TIPO A	543 variables
	TIPO B	273 variables

Tabla 1: Ficha técnica de la encuesta

Fuente: *elaboración propia*

Dentro de las actividades de Carpintería y Mobiliario se distinguen diferentes subactividades que se mencionan a continuación:

Carpintería:

- Fabricación industrial de puertas y ventanas.
- Fabricación industrial de pavimentos y recubrimientos de madera.
- Fabricación industrial de elementos laminados de madera y otros elementos estructurales, envases y embalajes.
- Otras actividades de carpintería general (carpinteros y carpintería no industrial).

Mobiliario:

- Fabricación industrial de mobiliario de hogar en general.
- Fabricación industrial de mobiliario de oficina y establecimientos comerciales.
- Fabricación industrial de mobiliario de cocina y baño.
- Fabricación industrial de ataúdes.
- Otras actividades de mobiliario y ebanistería (ebanistas y fabricación de mobiliario no industrial, etc.).

DATOS GLOBALES DEL SUBSECTOR DE CARPINTERÍA Y MOBILIARIO DE GALICIA.

Según las principales estadísticas oficiales entre las que se encuentra el Directorio Central de Empresas del INE (DIRCE del Instituto Nacional de Estadística) y las estimaciones realizadas por el CIS-Madera con datos del

Censo de empresas de la Cadena de la Madera, existen en Galicia más de 2.500 empresas de Carpintería y Mobiliario, con una facturación en conjunto superior a 535 millones de euros (aproximadamente 90.000 millones de pesetas) y una estimación de empleo directo de más de 12.000 personas. Dichos datos ponen de relevancia la importancia de dichas actividades en el conjunto de actividades de la Cadena de la Madera de Galicia.

En la base de datos del INE (DIRCE) se recoge el porcentaje de empresas según el número de asalariados, en cada una de las actividades (ver Figura 1). Se observa que el porcentaje de empresas con 5 o menos de 5 empleados es superior en Galicia (84,70%) que en el resto de España (80,17%) lo que evidencia un tamaño medio de la empresa gallega inferior a la media española.

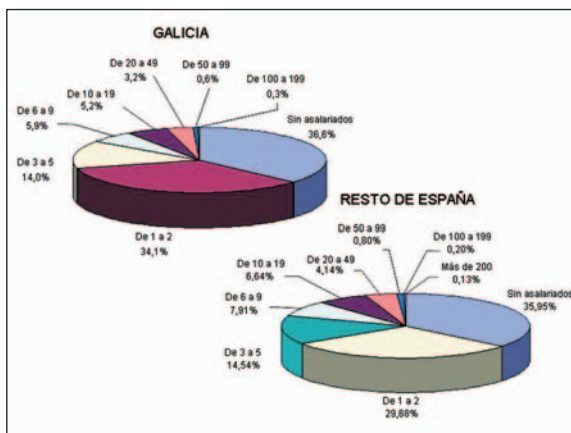


Figura 1: Porcentaje de empresas de Carpintería y Mobiliario en Galicia y el Resto de España según el número de empleados (año 2002)

Fuente: INE, Directorio central de empresas 2002

En cuanto al número de empresas, el DIRCE contabiliza más empresas de Mobiliario que el CIS-Madera (200 empresas más), siendo el caso contrario en las actividades de Carpintería (contabiliza 189 empresas menos). Analizando las actividades en su conjunto, las cifras son prácticamente similares (2.475 del CIS-Madera y 2.486 del DIRCE).

En Galicia existen cerca de 1.380 empresas dedicadas a actividades de Carpintería (55% de las empresas) y 1.100 empresas dedicadas a actividades relacionadas con el Mobiliario (45% de las empresas). La distribución territorial, obtenida a partir de datos del CIS-Madera, muestra que el 36% de las empresas se concentran en la provincia de A Coruña, el 29% se concentran en Pontevedra, el 18% en Lugo y el 17% se localizan en Ourense.

En la Figura 2 se observa que la mayor concentración de empresas se extiende por el eje atlántico, y por núcleos importantes en los alrededores de Ourense capital y en el centro y costa norte de Lugo.

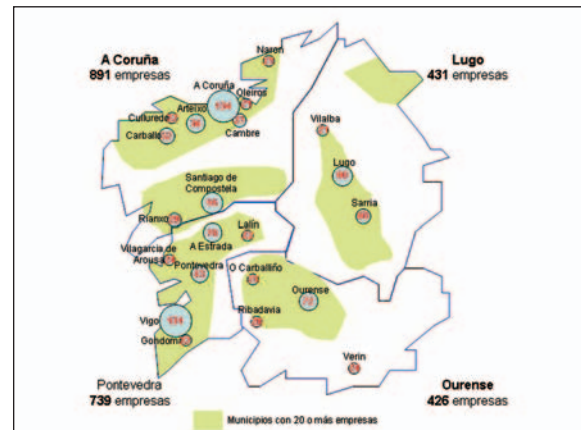


Figura 2: Localización empresarial en Galicia de las actividades de Carpintería y Mobiliario

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Censo de empresas de la madera, CIS-Madera. Año 2000

En cuanto a la evolución en el tamaño de las empresas (medido por el número de asalariados) en el caso de las empresas de Mobiliario, el número de empresas sin asalariados disminuye paulatinamente en el período 1999-2002, y se incrementa el número de empresas con algún asalariado en todas sus categorías, con la excepción del rango de 50 a 99 (hecho asociado al incremento de asalariados en esas empresas que ascienden al nivel superior, de 100 a 199 asalariados).

En el tamaño empresarial, según el número de asalariados, de las empresas dedicadas a actividades de Carpintería, se detecta un incremento del tamaño medio de las mismas desde el año 1999. Este hecho se ve reflejado en el incremento de las empresas que tienen de 3 a 9 asalariados, y la reducción del número de empresas sin asalariados y con 1 ó 2.

CARACTERÍSTICAS GENERALES, ENTORNO ESPECÍFICO Y ASPECTOS INTERNOS DE LAS EMPRESAS.

En general y a nivel gráfico, los aspectos desarrollados en este epígrafe hacen referencia a las empresas industriales, es decir, empresas con un mayor grado de mecanización y organización del proceso productivo y sistema de dirección y gestión, debido a su mayor relevancia, aunque en el Plan Estratégico de las actividades de Carpintería y Mobiliario de Galicia se contemplan y desarrollan también las características o aspectos de las empresas no industriales (empresas con un

proceso de carácter más artesanal y una visión de mercado de actuación más local).

Características generales.

En la Figura 3 se muestra el año de inicio de la actividad de las empresas industriales de Carpintería y Mobiliario de Galicia.

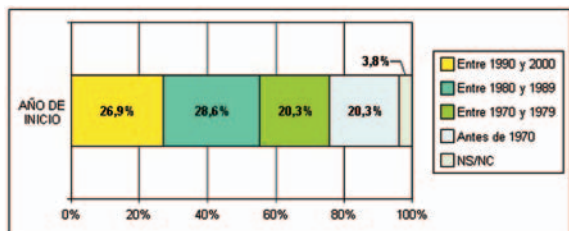


Figura 3: Año de inicio de la actividad. Empresas industriales de Galicia

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

Se observa que el mayor porcentaje corresponde a empresas creadas entre 1980 y 1989, aunque le siguen muy de cerca las empresas cuyo año de inicio se encuentra entre 1990 y 2000. En general, está muy repartido compaginándose tradición y cierta renovación.

La Figura 4 recoge el porcentaje de empresas de Carpintería y Mobiliario de Galicia según el origen de su capital social, tanto en conjunto como diferenciando las dos actividades.

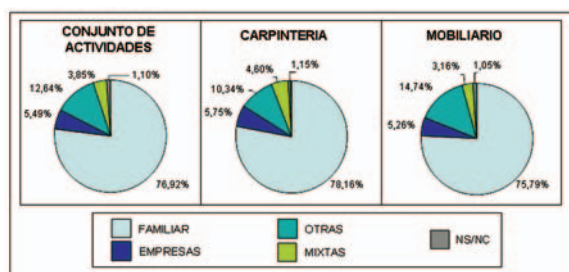


Figura 4: Porcentaje de empresas según el origen de su capital social. Empresas industriales de Galicia

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

Se observa que más del 75% de las empresas del conjunto de actividades de Carpintería y Mobiliario, poseen un capital de origen familiar y que las actividades de Carpintería y Mobiliario, por separado, muestran cifras muy similares al conjunto.

Centrándose en la facturación total de las empresas se puede apreciar, en la Figura 5 que los mayores porcentajes de facturación corresponden a empre-

sas cuyo capital social es exclusivamente de origen familiar.

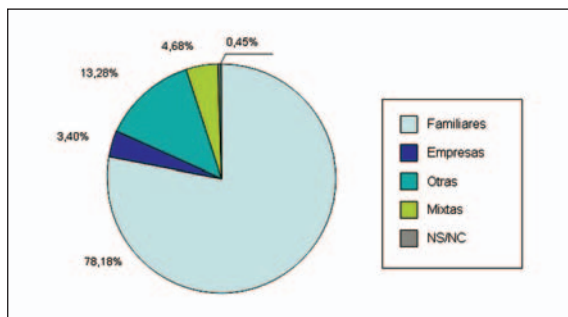


Figura 5: Porcentaje de facturación sobre el total según el origen del capital social de las empresas. Empresas industriales de Galicia

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

El carácter dominante de empresa familiar, afectada por el relevo generacional en los próximos 10 años, en el conjunto de la actividad de Carpintería y Mobiliario de Galicia (más del 75% de las empresas, del 79% del capital social y del 78% de la facturación) incide en la necesidad de la cooperación y el planteamiento de un plan estratégico específico en el contexto de la cadena de la madera de Galicia.

La dimensión de las empresas industriales de Galicia encuestadas, medida por el número de empleados, se muestra en la Figura 6. La existencia de una estructura fundamentalmente de pequeña empresa en la actividad de Carpintería y Mobiliario de Galicia, posibilita a ésta una importante flexibilidad y capacidad de adaptación y ajuste a los cambios del entorno, aun-

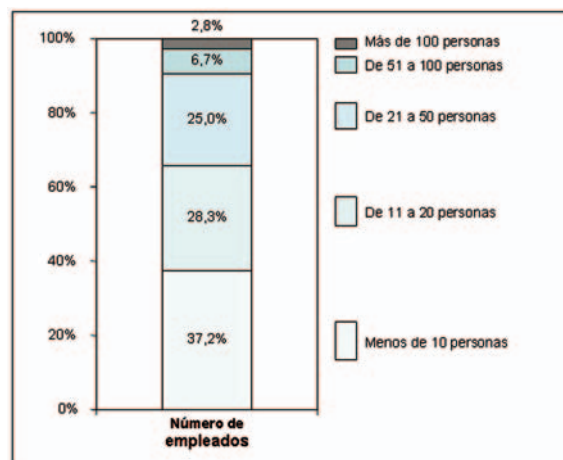


Figura 6: Porcentaje de empresas según el número de empleados. Empresas industriales de Galicia

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

que supone importantes limitaciones en su capacidad, especialmente de organización y financiera.

En la Figura 7 se indican cuáles son las principales comunidades competidoras de Galicia en la actividad de Carpintería. Se detalla e indica también el número concreto de empresas para el año 2002.

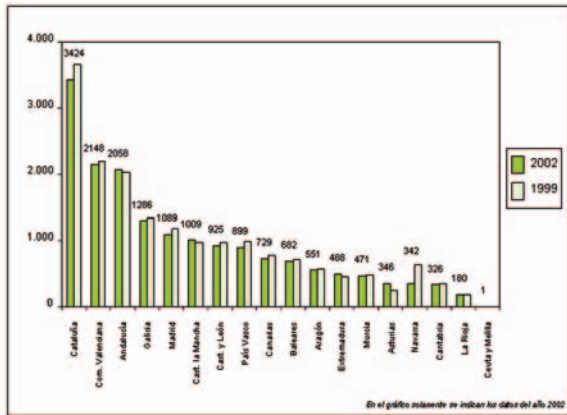


Figura 7: Número de empresas por CC.AA. dedicadas a actividades de Carpintería

Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE (DIRCE)

En el año 2002, como se observa, Galicia es la cuarta comunidad por número de empresas, sólo superada por Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía. Asimismo, se observa una disminución en el número de empresas en las 5 primeras comunidades, con la excepción de Andalucía que incrementó el número de empresas en relación al año 1999.

De la misma forma pero para el caso de las actividades de Mobiliario, en la Figura 8 se observan las principales zonas de ubicación o localización de las empresas de Mobiliario.

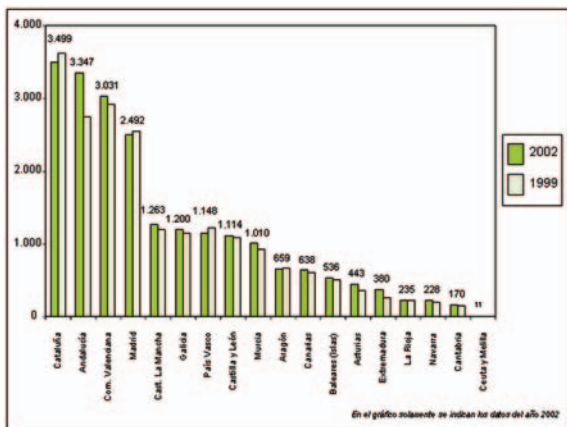


Figura 8: Número de empresas por CC.AA. dedicadas a actividades de Mobiliario

Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE (DIRCE)

Se observa que en el 2002 Galicia es la sexta comunidad por número de empresas, superada, como en el caso de Carpintería, por Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana. Destaca el importante incremento en el número de empresas, con respecto al año 1999, de Andalucía, si bien, la Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha y Galicia también incrementan este número.

Como se puede apreciar, en las cuatro primeras CC.AA. (Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid) están instaladas más del 57% de las empresas de Mobiliario españolas.

De la misma forma, como en el caso de las actividades de Carpintería, vuelve a surgir el eje mediterráneo como zona de gran desarrollo y concentración de empresas dedicadas a esta actividad, destacando asimismo Madrid y Castilla La Mancha, en el centro de España.

Entorno específico y actuales estrategias de las empresas.

En la Figura 9 se observa la visión de las empresas industriales sobre aspectos del entorno específico que inciden en la intensidad competitiva de las actividades de Carpintería y Mobiliario de Galicia.

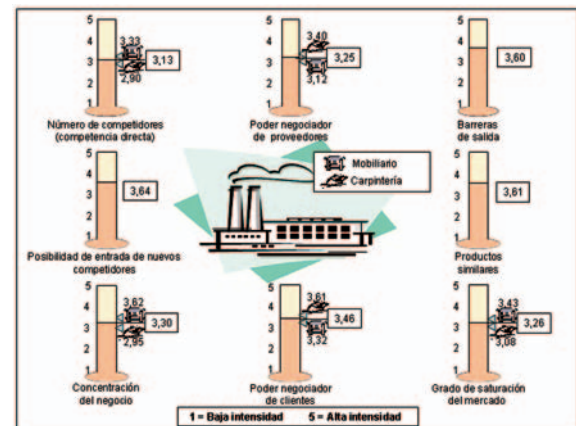


Figura 9: Visión de los empresarios sobre aspectos que inciden en la intensidad competitiva. Empresas industriales de Galicia

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

En opinión de los empresarios consultados, existe un cierto nivel de competencia directa con escasa concentración del negocio, especialmente en las actividades de Mobiliario con posibilidad de entrada de nuevos competidores en el mercado y la existencia de elevadas barreras de salida (fundamentalmente de tipo emocional por ser fundamentalmente pequeñas empresas familiares). Esto implica un incremento de la inten-

sidad competitiva en un futuro, poniendo de manifiesto la importancia del insuficiente aprovechamiento de oportunidades de negocio en otros mercados fuera de Galicia. En el poder de negociación de los proveedores y clientes, la incidencia en la actividad de Carpintería es superior. Esto refleja la situación en la que se encuentra el mercado en las actividades de Carpintería: el negocio está repartido entre las numerosas empresas existentes, por lo que, tanto proveedores como clientes pueden ejercer cierta presión sobre las condiciones de venta y compra a favor de sus intereses. En el caso de las actividades de Mobiliario esta presión parece menos destacable, en opinión de los propios empresarios.

Se señala también cierto grado de madurez en los mercados, con mayor intensidad en el caso de las actividades de Mobiliario que en las de Carpintería, y cierta incidencia de la existencia de productos similares en el mercado, que pone de manifiesto la importancia de la dedicación, por parte de las empresas, de esfuerzos a la innovación de productos y el incremento de los esfuerzos en temas de marketing para el relanzamiento de los productos actuales.

Por otro lado, y teniendo en cuenta las principales zonas competidoras, el 37,36% del total de empresas de Carpintería y Mobiliario indica competir con empresas exclusivamente en el ámbito de la comunidad autónoma, mientras que un 50,55% de las empresas indica que sus principales competidores radican en Galicia y en zonas distintas a la comunidad gallega. Las empresas encuestadas, teniendo una dimensión media reducida, tienen una idea bastante localista de la ubicación de sus competidores, ya que más del 87% de las empresas consideran el ámbito más próximo (Galicia) como localización de sus competidores. Este aspecto está relacionado con el hecho de que dichas empresas realizan sus ventas en un mercado fundamentalmente local/regional, por lo que puede implicar ciertas dificultades para el desarrollo de estrategias de cooperación y, asimismo, supone cierto riesgo por la posible entrada de nuevos competidores foráneos, que cada vez será más intensa.

Dada la importancia que, en general, las empresas gallegas conceden tanto a las estrategias de diferenciación como a las de liderazgo en costes, la Figura 10 recoge la matriz de cruce de ambas estrategias genéricas, de tal forma que en ella se representan aquellas empresas que han concedido un alto nivel de prioridad a las diferentes estrategias de diferenciación respecto a la valoración concedida a la de competencia en costes.

Del análisis conjunto de ambos ejes, se puede destacar que las empresas consideran necesario un ade-

cuado control de los costes como premisa indispensable para poder ser competitivo, teniendo en cuenta también una o varias líneas de diferenciación, que son las que realmente deciden la capacidad competitiva de la empresa y hacen al cliente decantarse por una u otra oferta. En principio, aunque es difícil mantenerse a largo plazo, las empresas que tienen unas condiciones mejores para competir son aquellas que complementan un control estricto de costes (eficiencia) con una alta prioridad hacia la diferenciación.

Con respecto a las estrategias de crecimiento, en general, las empresas de las actividades de Carpintería y Mobiliario muestran un interés por crecer, pero no tanto como el deseado, síntoma de un excesivo conformismo con la posición actual que en el futuro puede complicar todavía más la competitividad de las mismas ante la amenaza de la aparición en el mercado nacional de grandes cadenas multinacionales, cuyas condiciones y recursos son muy superiores respecto al limitado tamaño y acceso a los recursos financieros y tecnológicos de las Pymes locales.

Por lo que respecta a las estrategias de crecimiento en base a mercados, se concede una mayor importancia a los mercados nacionales (95,74%) que a los mercados exteriores (4,26%). También es importante destacar la preferencia por crecer en mercados nuevos y actuales (19,86%), preferentemente nacionales (19,15%). Por lo que respecta al crecimiento en base a productos, los mayores porcentajes corresponden a estrategias basadas conjuntamente en productos actuales y nuevos.

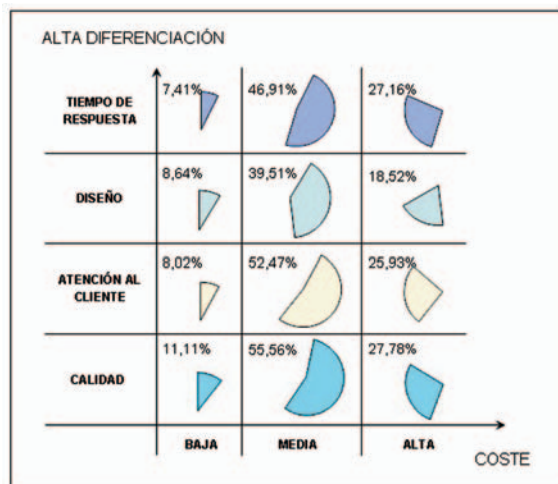


Figura 10: Matriz de cruce de estrategias genéricas. Empresas industriales de Galicia

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

En relación a las estrategias de integración, destacar que los porcentajes más significativos corresponden, por un lado, a un 27,9% de las empresas que consideran prioritario acometer nuevas actividades comerciales dentro del mismo eslabón de la cadena en el que se encuentra en la actualidad y, por otro lado, un 27% de los empresarios creen que la nuevas actividades debe realizarse en actividades productivas, manteniendo su posición actual dentro de la cadena.

En cuanto a las estrategias de cooperación, las empresas en general muestran un escaso interés por desarrollar acuerdos de cooperación que le permitan mejorar su posición competitiva, quizás debido a que no aprecian las posibles ventajas que les pudieran suponer. Los aspectos en los que conceden una mayor importancia a la cooperación, dentro del poco nivel de importancia general, son por orden de mayor a menor, la cooperación en temas comerciales, los acuerdos de cooperación en I+D, los acuerdos de cooperación productiva y, en último lugar, como poco importante, se encuentra la opción de desarrollar acuerdos de subcontratación de la producción.

Mercados

En la Figura 11 se detalla el porcentaje de compras de suministros para Carpintería y para Mobiliario, sobre el total de compras, separando los básicos de los complementarios.

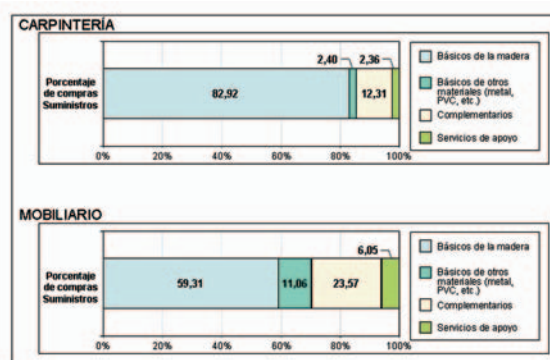


Figura 11: Porcentaje de compras de suministros sobre el total de compras. Empresas industriales de Galicia

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

El conjunto de empresas de Mobiliario de Galicia tiene una estructura de compras de suministros equilibrada, suponiendo los suministros básicos de madera alrededor del 60% y el 40% restantes se reparte entre suministros complementarios, suministros básicos de otros materiales y servicios de apoyo. Se observa la importante tendencia a la incorporación de suministros básicos de otros materiales en esta actividad como

metal, textil o PVC, entre otros, que facilita una mayor variedad en los productos y permite incorporar ciertos atributos diferenciados en los mismos.

Existe un escaso peso de compras de “Servicios de apoyo” sobre el total de compras en la actividad de Carpintería y, en menor medida aún en la actividad de Mobiliario gallegas, como son servicios de diseño o consultorías avanzadas en dirección, calidad, prevención de riesgos, medioambiente, servicios telemáticos, entre otros; que dificulta incorporar valor a los productos y disponer de información para la toma de decisiones.

El conjunto de empresas de Carpintería de Galicia apenas incorpora suministros básicos de otros materiales a los productos (vidrio, elementos de seguridad, elementos ornamentales, entre otros), que dificulta la incorporación de elementos diferenciadores y de diseño en unos productos que son cada vez más considerados como elementos decorativos.

En cuanto a las principales zonas geográficas de compra, en la Tabla 2 se muestra el origen de las compras de suministros básicos de madera aserrada de las empresas gallegas encuestadas de Carpintería y Mobiliario de tipo industrial.

CARPINTERÍA		MOBILIARIO	
Origen	%	Origen	%
Galicia	34,21	Galicia	32,26
Resto de España	3,78	Resto de España	25,83
Resto de Europa	27,30	Resto de Europa	23,97
África	17,22	África	9,72
Resto del mundo	17,49	Resto del mundo	8,22

Tabla 2: Origen de las compras de suministros básicos de madera aserrada sobre el total de compras. Empresas industriales de Carpintería y Mobiliario de Galicia

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

Se observa, para el caso de Carpintería, el importante peso de los mercados gallego y del resto de Europa, suponiendo en conjunto alrededor del 62% del total de compras de madera aserrada. Asimismo, destaca el bajo nivel de compras al resto de España.

Con respecto a la actividad de Mobiliario, puede apreciarse, que aproximadamente el 82% del total de las compras de madera aserrada se centran en el mercado gallego, el mercado español y el mercado europeo. De modo que las compras que se realizan fuera de la Unión Europea es poco significativo.

En contraposición con la actividad de Carpintería cabe destacar, que en Mobiliario, existe un alto nivel de compras de madera aserrada que se realiza en España, alrededor del 26% del total. Este aumento se debe al consumo de maderas más nobles como el cerezo, el castaño y el haya que suponen cerca del 50% de la madera aserrada consumida por esta actividad.

En relación al origen de las compras de suministros básicos de chapa y tablero derivados de madera, sobre el valor total de compras de las empresas industriales de Carpintería, se realiza casi en su totalidad en el mercado gallego (78,10%). En el caso de las empresas industriales de Mobiliario el porcentaje de compras de chapa y tablero derivados de la madera en el mercado gallego es también muy significativo, suponiendo el 87,93% del total.

Por lo que respecta a las opiniones de los empresarios vinculados con empresas industriales y cuya actividad principal es la Carpintería, en general, el posicionamiento con respecto a la competencia en todos los tipos de productos es negativa. Sin embargo, hay una cualidad en la que la mayoría de las empresas industriales de Carpintería manifiestan tener una posición competitiva muy favorable en todos los tipos de productos que elaboran: la calidad y el acabado. También se destaca la característica de plazo de entrega, recogiendo la importancia de la cercanía al cliente final. Además, se debe tener en cuenta que en el mercado de obra nueva el plazo de entrega es un factor muy valorado por las empresas constructoras y promotoras a la hora de conceder la realización de la obra entre los distintos candidatos.

En cuanto a los productos de Mobiliario, las empresas industriales dedicadas principalmente a esta actividad, en general, creen tener una posición competitiva relativamente mejor que en el caso de las empresas de Carpintería. Al igual que en el caso de las empresas de Carpintería, la variable en la que los empresarios manifiestan tener una situación más ventajosa es la calidad y el acabado en todas las gamas de productos de Mobiliario, obteniendo en todas ellas una valoración muy positiva. Sin embargo, otras variables como el servicio postventa, la innovación o incluso los precios, obtienen, en general, una valoración menos positiva en todas las gamas de productos.

En la Figura 12 se recoge la situación de los distintos tipos de productos tanto de Carpintería como de Mobiliario en cuanto a su situación actual dentro del ciclo de vida de los productos, el cual se desagrega en cuatro fases: innovación, crecimiento, madurez y declive.

En general, las actividades de Carpintería y Mobiliario cuentan con una gama de productos inmersos en una fase de crecimiento, avanzando ya en

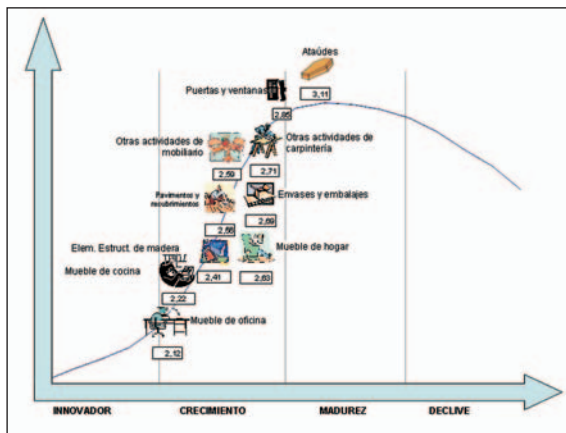


Figura 12: Ciclo de vida de los productos de Carpintería y Mobiliario. Empresas industriales de Galicia
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

algunos casos a la etapa de madurez (etapa en la que se encuentra ya la fabricación de ataúdes). El hecho de que la mayor parte de los productos de estas actividades se encuentren en esta fase de crecimiento del ciclo, supone que son segmentos todavía con una cierta capacidad de crecimiento, por lo que las empresas que están mejor posicionadas tienen una cierta ventaja para afrontar ese margen de crecimiento que todavía les queda, tratando de explotar el carácter innovador del producto de la fase anterior con la experiencia acumulada hasta el momento por la empresa, frente a la amenaza de la entrada de nuevas empresas que detecten ese margen de crecimiento del sector y decidan penetrar en él.

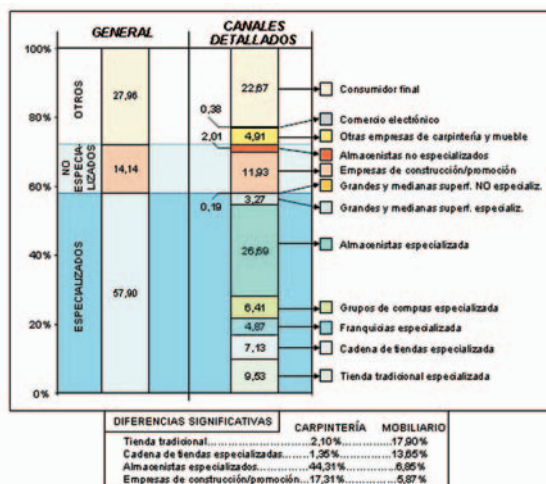


Figura 13: Distribución de las ventas entre los distintos canales de distribución. Empresas industriales de Galicia
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

El grado de utilización de los canales de distribución por parte de las empresas industriales de Carpintería y Mobiliario de Galicia aparece reflejado en la Figura 13.

Por lo que respecta a la tendencia prevista durante los próximos años, todos los canales siguen una línea muy similar, con una ligera tendencia a aumentar su participación en las ventas totales. Por hacer referencia a las más significativas, es decir aquellas que se espera experimenten un crecimiento mayor, se encuentran los canales especializados como las franquicias, los almacenistas y, las grandes y medianas superficies. En cambio, en el otro lado (aunque manteniendo la tendencia creciente) se sitúan los almacenistas no especializados y los grupos de compra, fundamentalmente.

La Figura 14 permite analizar la distribución geográfica de los mercados de venta de las empresas durante los años 2001 y 2002.

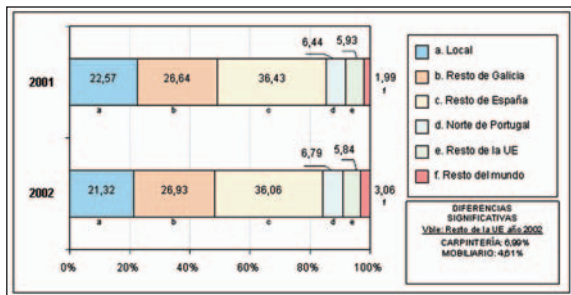


Figura 14: Mercados geográficos de venta. Empresas industriales de Galicia

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

Se observa que, por las escasas diferencias existentes entre ambos ejercicios, parece existir una cierta estabilidad en los mercados de ventas. La única diferencia significativa en el peso de las ventas, en las distintas áreas geográficas entre Carpintería y Mobiliario se da en el mercado de la U.E., mercado en el cual las empresas de Carpintería venden casi el 7% de sus productos, mientras que menos de un 5% de las ventas de productos de Mobiliario, se destinan a ese mercado.

Con respecto al análisis de la cartera de productos de las actividades de Carpintería y Mobiliario de Galicia, la Figura 15 muestra la participación de las distintas gamas de productos en las ventas totales de las empresas industriales de Carpintería y Mobiliario de Galicia durante 2001 y 2002. En conjunto, existe un notable equilibrio entre las dos actividades, ya que prácticamente se reparten al 50% las ventas totales, siendo ligeramente superior la participación en las ventas totales de las empresas de Mobiliario. Además, también se aprecia una gran estabilidad en las ventas de todas

las gamas, apenas existiendo diferencias entre el peso en el ejercicio 2001 y el 2002.

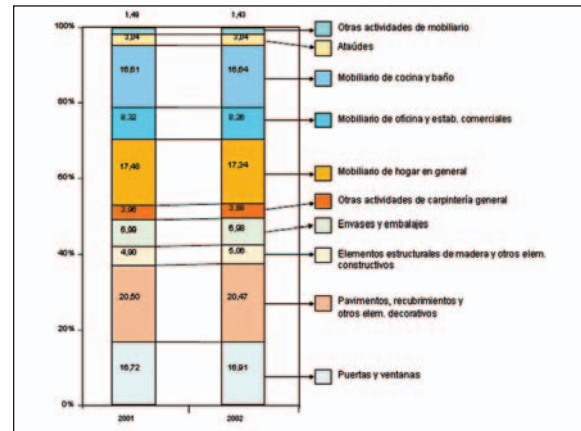


Figura 15: Porcentaje de ventas por productos durante 2001 y 2002. Empresas industriales de Galicia

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a empresas

Con respecto al análisis del comercio exterior de las actividades de la madera transformada de Galicia, en la Figura 16 se recoge una visión general del comercio exterior de Galicia, España y Unión Europea, señalando los volúmenes de exportación e importación global de bienes de cada uno de ellos. También se indican las cifras de comercio exterior del conjunto de las actividades de la cadena de la madera (aserrío, chapa-tablero, carpintería y mobiliario), así como de las actividades de Carpintería y Mobiliario por separado. Se aprecia así, la dinámica del comercio exterior de las diferentes zonas y de las diferentes actividades contempladas, ofreciendo una imagen comparativa de las mismas.

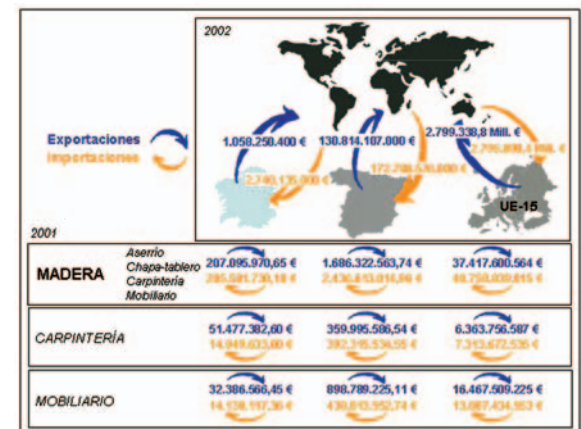


Figura 16: Comercio exterior de la madera (UE-15, España y Galicia)

Fuente: elaboración propia a partir de datos de OMC, ICEX e IGE

Las exportaciones gallegas de Carpintería representan casi el 25% del total de exportaciones de madera, si bien, en el caso de Mobiliario, este porcentaje se reduce a casi un 16% del total de exportaciones de madera gallega. Con respecto a las importaciones gallegas, tanto de Carpintería como de Mobiliario, los porcentajes son similares, alrededor del 5% del total de las importaciones gallegas de madera. En el caso de las exportaciones españolas de Carpintería, éstas son inferiores a las exportaciones de Mobiliario, un 22% frente a un 52% aproximadamente, y con las importaciones sucede lo mismo pero la diferencia no es tan relevante; en el caso de Carpintería representa un 16% y en el de Mobiliario un 18% del total de las importaciones de madera españolas. Con relación a los porcentajes de exportaciones e importaciones de Carpintería de la UE-15, son prácticamente iguales por lo que la balanza comercial está equilibrada, si bien, no sucede lo mismo en el caso de Mobiliario, ya que las exportaciones son superiores (44%) a las importaciones (33%).

En la Figura 17 se recoge la balanza comercial (exportaciones, importaciones y tasa de cobertura) de las diez mayores comunidades autónomas exportadoras de productos de Carpintería.

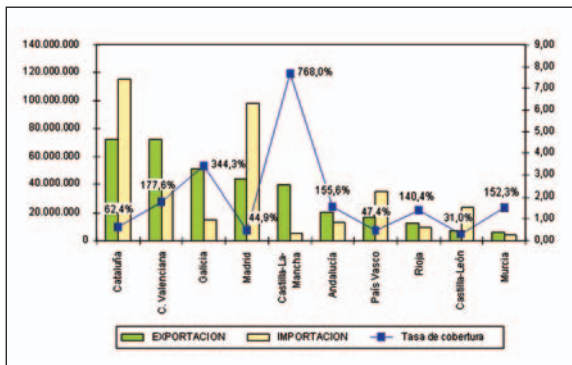


Figura 17: Balanza comercial para las diez principales CC.AA exportadoras de productos de Carpintería (datos en €)
Fuente: elaboración propia a partir de datos del ICEX

Se pueden observar grandes desequilibrios en las balanzas, ya que existen saldos deficitarios y superavitarios bastante llamativos, como pueden ser los de Castilla La Mancha, Galicia, Andalucía, Murcia, entre otros. Se observa el gran peso y desarrollo que el arco mediterráneo tiene en relación a estas actividades en el conjunto de España y un segundo foco de localización de empresas en la zona centro de España.

En la Figura 18 se representa la balanza comercial para las diez principales CC.AA exportadoras de Mobiliario de España.

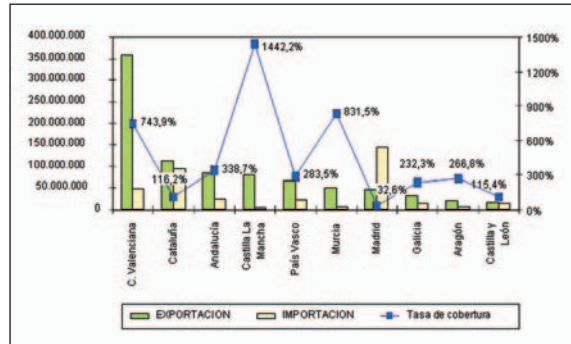


Figura 18: Balanza comercial para las diez principales CC.AA exportadoras de Mobiliario (datos en €)
Fuente: elaboración propia a partir de datos del ICEX

Nuevamente surge el eje mediterráneo (C. Valenciana, Cataluña y Andalucía) y el centro de España (Castilla la Mancha y Madrid) como zonas con un peso muy importante en el conjunto de actividades de fabricación de Mobiliario en España.

En un contexto en que las exportaciones españolas de productos de Carpintería han crecido un 15% entre 1999 y 2001, se aprecia una pérdida de peso relativo de las exportaciones gallegas de Carpintería con respecto al conjunto de exportaciones de España (ver Figura 19). Aunque Galicia es la tercera comunidad autónoma en exportaciones de productos de Carpintería, su posición relativa ha ido perdiendo peso en los últimos tres años.

No obstante lo anterior, se intuye cierto descenso en la actividad internacionalizadora de las principales comunidades autónomas en general, puesto que Cataluña apenas ha sido capaz de mantener su peso relativo, mientras que la Comunidad Valenciana ha decrecido. Todo parece indicar la existencia de otras comunidades autónomas que se están sumando a la actividad internacionalizadora.

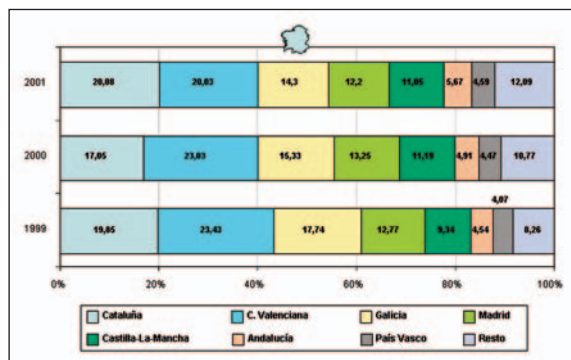


Figura 19: % Flujo exportador de la actividad de CARPINTERÍA (España 1999-2001)
Fuente: elaboración propia a partir de datos del ICEX

La Figura 20 muestra la estructura del peso de las exportaciones de productos de Mobiliario por comunidades autónomas de España, en el período 1999/2001. En un contexto de crecimiento de un 15% de las exportaciones españolas en dicho período, Galicia mantuvo constante su participación, con un reducido peso en el total de exportaciones de España, por lo que las empresas gallegas de Mobiliario no están logrando incrementar su presencia en mercados exteriores internacionales. Se aprecia un claro predominio de la actividad exportadora de la Comunidad Valenciana, aglutinando alrededor del 40% de las exportaciones españolas, si bien en los últimos años perdió peso progresivamente.

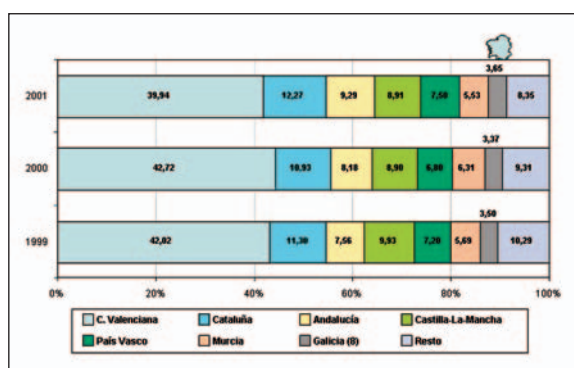


Figura 20: % Flujo exportador de la actividad de MOBILIARIO (España 1999-2001)

Fuente: elaboración propia a partir de datos del ICEX

Mientras las exportaciones españolas de Mobiliario crecieron un 15% en dicho intervalo temporal, las importaciones se incrementaron un 36%, por lo que se aprecia la creciente entrada de productos competidores del exterior.

	Galicia	Levante	Cataluña	Andalucía	N. Portugal	Esp. Norte	Esp. Centro
Rent. Económica	7,50%	7,49%	9,62%	8,58%	5,53%	6,16%	9,14%
Margen actividad	5,29%	5,22%	6,54%	6,35%	5,67%	3,95%	6,63%
Rotación activos	1,42	1,44	1,47	1,35	0,98	1,56	1,38
Rent. Financiera	10,58%	12,51%	12,86%	12,61%	3,97%	9,42%	14,22%
Coefic. Endeud.	2,30	2,66	1,33	2,63	2,24	3,11	2,26
Cost. neto deuda	3,46%	3,66%	2,96%	4,25%	5,40%	3,66%	3,11%
Tipo Impositivo	37,00%	29,33%	30,50%	36,94%	31,87%	32,50%	37,54%

Tabla 3: Comparativa datos del Árbol de Rentabilidad en sistemas productivos competidores (2000). CARPINTERÍA

Fuente: elaboración propia

Sistema económico – financiero.

El sistema económico-financiero completa este análisis sintético de las actividades de Carpintería y Mobiliario de Galicia. En lo que respecta a la evolución de las principales magnitudes económico financieras de Carpintería, tanto en Galicia como en España se observa un importante crecimiento entre los años 1997 y 2000 (ver Figura 21) del volumen del Activo Total, de los Ingresos de Explotación y del Valor Añadido Bruto. Esto supone un mercado en crecimiento en España, en el cual, las magnitudes de las empresas gallegas crecen más que la media del conjunto de empresas de España. Esta situación indica un importante avance con respecto al posicionamiento en un mercado en expansión, teniendo en cuenta que, en base a la muestra de empresas de ARDAN, los ingresos de explotación de las empresas gallegas contempladas en la misma, suponen el 13% del total de España.

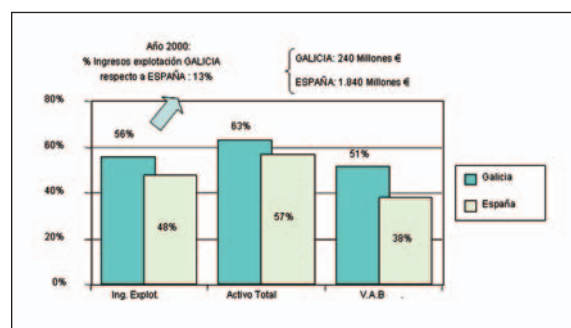


Figura 21: Variación de Ingresos de Explotación, Activo Total y V.A.B. Galicia y España (1997/2000). CARPINTERÍA

Fuente: elaboración propia a partir de datos ARDAN (2002)

En la Tabla 3 se representa una comparativa de los sistemas empresariales de diferentes zonas de España en el año 2000 para Carpintería, teniendo en cuenta los datos del árbol de rentabilidad.

Las empresas gallegas de Carpintería presentan, en general, peores ratios económico-financieros que sus principales competidores en el mercado español. El conjunto de empresas de Carpintería de Galicia están gestionando peor el nivel de explotación que zonas como Cataluña o Andalucía (rentabilidad económica). Si bien, con respecto a una importante zona como Levante, está al mismo nivel. Asimismo destaca la favorable posición de las empresas gallegas con respecto a las empresas de Portugal también en el nivel de explotación, además de destacar sensiblemente el mejor posicionamiento con respecto a otras variables como rentabilidad financiera o el coste neto de la deuda.

Las actividades de Mobiliario de Galicia crecieron más que el conjunto de dichas actividades en España en el período 1997/2000, con incrementos de más del 70% en dicho período, mientras que la media de actividades en España creció alrededor de un 45%. Especialmente significativos fueron los crecimientos de los ingresos de explotación y valor añadido bruto de las actividades gallegas de Mobiliario (ver Figura 22). Sin embargo, hay que destacar que, según la muestra de empresas de la base de datos ARDAN, los ingresos de explotación de las empresas de la actividad de Mobiliario de Galicia suponen el 7% del total de España, indicativo de un reducido peso relativo en el mercado español.

Por lo que respecta a la comparativa de los principales ratios económico-financieros, según se desprende de la Tabla 4, las empresas gallegas están peor posicionadas en general que sus principales competidores, a excepción de Portugal. Especialmente relevante son las diferencias en la rentabilidad económica, margen de la actividad y rotación de activos.

Dichas cifras, parecen apuntar a cierto problema por parte de las empresas gallegas para alcanzar óptimos eficientes en el mercado global de Mobiliario.

Si bien es importante el esfuerzo realizado al respecto, no está dando los frutos deseados, fundamentalmente en lo relativo al margen de la actividad. Esta situación comparativa, supone un diferencial negativo para las empresas gallegas, con una problemática asociada para, o bien tener una estructura de costes adecuada a los precios del mercado, o bien alcanzar niveles de precios suficientemente elevados para la estructura de costes actual.

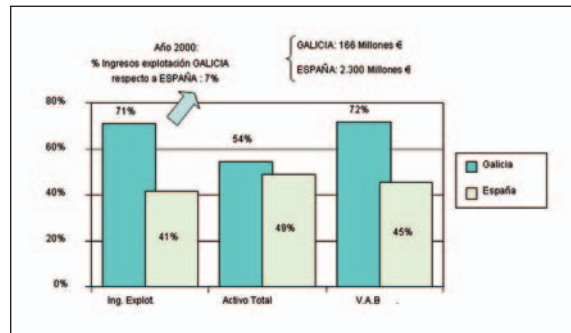


Figura 22: Variación de Ingresos de Explotación, Activo Total y V.A.B. Galicia y España (1997/2000). MOBILIARIO
Fuente: elaboración propia a partir de datos ARDAN (2002)

BIBLIOGRAFÍA

- Informe Final*: GONZÁLEZ GURRIARÁN, J. y FIGUEROA DORREGO, P. “Plan Estratégico de las actividades empresariales de Carpintería y Mobiliario de Galicia”, volumen I: 956 páginas. Cluster de la Madera de Galicia. Octubre de 2003.
- Informe de síntesis**: GONZÁLEZ GURRIARÁN, J. y FIGUEROA DORREGO, P. “Plan Estratégico de las actividades de Carpintería y Mobiliario de Galicia: Documento de Síntesis”, Fundación para o Fomento da Calidade Industrial e Desenvolvemento Tecnolóxico de Galicia – CIS-Madera, (125 páginas). 2004.

	Galicia	Levante	Cataluña	Andalucía	N. Portugal	Esp. Norte	Esp. Centro
Rent. Económica	9,50%	12,73%	14,74%	11,92%	5,97%	11,29%	13,12%
Margen actividad	6,06%	7,97%	8,85%	7,79%	3,87%	6,39%	10,03%
Rotación activos	1,57	1,60	1,67	1,53	1,54	1,77	1,31
Rent. Financiera	13,96%	15,81%	17,28%	18,16%	7,87%	18,41%	15,79%
Coefic. Endeud.	2,28	1,39	1,09	2,06	1,66	2,12	0,88
Cost. neto deuda	4,07%	5,46%	5,04%	4,00%	2,46%	4,79%	0,64%
Tipo Impositivo	36,27%	30,79%	31,68%	35,73%	33,36%	26,58%	34,34%

Tabla 4: Comparativa datos del Árbol de Rentabilidad en sistemas productivos competidores (2000). MOBILIARIO
Fuente: elaboración propia

Nota:

*En el apartado de Bibliografía del Informe Final se encuentra una amplia relación de fuentes de información organizada en 5 apartados: sobre desarrollo de Planes Estratégicos, específica de la madera de carácter económico-empresarial, específica sobre las actividades de Carpintería y Mobiliario, algunas publicaciones periódicas y boletines de interés y algunas referencias de páginas web relacionadas con información sobre Carpintería y Mobiliario. Existe también un volumen II (970 páginas) en el que se incluyen las salidas estadísticas y gráficas de las encuestas.

**En esta publicación se incluye un CD con el Informe Final del Plan Estratégico de las actividades empresariales de Carpintería y Mobiliario de Galicia y la relación de documentos intermedios generados para la elaboración de dicho Plan.

AGRADECIMIENTOS

Nos gustaría expresar nuestro más sincero agradecimiento por su apoyo, al Cluster de la Madera de Galicia, al CIS-Madera y a la Consellería de Innovación, Industria e Comercio.

Especialmente queremos agradecer a todos los empresarios que han participado en la encuesta, en las entrevistas y en el desarrollo de las mesas de expertos, por su implicación, estímulo y orientación en todo el proceso.

También queremos hacer extensible nuestro agradecimiento al equipo de investigación y colaboradores, cuya entrega y dedicación han hecho posible que este proyecto viese la luz.

A todos ellos, muchas gracias.

SOLUCIONES INTEGRALES PARA LA INDUSTRIA DE LA MADERA



Líneas de descortezado



Líneas de carro y sierras de cinta



Sierras Múltiples de 1 y 2 ejes



Trituradores de residuos



Líneas de cilindrar y perfilar tronco pequeño



Instalaciones de astillado



- ✗ Líneas de clasificación para parques de troncos
- ✗ Líneas completas de aserrado: sierras de cinta y circulares
- ✗ Sierras canteadoras, sierras múltiples y apiladores de tablas
- ✗ Plantas completas de astillado
- ✗ Líneas de cilindrado y perfilado de tronco pequeño
- ✗ Todo tipo de transportadores

- ✗ Maquinaria para 2ª transformación: moldureras, líneas finger-joint...
- ✗ Secaderos y medidores de humedad
- ✗ Líneas de tronco pequeño
- ✗ Instalaciones completas para el reciclaje de madera y Biomasa
- ✗ Maquinaria usada para la Industria de la Madera

Pol. Ind. Asua - Berri, Pab. 46 • 48950 Asua - Erandio (Vizcaya) • Telf.: 944 536 368 & 629 271 795 • Fax: 944 536 369 • cofem@eresmas.com • www.cofem.net