



UNIVERSIDAD DEL ACONCAGUA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

EL MERCADO DE LAS PUERTAS DE MADERA EN ESPAÑA: UNA OPORTUNIDAD LATENTE

Alumno: Santiago Martínez

Profesores tutores:

Lic. Orlando Di Giuseppe

Lic. Celina Sozzi de Villanueva

Lic. Mario Martín Pouget

Mendoza, julio de 2010

Calificación

.....

.....

.....

Índice

	Pág.
Calificación	3
Índice	4
Resumen ejecutivo	7
Introducción	8
CAPITULO I: SITUACION MUNDIAL	10
1 La situación mundial y el contexto nacional.....	10
1.1 Introducción.....	10
1.1.1 Maderas de coníferas.....	11
1.1.2 Maderas duras (hardwoods).....	12
1.2 Características de los mercados internacionales.....	13
1.2.1 Breve descripción de los centros de demanda mundial.....	14
1.2.1.1 Unión Europea.....	14
1.2.1.2 Asia/Pacífico.....	14
1.2.1.3 Estados Unidos.....	15
1.3 Contexto nacional.....	16
1.3.1 La balanza comercial forestal argentina.....	19
1.4 Síntesis.....	20
CAPITULO II: ANALISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL	21
2 El sector maderero argentino.....	21
2.1 La cadena foresto - industrial en Argentina.....	21
2.2 Características generales del sector argentino de la madera.....	24
2.3 Análisis FODA.....	25
2.3.1 Matriz FODA.....	26
2.4 Fuerzas competitivas de Porter.....	28
2.4.1 Rivalidad entre los competidores existentes: “Sector fragmentado - muchos competidores”.....	28
2.4.2 Ingreso de nuevos competidores: “Amenaza moderada – alta”.....	28
2.4.3 Amenaza de sustitutos: “Amenaza moderada-alta”.....	29
2.4.4 Poder de negociación de los compradores: “Amenaza moderada-alta”.....	29
2.4.5 Poder de negociación de los proveedores: “Amenaza moderada-alta”.....	29
2.5 Síntesis.....	29
CAPITULO III: LA EMPRESA Y EL PRODUCTO	31
3 La empresa y el producto.....	31
3.1 La empresa.....	31
3.1.1 Características de la trading company.....	32
3.1.2 Organigrama de la empresa.....	32
3.1.3 Ventajas de la trading company.....	33
3.1.4 Desventajas de la trading company.....	34
3.2 El producto.....	34
3.2.1 Aplicaciones y usos del roble a tener en cuenta.....	35
3.2.2 Especies de robles.....	35

3.2.2.1 Quercus palustris.....	35
3.2.2.2 Quercus ilex.....	36
3.2.2.3 Roble cerejeira.....	36
3.3 ¿La puerta de roble se adapta al clima español?	36
3.4 Síntesis.....	37
CAPITULO IV: MERCADO OBJETIVO.....	38
4 El mercado español.....	38
4.1 Datos generales.....	38
4.2 Geografía.....	40
4.2.1 Población y centros urbanos.....	41
4.2.2 Población principales ciudades.....	42
4.3 Infraestructura, transporte y comunicaciones.....	43
4.3.1 Puertos.....	43
4.3.2 Puertos.....	43
4.3.3 Carreteras.....	43
4.3.4 Ferrocarriles.....	44
4.4 Organización territorial del estado.....	44
4.5 Economía, moneda y finanzas.....	45
4.5.1 La economía española.....	45
4.5.1.1 La demanda.....	46
4.5.1.2 La balanza de pagos.....	53
4.5.1.3 Evolución reciente de la economía española.....	56
4.5.2 Moneda y finanzas.....	59
4.5.2.1 Sistema bancario.....	59
4.6 Comercio exterior: evolución reciente y consideraciones generales.....	59
4.7 Inversión española en el exterior.....	60
4.8 Tratados bilaterales vigentes.....	62
4.9 Acceso al mercado.....	63
4.9.1 Sistema arancelario.....	63
4.9.2 Regulación de importaciones.....	63
4.9.3 Documentos y formalidades.....	64
4.10 Principales proveedores de puertas de madera.....	65
4.10.1 Proveedores nacionales.....	65
4.10.2 Principales proveedores foráneos.....	67
4.11 Demanda de las puertas de madera.....	67
4.12 Normativa sobre control de cambio.....	68
4.12.1 Información estadística.....	68
4.13 Sistema fiscal.....	69
4.14 Estructura de comercialización: muestras y materiales de publicidad.....	69
4.15 Canales de distribución.....	71
4.15.1 La distribución de puertas de madera.....	72
4.15.1.1 Importadores - distribuidores.....	74
4.16 Competitividad del producto.....	74
4.17 Promoción de ventas.....	89
4.18 Compras gubernamentales.....	89
4.19 Estándares de calidad.....	89
4.20 Viajes de negocios.....	90
4.20.1 Visas.....	90
4.21 Consideraciones en materia de seguridad.....	91
4.22 Costumbres locales (recomendaciones prácticas).....	91
4.23 Horarios laborales y calendario de vacaciones.....	91
4.23.1 Horario de comercios.....	91
4.23.2 Administración pública.....	92
4.24 Vacaciones y festividades.....	92
4.24.1 Vacaciones.....	92
4.24.2 Días festivos.....	92
4.25 Síntesis.....	92

CAPITULO V: OPERATORIA DE EXPORTACION	94
5 Logística de exportación.....	94
5.1 Barreras arancelarias y no arancelarias de ingreso.....	94
5.1.1 Barreras arancelarias.....	94
5.1.1.1 Régimen preferencial para Argentina.....	95
5.1.1.2 Otras tasas o gravámenes a la importación.....	95
5.1.1.3 El derecho para terceros países.....	95
5.1.2 Barreras no arancelarias.....	95
5.1.2.1 Documentación requerida.....	95
5.1.2.2 Certificado de origen.....	95
5.1.2.3 Cupos de importación.....	96
5.1.2.4 Impuestos internos.....	96
5.2 Medio de pago a utilizar.....	96
5.2.1 Características de la misma.....	96
5.3 Posición arancelaria del producto así como los gravámenes que tributa.....	96
5.3.1 Posición SIM-MARIA.....	96
5.3.2 Derechos de aduana y tasas.....	97
5.3.2.1 Importación.....	97
5.3.2.2 Exportación.....	97
5.4 Logística.....	97
5.4.1 Cantidad de la exportación.....	97
5.4.2 Transitime.....	98
5.5 Síntesis.....	98
CAPITULO VI: ANALISIS ECONOMICO - FINANCIERO	99
6.1 Análisis económico.....	99
6.1.1 Formación del precio FOB.....	99
6.2 Análisis financiero.....	101
6.2.1 Inversión.....	101
6.2.2 Flujo de fondos (cash flow).....	102
6.2.3 Indicadores de rentabilidad.....	103
6.3 Síntesis.....	103
Conclusiones	104
BIBLIOGRAFÍA	106
I Libros, revistas y artículos de diarios	106
II Entrevistas a expertos	106
III Sitios web consultados	106

Resumen ejecutivo

El objetivo del presente trabajo es analizar las posibilidades del mercado español de puertas de madera, como destino de exportación para las puertas de roble macizo producidas en Argentina. El estudio busca, al mismo tiempo, mostrar a la Argentina como un digno proveedor de un mercado muy exigente en cuanto a la calidad y variedad de dicho producto. Teniendo en cuenta que el país ibérico es abastecido por varios proveedores tanto nacionales como foráneos, la estrategia es vender un producto de buena calidad a un precio menor que el de la competencia ya que la madera y sus derivados en España son productos bastante caros.

Durante el presente trabajo se muestra los aspectos a tener en cuenta para cumplir con el objetivo de exportar puertas de madera a España. Por otra parte, la tesina evalúa la situación mundial en el mercado de la madera, las características de la empresa y el producto, la demanda de aberturas de madera en el país ibérico, los impuestos que recaen sobre la exportación del bien a exportar así como la documentación necesaria para la expedición del mismo y la viabilidad financiera del proyecto.

Introducción

Situación problemática

El mercado español de puertas de madera es muy atractivo no sólo por la demanda creciente de este producto sino porque en el mismo hay pocos proveedores latinoamericanos o de otros países que pueden producir el producto con la misma calidad a un menor precio. La madera y los productos que se obtiene de la misma son muy caros en Europa. En general, la construcción en sí misma comprende costos muy elevados y la mayoría de las familias españolas toma créditos hipotecarios a muy largo plazo ya que la vivienda es demasiado costosa en España.

Problema

¿Cómo podrá una empresa argentina introducir exitosamente en España las puertas de roble macizo aprovechando calidad y precio de las mismas?

Objetivos

- General: demostrar que la Argentina tiene potencial para ganar una buena parte del mercado español de puertas de madera compitiendo al mismo nivel de los principales proveedores foráneos.
- Específico: demostrar que la confianza está volviendo en el sector inmobiliario y en el mercado español en general a pesar de haber sido uno de los más afectados por esta crisis inmobiliaria.

Hipótesis

No obstante la crisis que ha afectado al mercado inmobiliario español desde mediados de 2008, la calidad y el precio del producto argentino hacen que la exportación de puertas de roble macizo a España sea un negocio sea rentable para la empresa Wonderful Doors S.A.

Justificación

Mediante la exportación de puertas de roble macizo al mercado español se puede lograr que las mismas compitan de igual a igual con las ofrecidas por otros proveedores debido a su buena relación precio – calidad.

Asimismo, hay confianza en que el mercado inmobiliario en España se recupere hasta ser lo que era antes de la crisis inmobiliaria. Los índices de consumo y construcción siguen siendo negativos pero en menor medida que los de trimestres anteriores y se espera que la tendencia favorable continúe. Estos indicadores posibilitan que el negocio de la construcción vuelva a ser rentable después de la crisis sufrida.

Metodología

Observación documental

Se utiliza como método básico la observación documental basada en fuentes primarias y secundarias de información.

Observación monumental (entrevistas a expertos)

En cuanto a la observación monumental, fueron realizadas varias entrevistas entre las que son mencionadas las siguientes:

- a) Entrevista a Roberto Flores, contador de la empresa Operativa Internacional S.A. sobre la posición arancelaria de la mercadería y los tratamientos fitosanitarios que la misma necesita.
- b) Entrevista a Lucas Jara uno de los dueños de Maderas del Centro S.A. sobre las clases de madera, sus características y sobre su experiencia en relación a una exportación que él mismo realizó.

CAPITULO I

SITUACION MUNDIAL DEL MERCADO DE PUERTAS DE MADERA

1 La situación mundial y el contexto nacional

El objetivo del presente capítulo es brindar un panorama general sobre la producción de madera tanto en el contexto internacional como en el nacional y su importancia en el comercio internacional.

1.1 Introducción

Para situarse se debe recordar la conformación de los mercados internacionales de productos forestales y algunas de sus características.

Los mercados pueden dividirse por grupos de especies o por productos. Así se reconoce los mercados de trozas, de maderas aserradas, de tableros, de pastas celulósicas, de muebles y partes de muebles y de aberturas, entre otros.

Otra forma muy difundida, en especial entre los anglosajones, es dividir a los mercados en, “maderas de coníferas o softwoods¹” y “maderas de latifoliadas o hardwoods²”.

Estos dos mercados reconocen otras subdivisiones, basadas en las percepciones de calidad de la madera.

1.1.1 Maderas de coníferas

- maderas de coníferas de alta calidad, compuesto principalmente por las especies de crecimiento más lento de las zonas frías, como son los abetos, piceas y cedros, (géneros *Abies*, *Picea*, *Juniperus* y *Tsuga*, entre otros), pudiéndose mencionar, a modo de ejemplo, al “spruce” (genérico para piceas) y al “hemlock” (*Tsuga heterophylla*) y al pino oregón (*Pseudotsuga menziesii*) de Estados Unidos y Canadá, a los alerces europeos (*Larix* spp) y a los denominados abetos y pinos blancos (*Picea abies*, *Pinus monticola*, *P. nigra*, *P. ponderosa*, etc), característicos de Escandinavia, Europa central, Canadá y la costa norte del Pacífico de Estados Unidos cuyos usos más destacados son para pastas celulósicas de alta calidad (tienen fibras muy largas), madera de uso estructural para construcción, molduras, aberturas, carpintería y muebles.
- pinos tropicales de rápido crecimiento, compuesto por los denominados pinos amarillos del sur de EE.UU. (*P. elliotii*, *P. taeda*, *P. silvestris*), de México y el Caribe (*P. tecumani*, *P. patula*, *P. caribaea*), a los que se puede asimilar el *P. radiata* de Chile y Nueva Zelanda, entre otros. Tradicionalmente, las maderas de estos pinos fueron consideradas de menor calidad, destinándose a pastas celulósicas, tableros de fibra y aglomerado, aserrados para embalaje, pallets y tarimas y sólo en menor medida para usos como construcción, molduras y partes de muebles. No obstante, con las crecientes restricciones de las maderas de bosques nativos y con los avances en la demanda de este tipo de maderas, se las destina para los mismos usos que las otras coníferas.

¹ La madera de coníferas es más liviana que la de latifoliadas, es flexible, resistente y estable dimensionalmente. Su estructura celular relativamente simple de fibras largas, uniformes y ceñidamente apretadas es la causa de su elevado índice resistencia-peso.

² Una de las características fundamentales de este tipo de maderas es la presencia de vasos o poros. Su función es transportar agua y minerales desde la raíz hasta las hojas.

1.1.2 Maderas duras (hardwoods)

Este mercado presenta un mayor número de subdivisiones que el anterior porque está más influenciado por el concepto de especie. Así hay un mercado de la teka o de las maderas tropicales para ebanistería y de las maderas claras de Europa, etc. No obstante, se puede señalar algunas subdivisiones principales:

- maderas tropicales oscuras de alta calidad, utilizadas para chapas decorativas, mueblería, carpintería fina y ebanistería. Este mercado estuvo dominado tradicionalmente por las especies asiáticas y, en menor medida, de África como por ejemplo teka, meranti, ramin, okume; aunque reconoce especies de la región amazónica y del Caribe, como el palo brasil, la caoba, el cocobolo, los cedros, etc. A este grupo se le puede asimilar por coloración pero no en igual nivel de calidad a los algarrobos, lapachos y otras maderas duras de la región chaqueña y de la selva misionera argentinas y, dentro de las maderas de cultivo la grevillea, la toona y algunos eucaliptos.
- maderas claras de alta calidad, integradas predominantemente por especies características de zonas templadas, entre las que están los robles, hayas y olmos europeos y los fresnos, cerezos y el liquidambar entre otras maderas de Estados Unidos. Es importante aclarar que este grupo no está compuesto exclusivamente por maderas blancas, también incluye tonalidades rojizas, pero que resultan claras por comparación con la coloración de las maderas tropicales antes mencionadas. Generalmente son originarias de Europa central y el sur de Estados Unidos. Entre ellas, las más destacadas son las maderas claras para chapas decorativas, carpintería fina, molduras, muebles y pisos. Es un segmento de alto crecimiento, motivado por razones estéticas, ya que hay una tendencia a la utilización de maderas claras; por una mayor disponibilidad (solamente en EE.UU. hay 100 millones de hectáreas de bosques nativos de estas especies) en relación a las maderas asiáticas y africanas y por las preocupaciones ecológicas de los consumidores europeos, que consideran que los bosques de donde provienen estas maderas están manejados en forma sustentable. A este grupo se le puede asimilar parte de las maderas argentinas de menor coloración como la lenga y aun el quebracho blanco, así como maderas de cultivo como el paraíso y los fresnos.

- maderas de uso industrial, aptas para triturado (pastas, tableros), envases, pallets, tarimas y carpintería en general como las salicáceas y los eucaliptos entre las maderas de cultivo y ciertas especies de menor valor de bosques nativos (por ej.: lauan en Asia, algunas virolas en Brasil, abedules en Europa y álamos en Estados Unidos).

1.2 Características de los mercados internacionales

Aún en la actualidad, la principal fuente de abastecimiento de madera rolliza industrial es el bosque espontáneo³ que representan más del 90% del abastecimiento mundial. Por dicho motivo, el abastecimiento mundial de madera industrial está altamente concentrado. Los principales productores/exportadores son EE.UU., Canadá, Rusia, Brasil, Suecia, Finlandia, Malasia e Indonesia.

Analizando la participación internacional con maderas industriales por género y producto se deduce que la concentración es aún mayor.

En coníferas destacan: Canadá, primer exportador del mundo con 320 millones de hectáreas de bosques de coníferas y menos de 40 millones de habitantes; EE.UU., Escandinavia, Finlandia y Rusia. Nueva Zelanda y Chile están cobrando importancia pero sus reservas madereras, constituidas por plantaciones, son limitadas frente a las enormes superficies boscosas de los países mencionados.

En latifoliadas destacan Brasil, con especies provenientes de maderas amazónicas; Estados Unidos, con aproximadamente 100 millones de hectáreas de bosques nativos localizados principalmente en el sur donde se extraen cerezos, robles rojos y blancos, arces y fresnos entre otras; Indonesia (maderas de meranti y ramín), Malasia y Rusia.

El consumo de madera está correlacionado con el aumento de la población, pero su tasa de incremento es superior ya que se ve potenciada por el aumento del ingreso per cápita.

³ Aquellos bosques que cubren el suelo con gran intensidad y vigor y que no han sufrido la intervención de la mano del hombre para modificar la flora existente en los mismos.

El consumo de productos forestales está concentrado en los países desarrollados. El 80% del comercio mundial de productos forestales se negocia entre Norteamérica (EE.UU. y Canadá), Japón, Corea, Taiwán y Europa Occidental.

1.2.1 Breve descripción de los centros de demanda mundial

1.2.1.1 Unión Europea

Es un importante centro de demanda de maderas aserradas y tableros contrachapados de coníferas de calidad para la construcción y puertas (es el mercado por excelencia de la madera limpia⁴ de los bosques de la costa oeste de EE.UU. y del Canadá) y de chapas y aserrados de latifoliadas de calidad para la industria del mueble. Los principales abastecedores son Canadá, Estados Unidos, Escandinavia y Finlandia, Malasia, Indonesia y África.

1.2.1.2 Asia/Pacífico

Hasta hace poco los mercados relevantes en la producción de muebles eran Japón, Corea y Taiwan. En la actualidad constituyen importantes centros de demanda Singapur, Tailandia y China (incluyendo Hong Kong).

- Japón es uno de los mayores importadores del mundo de rollos, chips y aserrados de bajo valor para pastas, embalajes, pallets y de aserrados y tableros de calidad para la construcción de viviendas y la industria del mueble. Sus principales proveedores de madera de coníferas son Estados Unidos, Canadá, Suecia y Finlandia. En cuanto a las maderas latifoliadas son Malasia e Indonesia sus principales proveedores.
- China: un país con 13 millones de potenciales consumidores posee recursos forestales limitados y escasez de tierras que le impiden destinarlas a forestaciones en forma proporcional al crecimiento de su consumo. Por el momento es un mercado focalizado

⁴ Los productos de madera destinados a usos de remanufactura generalmente se clasifican según el porcentaje de “cortes” limpios de tamaño estándar que pueden obtenerse de una pieza después de aserrarla paralela y perpendicularmente al hilo para eliminar defectos y otras características naturales negativas. Estos cortes se conocen como cortes limpios económicos en la industria maderera y se emplean para ventanas, puertas, muebles, molduras, cajas, ebanistería y carpintería blanca. También son ideales para operaciones de pegado por los bordes, con empalme de cola de pescado y producción de material laminado.

en productos de bajo valor unitario y altísimos volúmenes, destinados principalmente a los embalajes, aunque tiene una demanda creciente de piezas de mayor calidad para la construcción. Los principales proveedores internacionales son otros países de la región, Rusia y Estados Unidos.

- Corea y Taiwán se caracterizan por una desarrollada industria del mueble, destinada principalmente al mercado de Estados Unidos. Adicionalmente, la industria de instrumentos musicales coreana es de gran importancia y calidad. Estas industrias importan prácticamente la totalidad de la materia prima. Sus principales proveedores de rollos de latifoliadas de calidad son EE.UU. y Malasia y de tableros contrachapados y madera aserrada de bajo costo para pallets y otros embalajes, Indonesia y Malasia.
- Tailandia: la industria del mueble local comprende unas 1.650 fábricas que, en virtud del agotamiento de las reservas locales de madera rolliza, depende de importaciones provenientes principalmente de Malasia, Myanmar y de Estados Unidos.

1.2.1.3 Estados Unidos

Pese a ser un gran productor y exportador y de disponer de una amplia superficie de bosques nativos, compuesta por aproximadamente 250 millones de hectáreas de bosques de coníferas y 100 millones de hectáreas de bosques de latifoliadas, es también el principal consumidor e importador mundial de productos madereros. Por esta razón, para todo aquel que quiera participar en los mercados internacionales, es de suma importancia analizar e interpretar correctamente, la evolución de la situación del mercado tanto de la oferta como de la demanda. Del lado de la oferta, tanto los volúmenes de producción como las tendencias de los precios están vinculados a la situación de los bosques nativos de producción y del desarrollo de nuevas tecnologías. En función de ciertos hechos que serán resumidos en otro apartado, se puede prever un escenario en el que Estados Unidos pasará progresivamente de ser un importador de aserrados y productos de madera sólida de coníferas y se convertirá en un importante exportador de aserrados, remanufacturas y chapas de maderas de latifoliadas.

1.3 Contexto nacional

La industria de la madera es el primer destino en importancia de la producción del bosque nativo e implantado y consiste en la transformación física o mecánica de la madera. En esta cadena, los principales subsectores son los aserrados, tableros de fibra, de partículas, compensados y alistonados, envases, pallets, postes y rodrigones, pisos, revestimientos, puertas, carpinterías y muebles y otras manufacturas.

El sector asociado al RIM (Registro Industrial Maderero) cuenta con un universo de más de 7.600 empresas (las estimaciones llegan a 12.000, contabilizando los pequeños talleres), que emplean en forma directa a más de 62.000 personas y generan un valor bruto de producción de aproximadamente 5.800 millones de pesos anuales (excluidos tableros reconstituidos) y un valor agregado estimado en 2.000 millones de pesos⁵.

Actualmente, la industria de la madera nacional está conformada casi en su totalidad por PYMES, a excepción de unos pocos aserraderos grandes orientados a la primera transformación (madera aserrada) y segunda transformación (remanufacturas) y los fabricantes de tableros reconstituidos, que por sus características son capital intensivo y tienen economías de escala en la producción. En promedio, las PYMES emplean 8 personas por empresa (10 los aserraderos, 7 las empresas de muebles y 12 las de envases y pallets).

La mayor parte de las extracciones de rollizos provienen de las provincias mesopotámicas (en especial pino y en segundo lugar eucalipto), mientras que la industria de la madera se encuentra localizada en todas las regiones del país. La primera transformación se asienta preponderantemente en las cercanías de los recursos forestales, debido a economías de localización asociadas a los costos de transporte. Es así que las tres provincias mesopotámicas representan el 25% de las empresas (ver **GRAFICO N° 1**), en orden de importancia Misiones, Corrientes y Entre Ríos. Éstas cuentan principalmente con aserraderos, carpinterías de menor porte y en menor escala, producción de muebles. Las provincias mesopotámicas han avanzado fuertemente en manufacturas (molduras, pisos, etc.) ligadas al pino y en menor medida, al eucalipto.

⁵ Visitar el sitio: www.inti.gov.ar

En la Patagonia, el NOA y en las provincias del Chaco y Formosa, existe una importante cantidad de aserraderos, especialmente de maderas nativas y pequeñas producciones de muebles y otros productos de carpintería. Los envases y pallets provienen, en especial, de las provincias productoras de frutas como Río Negro, Entre Ríos o Mendoza. Los postes utilizados para transporte de redes de alta tensión y rodrigones para la conducción de viñedos tienen mayor preponderancia en Entre Ríos, Santa Fe y Mendoza.

GRAFICO N° 1

Argentina: porcentaje de empresas del sector maderero por región (2008)



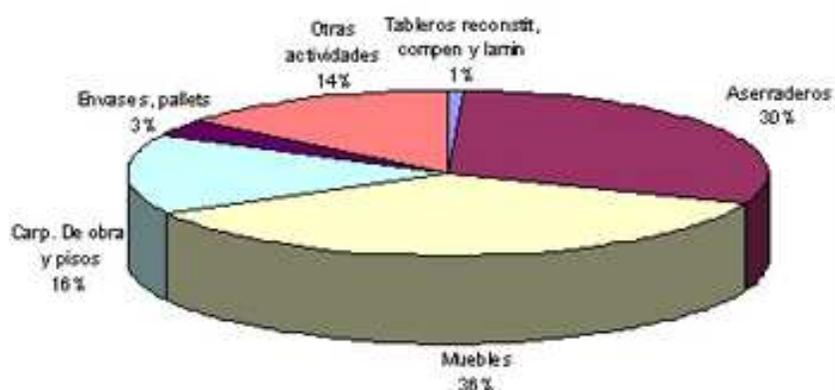
Fuente: www.inti.gov.ar

Por otro lado, cerca de los principales centros de consumo como Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba o Mendoza, están los eslabones más avanzados en la cadena de valor, en especial los de consumo final como muebles. Sin embargo, también se destaca la fabricación de pisos, aserrados, carpintería de obra y otras manufacturas. En estas tres primeras provincias están concentradas casi el 60% de las empresas de la industria maderera (ver **GRAFICO N° 1**), fundamentalmente por el peso de las carpinterías y muebles, siendo además las que cuentan con mayor población, ingresos per cápita y disponibilidad de mano de obra calificada.

La participación de la cantidad de empresas por subsector es similar a la participación en la cantidad de empleados: más del 60% de las empresas corresponde a los aserraderos y a la fabricación de muebles (ver **GRAFICO N° 2**).

GRAFICO N° 2

Argentina: porcentaje de empresas del sector maderero por subsector (2008)



Fuente: www.inti.gov.ar

La facturación promedio declarada permite observar el tamaño preponderantemente pequeño del grueso de las empresas: el 45% factura anualmente menos de \$200.000. Sólo el 6% de las empresas (unos pocos aserraderos y fábricas de tableros reconstituidos) facturan más de \$5 millones por año⁶.

De acuerdo a lo que informan las empresas, el estado del equipamiento (bienes de capital) en general es bueno (78%). Esta situación obedece al fuerte equipamiento en maquinarias importadas realizadas por las empresas que sobrevivieron a la década de la apertura de los '90. Sin embargo, los subsectores que mejor equipados están en términos de cantidad y calidad son los fabricantes de tableros, muebles y remanufacturas, observándose en muchos casos un sobredimensionamiento de maquinarias para los niveles de producción existentes. Contrasta la situación de otros subsectores, como aserraderos y carpinterías en general, donde se detecta la necesidad de renovar equipos, que en muchos casos permitirían aumentar sensiblemente los rendimientos en el corte y aprovechar mejor los residuos.

⁶ En el sitio www.inti.gov.ar visitado el día 16/11/09

1.3.1 La balanza comercial forestal argentina

La balanza comercial argentina de los productos forestales expresados en valores continúa con un ritmo deficitario mantenido en todo el período, a excepción del año 2002, producto de la salida de la convertibilidad⁷.

CUADRO N° 1

Argentina: comercio exterior de productos forestales (2002 – 2008)

Concepto / Año	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	millones de dólares						
Exportación	495,8	617,5	790,3	792,7	927,8	967,1	978,2
Importación	445,6	637,4	861,6	1.019,8	1.143,1	1.366,1	1.566,1
Saldo	50,2	-19,9	-71,3	-227,1	-215,3	-399,0	-587,9
Total comercializado	941,4	1.254,9	1.651,9	1.812,5	2.070,9	2.333,2	2.544,3

Fuente: Secretaría de Ambiente y Desarrollo de la Nación

Para el año 2008 las exportaciones forestales representan el 1,4% en el total de las exportaciones argentinas, mientras que las importaciones significaron el 2,7%.

En cuanto al total comercializado se observa un incremento del 170% a lo largo del período, mientras que en el último año la variación fue del 9%.

En el año 2008, las importaciones aumentaron un 15% respecto al año anterior, y las exportaciones en un 1%.

En el período considerado, las exportaciones subieron un 97% y las importaciones un 251%, correspondiendo en ambos casos al año 2008, los valores más altos de la serie.

⁷ Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación: “revista de comercio exterior ISSN 1850-7190 (versión digital)”, www.ambiente.gov.ar visitado el día 16-11-09

1.4 Síntesis del capítulo I

El saldo comercial se mantiene negativo en todo el período analizado, excepto en el año 2002 producto de la salida de la convertibilidad. A partir de dicho año se observa una disminución continua en la curva que refleja esos saldos, registrando en el año 2008 un pronunciado saldo negativo, debido al avance de las importaciones de productos forestales por encima de las exportaciones.

Argentina tiene tierras aptas para la actividad forestal y las inversiones futuras a realizar en el sector podrán potenciar su desarrollo, al incorporarse en un nuevo escenario mundial con un crecimiento de la demanda insatisfecha.

La mayor parte de las exportaciones provienen de plantaciones, a excepción de los extractos curtientes, siendo hasta el período considerado no significativa la presión sobre el bosque nativo en lo referido al comercio exterior.

Finalmente los condicionamientos ambientales que están influyendo de manera creciente en el comercio mundial podrán implementarse a través de ciertas herramientas como la certificación voluntaria, en los proyectos que sean desarrollados en la Argentina.

CAPITULO II

ARGENTINA: ANALISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL MADERERO

2 El sector maderero argentino

El presente capítulo describe más específicamente el funcionamiento de la industria de la madera en la Argentina y su atractivo a través del análisis FODA ⁸ y las fuerzas competitivas de Michael Porter ⁹.

2.1 La cadena foresto - industrial en Argentina

Argentina cuenta con 33 millones de hectáreas de bosque nativo y 1.1 millones de hectáreas de bosques implantados. Esto representa aproximadamente el 13% de la superficie del territorio nacional. A pesar de la diferencia en la cantidad de hectáreas, la mayor parte de la madera que se utiliza en el país para distintos usos proviene de bosques implantados (principalmente de pinos y eucaliptos). La mayor utilización de materia prima proveniente de bosques cultivados permitió que

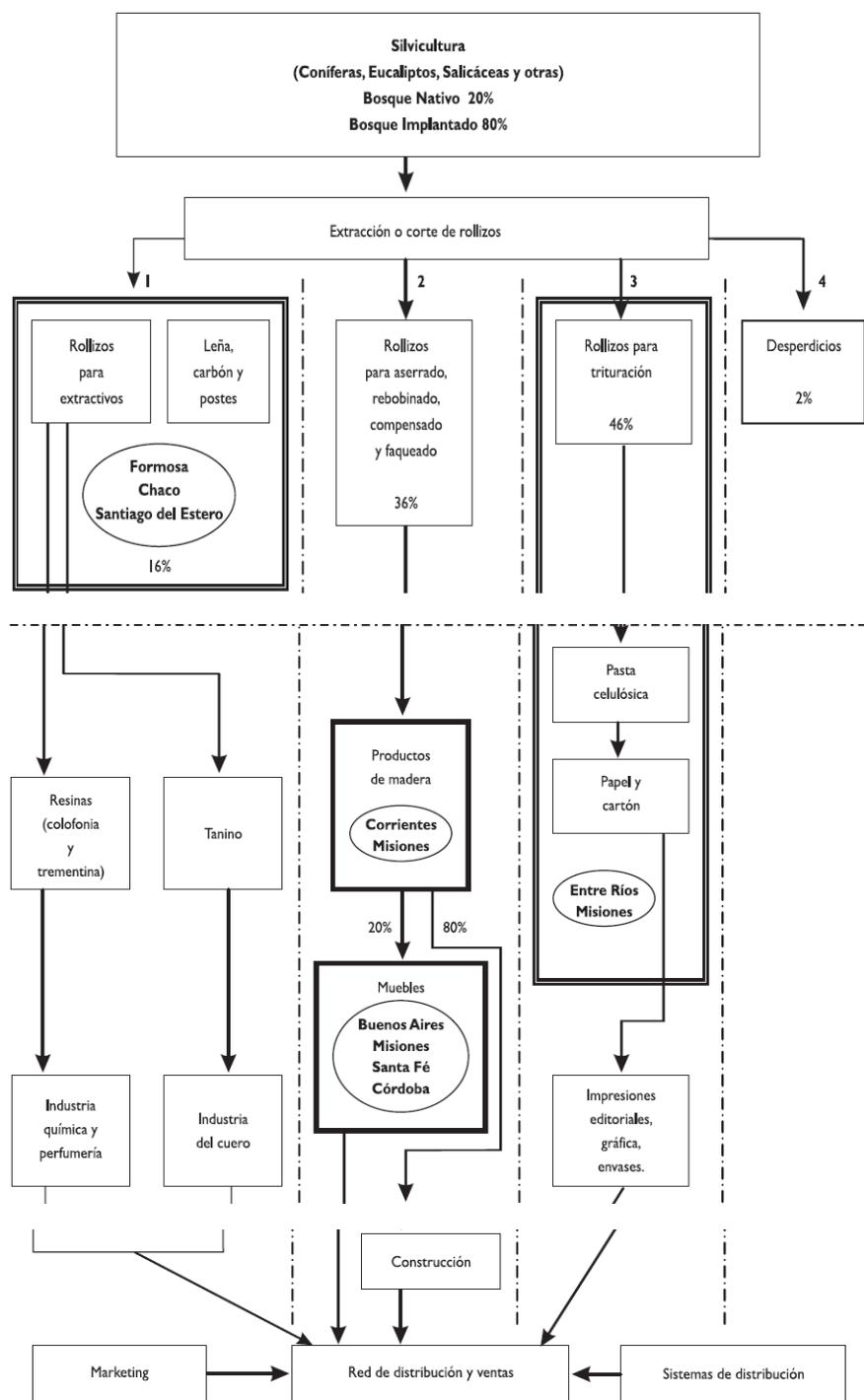
⁸ El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

⁹ Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad.

en las últimas décadas se redujera la presión sobre los bosques nativos. La cadena foresto-industrial representa cerca del 2 % del PBI.

DIAGRAMA N° 1

**La cadena foresto – industrial argentina
(2009)**



Fuente: CEP (Centro de estudios para la producción)

La madera derivada de bosques nativos se emplea generalmente para leña, actividades extractivas o para la fabricación de muebles de bajo precio en la mayoría de los casos por carecer la madera de un tratamiento adecuado en lo que respecta a cepillado, lustre o secado¹⁰. Debido a su calidad, esta clase de madera posee mayores precios de comercialización que la de bosques implantados. En este sentido, la utilización no racional de la misma resulta un problema no menor, si además se considera que muchas de las especies se encuentran en peligro de extinción o resultan recursos no renovables en el corto-mediano plazo.

Por otra parte, Argentina posee un alto grado de especialización en la utilización de materia prima proveniente de bosques implantados, cuya madera, generalmente es utilizada en la elaboración de pasta celulósica y papel, la construcción y, en menor medida, en la fabricación de partes de muebles de calidad standard¹¹.

Como puede observarse en el **DIAGRAMA N° 1** presentado de la cadena foresto-industrial, el 80% de la madera utilizada en los diferentes procesos productivos proviene de bosques implantados, mientras que el 20% restante lo hace de bosques nativos. Los bosques implantados están principalmente en Misiones, Corrientes y Entre Ríos y los bosques nativos se ubican en Misiones, Chaco, Tucumán y la Patagonia.

El segmento madera-muebles utiliza como materia prima el 36% de los rollizos producidos. El primer eslabón de este segmento lo constituye el aserrado de los rollizos (proveniente tanto de bosques nativos como implantados). La madera aserrada es industrializada por el sector productos de madera, que la transforma en tableros, aberturas, pisos, cajones y otras manufacturas de madera. Estos productos sufren un segundo proceso de industrialización cuando son utilizados como insumos por los sectores muebles de madera y construcción. Las industrias elaboradoras de productos de madera están principalmente en Corrientes y Misiones; mientras que las productoras de muebles están ubicadas en Buenos Aires, Mendoza, Santa Fe y Córdoba. En el siguiente apartado se realizará un análisis más detallado de este segmento de la cadena foresto-industrial.

¹⁰ Cepillado de la madera: consiste en quitar finas virutas de forma sucesiva sobre una superficie de madera para nivelarla, disminuir su espesor o alisarla. Lustre de la madera: la técnica del lustre de muebles es muy variada y compleja. Se pueden aplicar distintas formas de realización como el tradicional lustre de muebles a muñeca con goma laca, pasando por el duco, el poliuretano o el poliéster. La aplicación de estas técnicas depende del estilo del mueble, de su calidad y lo más importante: de la madera y el uso que se le va a dar. Secado de la madera: depende del tipo de utilización que se le vaya a dar. Siempre debe ser bien secada. Existe el secado al aire libre y en cámara.

¹¹ SAGPyA: “ARGENTINA Cadena de valor del complejo foresto – industrial.”

2.2 Características generales del sector argentino de la madera

El segmento madera-muebles posee la capacidad de generar valor a través de la incorporación al proceso productivo de distintas técnicas de diseño¹².

Este segmento está caracterizado por una morfología empresarial principalmente integrada por una escasa cantidad de firmas más o menos grandes y una gran cantidad de PYMES de heterogéneas capacidades. Estas últimas, en su gran mayoría están realizando tareas tercerizadas derivadas de las decisiones económicas que imponen las grandes firmas o el sector comercializador.

La mayoría de las actividades del segmento madera-muebles es llevada a cabo en pequeños aserraderos, que generalmente carecen de la tecnología necesaria para un mejor procesamiento de la madera, normas de calidad estandarizadas o lineamientos productivos que, en el caso de los muebles, sean capaces de generar productos que se diferencien vía diseño. Por otra parte, son escasos los establecimientos que poseen diversificada su producción y, generalmente, los aserraderos o centros de segunda transformación emplean personal de baja calificación. Estos dos hechos traen aparejadas consecuencias negativas sobre el producto elaborado y también sobre las etapas de transformación posteriores. En virtud de que la madera aserrada, además de los laminados, faqueados y diversos tableros, no poseen certificaciones de calidad ni medidas estandarizadas, estos productos terminan siendo, en su mayoría, insumos “brutos” del sector de la construcción. En este sentido, sólo el 20% de la producción final se destina a la elaboración de productos con mayor valor agregado (tableros cepillados, maderas con menos nudos y muebles). Por otra parte, deficiencias en el proceso de secado de la madera provoca que la misma se azule (infecte con hongos y se manche) con las consecuentes pérdidas económicas generadas por su depreciación, ya que si se deja pasar mucho tiempo hasta su secado o dicho proceso no se realiza de una forma adecuada, las posibilidades de que la madera se arruine aumentan significativamente. Es por ello que un correcto proceso de secado en este segmento resulta de vital importancia.

En cuanto a su localización, la mayor concentración de empresas se encuentra en las provincias de Buenos Aires, Misiones, Entre Ríos, Córdoba, Santa Fe, Corrientes y Mendoza. Al

¹² Bercovich, Néstor (2008): “Evolución y situación actual del complejo forestal en Argentina”, CEPAL, Buenos Aires. En el sitio: www.cep.gov.ar, visitado el día 16-11-09

analizar por separado la ubicación geográfica de las empresas elaboradoras de productos de madera y las empresas productoras de muebles, surge que las primeras están concentradas mayoritariamente en las provincias mesopotámicas (35% del total), mientras que las segundas están en Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza (80% del total). De aquí se desprende que a los eslabones superiores del segmento, en particular el de producción de muebles, se los encuentra cerca de los centros de consumo, alejados geográficamente de los principales centros forestales y de los polos industriales de la primera transformación de la madera, los cuales están ubicados cerca de las zonas de extracción de rollizos.

Históricamente, una parte de los productos elaborados por los sectores de madera aserrada y productos de madera, que por su calidad podrían ser utilizados en el mercado interno como insumos por los eslabones superiores de la cadena, muebles de madera y el segmento celulósico-papelero, han sido comercializados directamente como productos finales. En este sentido, los productos de madera exportados han resultado ser insumos de los muebles fabricados en el exterior.

2.3 Análisis FODA del sector productor de muebles de madera

A partir del análisis de las fortalezas y debilidades de las empresas del sector y también de las oportunidades y amenazas que brinda el mercado se observa que los cambios estructurales de la economía Argentina han sido determinantes a la hora de explicar la recuperación de la rentabilidad de sector productor de muebles de madera. Además, el sector cuenta con una amplia provisión y variedad de materias primas y con una adecuada actualización de su tecnología de producción. Por su parte, la escasez de crédito restringe el crecimiento de las empresas ya establecidas.

Fortalezas

- a- Abundancia de tierras aptas para la explotación forestal.
- b- Producción nacional muy competitiva en términos de precio a nivel mundial.
- c- Importante disponibilidad de energía, muy competitiva internacionalmente.
- d- Satisfactorio nivel de actualización tecnológica en máquinas y equipos.
- e- Facilidades para el cumplimiento de los estándares de eco-certificación.

Oportunidades

- a. Mercado mundial con demanda en franca expansión.
- b. Gran variedad de especies y tipos de madera.
- c. Preferencia de los consumidores por productos ecológicos y reciclables.
- d. Estricta regulación ambiental impide la tala de árboles en países desarrollados.

Debilidades

- a. Falta de cultura y tradición exportadora.
- b. Escasez de mano de obra calificada e importantes costos de capacitación.
- c. Falta de tipificación de la madera.
- d. Muy bajo grado de integración de la industria.
- e. Escasas iniciativas de asociación o cooperación.

Amenazas

- a. Agresiva competencia de países que promueven exportaciones.
- b. Posibilidades de competencia desleal (subsidios y dumping).
- c. Normas y certificaciones de calidad como nuevas barreras de entrada al mercado de la madera.

2.3.1 Matriz FODA

Acciones FO

- a. (F1, O2) Aprovechar la abundancia de tierras aptas para la explotación forestal para así aumentar la variedad de especies y tipos de madera.
- b. (F5, O3) Aumentar las facilidades para el cumplimiento de los estándares de eco-certificación para así satisfacer a los consumidores con preferencia por productos ecológicos y reciclables.

Acciones FA

- a. (F5, A1) Aumentar la cantidad y calidad en variedad y especies de tipos de madera para así reducir los posibles efectos de la competencia agresiva que ofrecen otros países.
- b. (F4, A3) Cumplir satisfactoriamente con los niveles de actualización tecnológica de máquinas y equipos será de gran ayuda para erradicar posibles problemas que pudiera surgir respecto de normas y certificaciones de calidad como nuevas barreras de entrada al mercado.

Acciones DO

- a. (D2, O3) Aumentar la mano de obra calificada y reducir los costos de capacitación para estar en mejores condiciones de satisfacer las preferencias de los consumidores por productos ecológicos y reciclables.
- b. (D5, O1) Solucionar el problema del bajo grado de integración de la industria y sus escasas iniciativas de asociación o cooperación para posicionar al mercado argentino en mejores condiciones de satisfacer la demanda mundial y así superar las debilidades mediante la incorporación de conocimientos, capacidad de gestión, capital humano altamente capacitado, tecnología, capital, financiamiento, mercado, imagen y relaciones.

Acciones DA

- a. (D1, A1) Solventar la falta de cultura y tradición exportadora, así como la escasez de mano de obra calificada y los importantes costos de capacitación para reducir el impacto de la agresiva competencia de países que promueven sus exportaciones.

- b. (D4, A2) Aumentar el grado de integración de la industria reduciendo costos y así disminuir el posible daño por competencia desleal (dumping y subsidios).

2.4 Fuerzas competitivas de Porter

2.4.1 Rivalidad entre los competidores existentes: “sector fragmentado - muchos competidores”

- Dificultad de ventaja competitiva potencial debido a la gran cantidad de empresas en el mercado de la madera (principalmente aserraderos y empresas productoras de muebles).
- Ninguna empresa dispone de capacidad para influir en la estrategia de los demás.
- Existe poca diferenciación real y de marca de los competidores existentes.

2.4.2 Ingreso de nuevos competidores: “amenaza moderada – alta”

- Continua entrada de pequeñas y microempresas.
- Sector atractivo si se lo mira desde el punto de vista de un segmento (Ej.: puertas o ventanas de madera).
- No existen barreras de entrada significativas al mercado maderero argentino. Definir cuáles son las barreras.
- Competencia foránea: nivel alto (Brasil, China y Estados Unidos ocupan el primer, segundo y tercer puesto respectivamente como proveedores de muebles a la Argentina).

2.4.3 Amenaza de sustitutos: “amenaza moderada-alta”

- Amenaza de sustitución por puertas producidas con otra tecnología propiciadas por la segmentación de la demanda. Misma finalidad pero otra tecnología. Por ejemplo: puertas metálicas, puertas fabricadas en PVC, etc.
- El grado de sustitución depende de las preferencias de los consumidores: clase alta vs. clase media.

2.4.4 Poder de negociación de los compradores: “amenaza moderada-alta”

- Aumenta el poder de negociación de los centros comerciales de muebles (incluidas las aberturas de madera) debido a sus grandes volúmenes de compra y la tendencia a ser preferidos como centros de compra. Ejemplo: Easy y Jumbo.

2.4.5 Poder de negociación de los proveedores: “amenaza moderada-baja”

- Bajo poder de negociación excepto para los importadores de madera (pocos importadores y distribuidores).

2.5 Síntesis del capítulo II

El mercado mundial se encuentra en una etapa fuertemente expansiva a partir de la reducción de aranceles y la liberalización del comercio. De esta forma el mismo otorga la posibilidad de realizar negocios rentables a partir de la exportación de muebles nacionales, con diseño que se adecue a los gustos y preferencias de los consumidores de otras latitudes.

Para insertarse exitosamente en el mercado global a las pequeñas firmas les resultaría conveniente tejer redes de cooperación y asociación comercial con las grandes cadenas de comercialización a nivel mundial.

Hasta el presente, la actividad de exportación ha estado asociada a muebles de alto valor agregado, diseño sofisticado y maderas exóticas, eludiéndose en general la penetración a través de productos estandarizados.

Por su parte, los Estados Unidos se ha convertido en el primer importador mundial de muebles de madera y en el primer comprador de muebles argentinos. De modo que en el mercado norteamericano existen grandes oportunidades para hacer negocios, pero también grandes competidores, como China, sobre todo en el área de muebles de menor precio y menor calidad. También existen países europeos, como el caso de España, en donde se ha detectado posibilidades.

Cabe destacar que los productores nacionales se vieron seriamente afectados por el entorno macroeconómico desfavorable de la década de los '90, con gran pérdida de puestos de trabajo y desaparición de un gran número de firmas productoras. Sin embargo, a partir de la devaluación del tipo de cambio y los esfuerzos realizados por las empresas de muebles por incorporar tecnología de punta y cumplir con las exigencias de los mercados foráneos mejoró la posición competitiva de la industria y hoy la producción de muebles de madera vuelve a ser un negocio rentable.

Si se analiza el mercado de la madera desde la perspectiva de las 5 fuerzas competitivas de Porter se observa un mercado muy competitivo donde es muy difícil establecer una diferencia real, las barreras del mismo son bajas lo que propicia la entrada y salida constante de pequeñas y medianas empresas. Además de lo expuesto anteriormente, son las preferencias de los consumidores las que determinan los materiales a ser usados para producir las puertas y hay una gran concentración de poder en los centros comerciales de muebles al ser preferidos como centros de compras reduciendo así el poder de negociación de los importadores y distribuidores.

CAPITULO III

LA EMPRESA Y EL PRODUCTO

3 La empresa y el producto

En este capítulo se da a conocer la empresa y el producto a exportar tanto como las características de una trading company, organigrama, cualidades de la madera con que está hecho el producto y las especies cultivadas en la Argentina.

3.1 La empresa

La operación la realizará Wonderful Doors S.A. la cual es una Trading Company. La misma está ubicada en Martínez de Rosas 2016 Capital (Mendoza) y cuenta con 20 años de experiencia funcionando como tal.

3.1.1 Características de la trading company

Compañía comercial exportadora y/o importadora que tiene por objeto la compra-venta de bienes y/o servicios para los mercados locales y del exterior. Actúan por cuenta propia, de asociados o terceros.

El fin de este tipo de empresas es comercializar lo que se ha producido industrialmente por terceros.

Las trading companies realizan estudios de mercado, seleccionan los más convenientes y se hacen cargo de todas las operaciones comerciales y de exportación.

Funciona como el departamento de exportación tercerizado de la productora o fabricante pero es, en realidad, una empresa independiente que le brinda el servicio de trading.

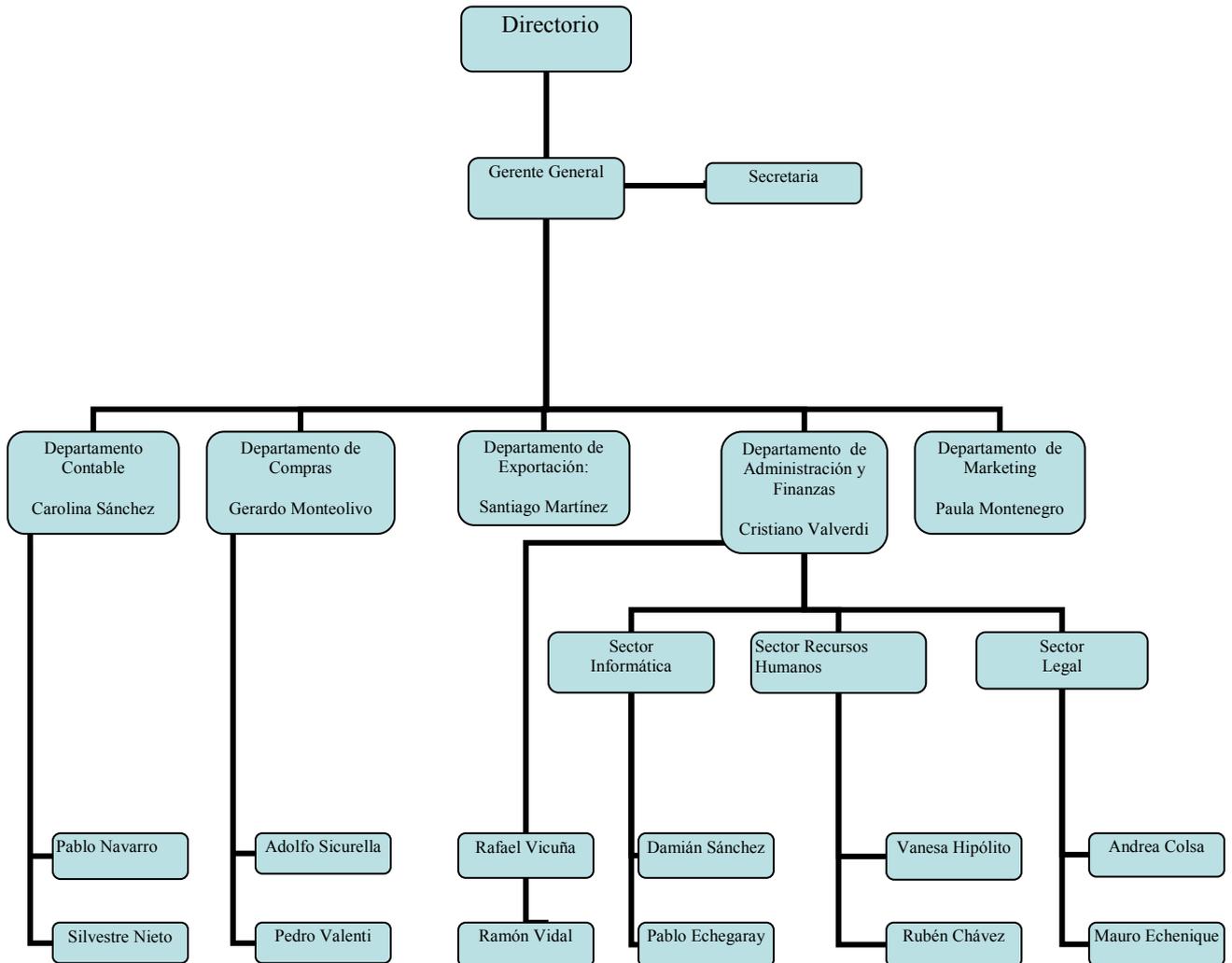
Tanto los agentes de compras como las empresas de trading son utilizados a menudo por empresas que no pueden dedicarse a la actividad exportadora por no disponer de la infraestructura necesaria. A través de estos intermediarios, las empresas tienen la posibilidad de crear corrientes continuas de exportaciones, desentendiéndose del proceso de la actividad.

3.1.2 Organigrama de la empresa

La empresa empezó con 3 de los 5 departamentos mencionados en el diagrama y 2 años atrás fueron incorporados los Departamentos de Exportación y de Marketing. Debido a que son departamentos creados recientemente los mismos están a cargo de una sola persona hasta que el volumen de operaciones requiera la incorporación de mayor personal en los mismos.

CUADRO N° 2

**Organigrama de la empresa Wonderful Doors S.A.
(2009)**



Fuente: elaboración propia

3.1.3 Ventajas de una trading company

- La empresa posee una amplia variedad de mercados para los productos que compra como resultado de los estudios de mercados que realiza regularmente
- Trato directo con el comprador – importador

- Adquisición de experiencia exportadora

3.1.4 Desventajas de una trading company

- La empresa depende de la disponibilidad de stock de un productor en caso de querer suministrar regularmente un producto a un mercado determinado.
- La misma debe soportar por sí sola las pérdidas que pudieren surgir de las operaciones comerciales y de exportación.

3.2 El producto

Las puertas son compradas en “Maderas Centro” con domicilio en Roca 4340 Guaymallén (Mendoza).

IMAGEN N° 1

Puerta de roble macizo (2009)



Fuente: www.fustalac.iespana.es

Las puertas son de roble macizo con las siguientes medidas:

- Alto: 2,05
- Ancho: 0,10
- Largo: 0,80

3.2.1 Aplicaciones y usos del roble a tener en cuenta

- Por su resistencia a la humedad y a la inmersión permanente o intermitente es un típico material básico para la construcción naval.
- Por su resistencia a la intemperie, golpes y vibraciones se ha utilizado mucho en traviesas de ferrocarril.
- Se la utiliza para realizar las duelas de las mejores cubas y toneles, contribuyendo al sabor y calidad de los buenos vinos.
- La madera de roble ha sido en todo tiempo muy apreciada como madera de construcción, de industria, trabajo, ebanistería, carpintería y construcción.

Se puede concluir que la madera de roble es una madera de gran calidad para la fabricación de puertas, además de otras características, por su resistencia a la humedad y a la putrefacción.

3.2.2 Especies de robles

A continuación se nombran algunas especies de robles, los cuales son las más cultivadas en la Argentina. Esto es interesante ya que cada especie de roble tiene características inherentes a tener en cuenta para el fin que se le quiera dar.

3.2.2.1 Quercus palustris

Es conocido como roble de los pantanos y es originario del centro de los Estados Unidos. Ampliamente cultivado en Misiones.

Posee follaje caduco, muy llamativo, de color rojizo otoñal. Las hojas tienen grandes lóbulos que llegan hasta la nervadura principal.

Las bellotas pequeñas son de gran valor artístico en el árbol. Es uno de los más selectos robles para parques.

3.2.2.2 Quercus ilex

Es la encina, un roble de follaje persistente de un verde muy oscuro. Es muy tolerante a suelos calcáreos y poco fértiles. Soporta los frentes marinos (efecto de viento y sal) y se adapta tanto a zonas frías como a cálidas. En el partido de Coronel Suárez (Provincia de Buenos Aires) se ha medido un espléndido ejemplar de cien años, de 25mts de altura, 30mts de amplitud de copa y 5,30mts de circunferencia de tronco.

3.2.2.3 Roble cerejeira

Madera semipesada de color amarillo ocre muy usada en carpintería, muebles, machimbres, escaleras, revestimientos, enchapados y torneados.

3.3 ¿La puerta de roble se adapta al clima español?

España es un país donde se cultiva el roble carballo que posee las siguientes características:

- Nombre científico o latino: *Quercus robur* L.
- Nombre común o vulgar: roble, carballo, roble pedunculado.
- Familia: Fagaceae.
- Origen: árbol de área extensa ocupando casi toda Europa, desde el Atlántico hasta los Urales. El roble es autóctono en España.
- Dimensiones: de hasta 35 m. de altura; caducifolio.
- La corteza, madera y frutos de roble contienen taninos que se usan para el curtido de pieles.
- Buen combustible y útil para la obtención de carbón.
- Madera de excelente calidad, muy usada para fabricación de toneles para el vino, ya que le da ese sabor tan característico.

- Madera duradera, fácil de trabajar y cortar, utilizada para construcción, decoración de interiores, ebanistería, carpintería, escaleras, tornería, escultura, traviesas para ferrocarril, postes, toneles, paneles e industria. En otro tiempo para construir barcos, pilotes, armazón de monumentos, puentes, presas, carros, ruedas, piezas de máquinas, vagones, etc.

Se concluye entonces que el roble es una madera adaptable al clima español no habiendo así riesgos de pérdida de calidad de la mercadería en destino.

3.4 Síntesis del capítulo III

Claramente el roble es una madera excelente para fabricar muebles y el mismo tiene una muy buena aceptación por parte del consumidor de muebles de madera.

Además de lo dicho es de destacar que las puertas de roble macizo con destino a España no tienen riesgo de sufrir ningún contratiempo por cuestiones del clima en ese lugar, ya que en España también se cultiva el roble.

Hay que tener en cuenta también que el tipo de roble más usado para fabricar muebles en la Argentina es el roble cerejeira y en España se utiliza el roble carballo. Esto no dice que un tipo de madera es muy superior a la otra; la madera del roble en sí es muy buena independientemente del tipo de roble que se use.

CAPITULO IV

MERCADO OBJETIVO: ESPAÑA

4 El mercado español

Este capítulo tiene como objetivo dar a conocer el país y el mercado español en todos sus aspectos; aportando datos que van desde la geografía hasta el sector financiero. Particularmente se centrará en determinar la demanda de muebles de madera.

4.1 Datos generales

- Capital: Madrid
- Superficie: 505.998 km²
- Idioma oficial: español
- Población: 45.283.259 (2008)
- Jefe de Estado: Rey Juan Carlos I
- Jefe de Gobierno: Presidente del Gobierno Sr. José Luis Rodríguez Zapatero

A continuación son expuestos los indicadores económicos de España en los últimos años. Un dato importante a tener en cuenta para ver la situación económica del país en forma resumida.

CUADRO N° 3

España: principales indicadores económicos (2004 – 2008)

	2004	2005	2006	2007	2008*
PBI (US\$ miles de millones)	1.045	1.132	1.233	1.440	1.683
PBI per capita (US\$)	26.015	27.280	28.809	30.118	30.757
Crecimiento del PBI real (%)	3,3	3,6	3,9	3,7	1,2
Balanza Cuenta Corriente (US\$ millones)	-54.909	-83.291	-110.140	-145.141	-169.209
Balanza Cuenta Corriente (%PBI)	-5,3	-7,4	-8,9	-10,1	-10,1
Exportaciones Bienes y Servicios (%PBI)	25,9	25,7	26,5	26,8	27,8
Inflación (%)	3,0	3,4	3,8	2,5	10,9

(*) Datos Provisorios

Fuente: FMI (Fondo Monetario Internacional)

En el siguiente cuadro se aprecia los principales destinos de las exportaciones de bienes y servicios españoles y los principales proveedores de bienes y servicios de España mostrando además, los lugares que ocupa la Argentina en ambos casos:

CUADRO N° 4

España: comercio exterior (2008)

Exportaciones de España, principales destinos 2007		Importaciones de España, principales orígenes 2007	
1 Francia	18,80%	1 Alemania	15,31%
2 Alemania	10,75%	2 Francia	12,28%
3 Italia	8,90%	3 Italia	8,72%
4 Portugal	8,65%	4 China	6,49%
5 Reino Unido	7,72%	5 Reino Unido	4,96%
40 Argentina	0,38%	32 Argentina	0,68%

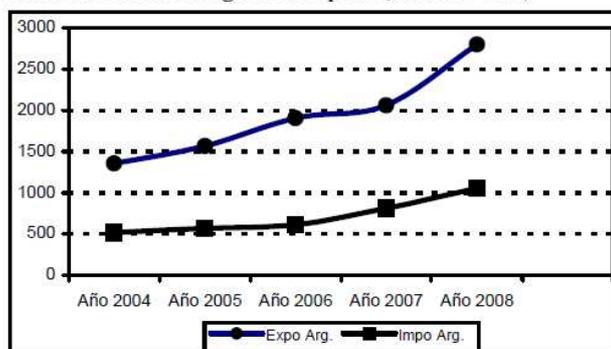
Fuente: COMTRADE

La relación comercial argentina-española pone al país en una situación favorable respecto a España ya que exportamos más bienes de los que importamos de España. A continuación se muestra un gráfico que describe dicha relación:

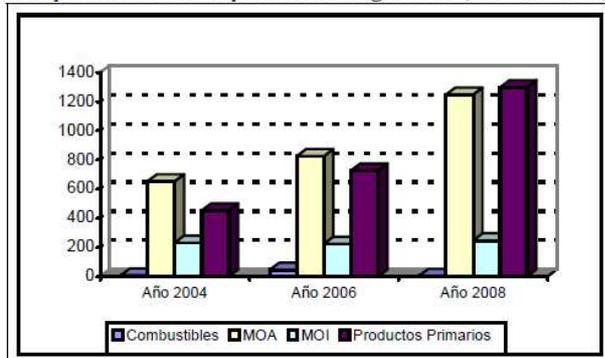
GRAFICO N° 3

**Relación comercial Argentina – España
(2004-2008)**

Comercio Bilateral Argentina-España (millones U\$S)



Composición de las exportaciones argentinas (millones U\$S)



Principales productos exportados por la Argentina en el 2008 (millones de dólares)

Residuos y desperdicios de las Ind. alimentarias	919,04
Cereales	524,21
Pescados y demás invertebrados acuáticos	416,39
Minerales, escorias y cenizas	228,87
Grasas y aceites animales o vegetales	188,84
Total exportaciones 2008	2.797,62
Participación en el total exportado 2008	3,99%
Número de orden	6
Tasa de variación promedio anual 07/08	35,84%

Principales productos importados por la Argentina en el 2008 (millones de dólares)

Maquinaria no eléctrica	244,80
Vehículos automóviles	121,70
Máquinaria eléctrica	89,59
Productos editoriales y de la industria gráfica	60,54
Combustibles y aceites minerales	48,26
Total importaciones 2008	1.054,01
Participación en el total importado 2008	1,84%
Número de orden	12
Tasa de variación promedio anual 07/08	29,70%

Fuente: Argexim - INDEC

4.2 Geografía

El Reino de España, con 505.988 km² de superficie y climas y regiones geográficas diversas, está situado en la Península Ibérica, en el suroeste del continente europeo. Además del territorio peninsular, comprende las islas Baleares en el mar Mediterráneo, las ciudades de Ceuta y Melilla en el norte de África y las islas Canarias en el Océano Atlántico. España es un país montañoso con una altitud media de 600 mts, sólo superada en Europa por Suiza. La Meseta, gran

altiplanicie rodeada de montañas excepto por el oeste y dividida por una cordillera central, abarca más de las dos quintas partes del territorio peninsular español.

Los principales ríos de la península descienden con lentitud de este a oeste para desembocar en el océano Atlántico; el río Ebro desemboca en el mar Mediterráneo. El único río navegable es el Guadalquivir, hasta Sevilla.

4.2.1 Población y centros urbanos

En el siguiente cuadro se aprecia las características principales de población en España. Saber la cantidad de habitantes que tiene España, la densidad, el porcentaje de población urbana, etc. nos aporta datos necesarios para saber la cantidad de potenciales consumidores de puertas de madera así como aquellos que estarían en condiciones de adquirir el producto.

CUADRO N° 5

España: características de su población (2008)

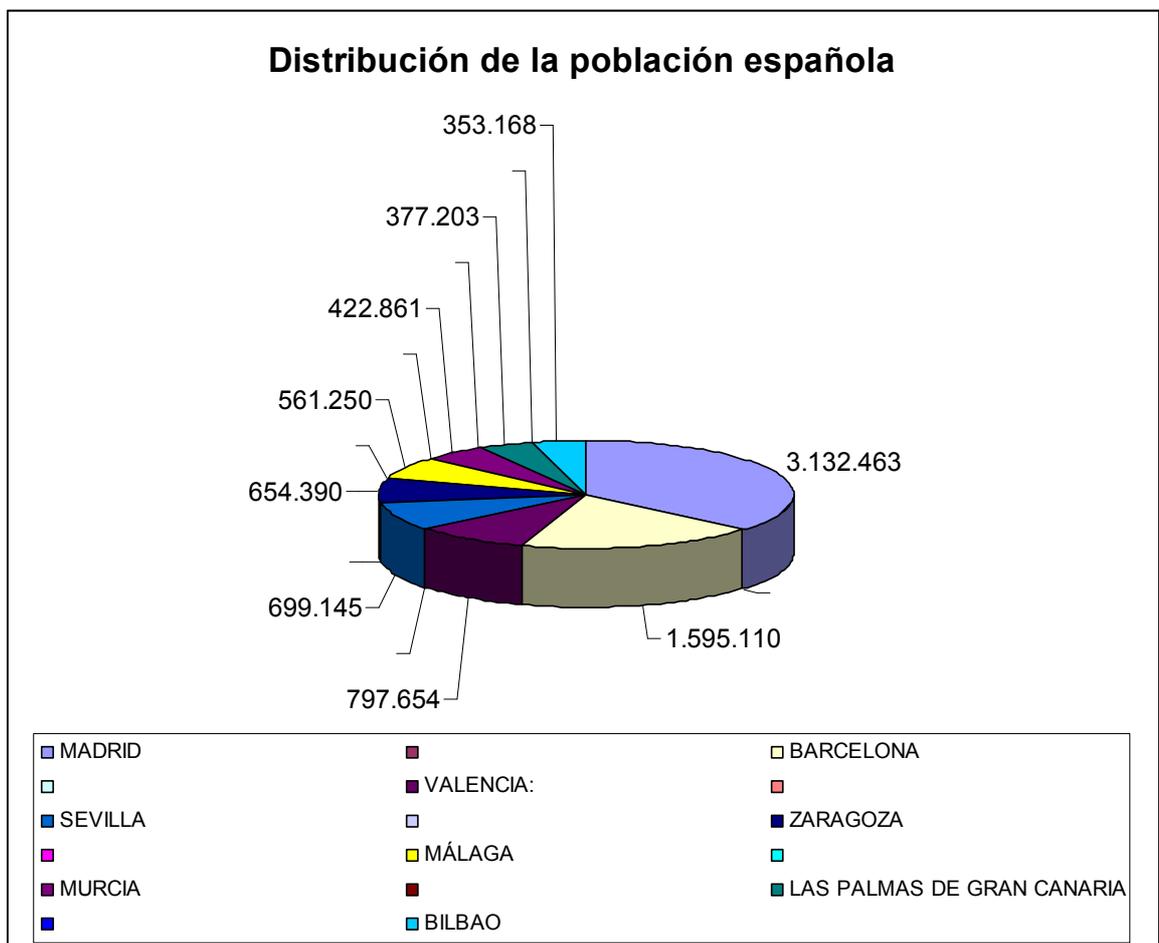
Total habitantes	45.283.259
Tasa de crecimiento	1,10%
Distribución por sexos	HOMBRES: 49,42% MUJERES: 50,58%
Distribución por edades	0-15: 15,25% 16-44: 44,06% 45-64: 23,98% 65+: 16,69%
Densidad demográfica	89,37 hab./km ²
Población urbana	77,40%
Población activa	59,12%

Fuente: elaboración propia

4.2.2 Población principales ciudades

El presente gráfico expone la población de las principales ciudades de España; información muy importante a tener en cuenta en el estudio de mercado.

GRAFICO N° 4



Fuente: INE (España)

Este gráfico sirve para ver la cantidad de potenciales consumidores por cada ciudad española. Sin embargo, no siempre se apunta al mercado con mayor número de consumidores. A veces se busca una relación consumidores-proveedores que sea congruente con los objetivos de la empresa.

Se eligió el mercado de España por la cantidad de potenciales consumidores que posee teniendo en cuenta el poder adquisitivo del ciudadano de español y porque es un mercado en el cual el consumidor se inclina por la calidad del producto antes que por la relación precio-calidad.

4.3 Infraestructura, transporte y comunicaciones

España es el tercer país de la Unión Europea en número de kilómetros de alta capacidad (autopistas y autovías) y el segundo país europeo por kilómetros de tren de alta velocidad. Tiene 47 aeropuertos y 54 puertos internacionales que unidos a la posición geoestratégica del país, la sitúan como uno de los centros más importantes de transporte de mercancías y personas.

4.3.1 Puertos

El tráfico portuario que se realiza a través de los 54 puertos de interés general de titularidad estatal es de 348,6 millones de toneladas de mercancías y de 18,5 millones de pasajeros. El Plan Estratégico de Infraestructuras y Transporte prevé incrementar hasta un 75% la capacidad de los puertos españoles, consolidando su papel como nodos intermodales para 2020.

4.3.2 Aeropuertos

Los 47 aeropuertos están abiertos al tráfico comercial. El transporte aéreo une las principales ciudades españolas y las aproximadamente 250 líneas aéreas que operan en todos los aeropuertos con que cuenta España la conectan con las principales ciudades del mundo.

4.3.3 Carreteras

La red de carreteras española está formada por unos 163.577 kilómetros. Esta red comprende autopistas de peaje, autopistas libres, autovías, carreteras de doble calzada y carreteras convencionales. En esta cifra no están incluidas las carreteras y calles en medio urbano, ni las carreteras o caminos agrícolas y forestales.

4.3.4 Ferrocarriles

La red ferroviaria española tiene una longitud de 15.661 Km., dividida en Red Convencional - líneas de ancho nacional - y Línea de Alta Velocidad - AVE - construida con ancho de vía europea.

Madrid está conectado mediante trenes de alta velocidad con numerosas ciudades de España a través de las siguientes líneas:

- Madrid – Sevilla (duración del trayecto 2,5 horas)
- Madrid – Zaragoza – Huesca
- Madrid – Zaragoza- Camp de Tarragona
- Madrid – Málaga
- Madrid –Segovia- Valladolid
- Madrid – Barcelona (duración del trayecto de 2,5 horas)

4.4 Organización territorial del Estado

El Estado se organiza territorialmente en municipios, provincias y Comunidades Autónomas. Hay 17 Comunidades Autónomas.

Cada Comunidad Autónoma está integrada por una o más provincias, además de las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla en el norte de África; el número total de provincias es de 50.

Dentro de los términos de la actual Constitución española, aprobada por las Cortes en 1978, los Estatutos son la norma institucional básica de cada Comunidad Autónoma y el Estado los reconoce y ampara como parte integrante de su ordenamiento jurídico.

4.5 Economía, moneda y finanzas

4.5.1 La economía española

Según las estimaciones de la Contabilidad Nacional Trimestral (CNTR), en el tercer trimestre de 2009 el ritmo de deterioro de la economía española se moderó notablemente, al registrar el PIB una caída intertrimestral en términos reales del 0,3% (frente al -1,1% observado en el segundo trimestre). En términos de la tasa interanual, sujeta a una mayor inercia, el PIB recortó su caída solamente en dos décimas, hasta el 4%. A esta menor contracción de la actividad contribuyó el comportamiento de la demanda nacional, que disminuyó un 6,2% interanual (0,8 pp menos que en el trimestre precedente). Por el contrario, la aportación de la demanda exterior empeoró en siete décimas, hasta 2,5 pp, en un contexto en el que tanto las exportaciones como las importaciones experimentaron significativos recortes en sus ritmos de caída interanual. Por su parte, el ritmo de destrucción de empleo prácticamente se estabilizó, con una variación interanual del -7,2%, con lo que la productividad siguió mostrando un elevado ritmo de crecimiento.

De acuerdo con la información coyuntural disponible, en el cuarto trimestre el descenso del PIB continuó atenuándose. En concreto, se estima que la variación intertrimestral del PIB fue del -0,1% (frente al -0,3% del tercer trimestre), mientras que la caída del producto en términos interanuales habría sido del 3,1%, nueve décimas menos acusada que la del período anterior (ver **GRAFICO N° 5**). Esta evolución estaría reflejando el hecho de que el retroceso de la demanda nacional se ha hecho menos pronunciado, hasta situarse en -4,8%, aunque esto sería consecuencia, en parte, de los efectos de algunas medidas públicas con impacto transitorio. Por otro lado, la contribución positiva del sector exterior continuó siendo elevada (2 pp), pero inferior a la del trimestre precedente.

El retroceso del empleo también se ralentizó en el cuarto trimestre, hasta una tasa de descenso estimada del 6,1% en términos interanuales, 1,1 pp más alta que la del trimestre anterior. El crecimiento de la productividad aparente del trabajo habría continuado siendo intenso, permitiendo que los costos laborales unitarios disminuyeran, a pesar de que la remuneración por ocupado siguió experimentando un crecimiento elevado, muy superior al de la inflación. De este modo, el ajuste del mercado de trabajo continuó recayendo fuertemente sobre el empleo, en

marcado contraste con lo observado en otros países de nuestro entorno. Finalmente, el IPC repuntó a lo largo del último trimestre del año, de forma que la inflación interanual pasó a ser positiva a partir de noviembre y se situó en el 0,8% en diciembre. Esta evolución estuvo determinada por el componente energético, mientras que, por el contrario, el crecimiento del IPSEBENE¹³ continuó siendo muy modesto (del 0,2% en media del cuarto trimestre), como reflejo de la notable respuesta de la inflación a la debilidad de la demanda.

4.5.1.1 La demanda

En el cuarto trimestre de 2009, el gasto en consumo final de los hogares e Instituciones sin Fines de Lucro al Servicio de los Hogares (ISFLSH) mantuvo la tónica de debilidad de los trimestres previos (ver **GRAFICO N° 6**), aunque en términos intertrimestrales podría haber mostrado una tasa ligeramente positiva, tras siete trimestres de retrocesos. Entre los indicadores cuantitativos, destacó el intenso crecimiento de las matriculaciones de automóviles en los últimos meses del año, a lo que contribuyó el impulso proporcionado por el Plan 2000E, aunque este podría haber supuesto una cierta anticipación del gasto de las familias y, por tanto, retraer la demanda de estos bienes duraderos en el futuro. Entre los indicadores cualitativos, la confianza de los consumidores y la del comercio minorista permanecieron prácticamente estables en el cuarto trimestre, aunque repuntaron con más claridad ya en enero de 2010.

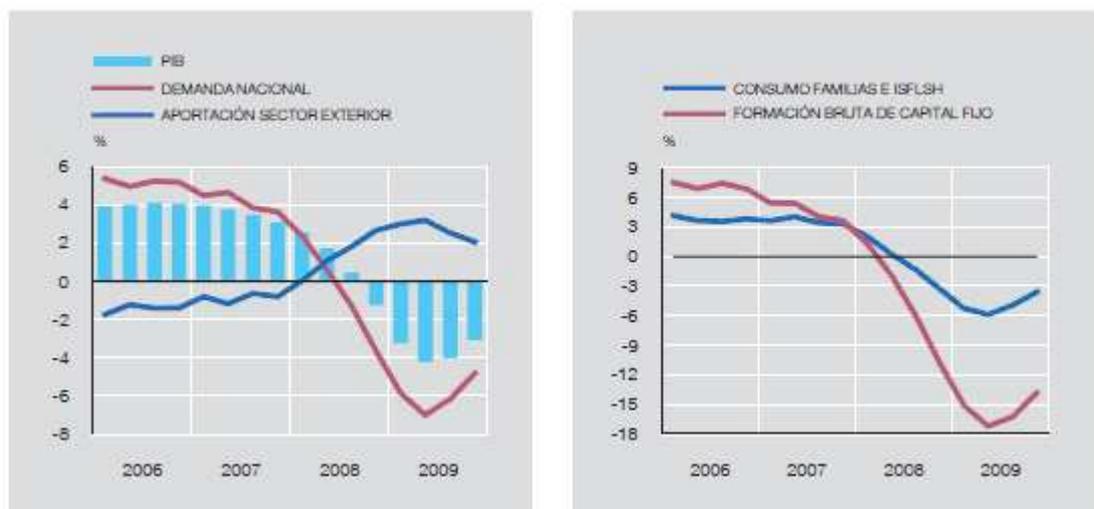
Como a lo largo del año 2009, el gasto en consumo de los hogares durante el cuarto trimestre se vio afectado por la incertidumbre asociada al marcado deterioro del mercado laboral y por el efecto negativo de la destrucción de empleo sobre las rentas salariales, aunque también contribuyeron desfavorablemente el mantenimiento de condiciones restrictivas en la concesión de crédito y la disminución de la riqueza derivada de la tendencia descendente del precio de la vivienda, que, no obstante, se fue ralentizando a lo largo del año. Estos factores tendieron a deprimir el consumo, pese a que otros elementos incidieron positivamente sobre la renta real de las familias, como las bajas tasas de inflación, la moderación de los tipos de interés bancarios —que ha

¹³ IPSEBENE: es la inflación subyacente, propia de un país y sirve para realizar predicciones. Índice que excluye los precios de la energía y de los alimentos no elaborados. La fórmula es la siguiente $IPSEBENE = IPC - \text{alimentos no elaborados y bienes energéticos}$. Se trata de conocer la evolución de precios sobre los cuales puede actuar el gobierno, por eso se eliminan bienes que no dependen de la actuación del gobierno. El IPSEBENE representa un 81 % del IPC, los alimentos no elaborados un 11,8% y los bienes energéticos un 7,12%.

hecho que los pagos netos por intereses ejerzan una aportación positiva al incremento de la renta— y el impulso de las transferencias netas de las Administraciones Públicas (AAPP). De esta forma, la debilidad del consumo se reflejó en un incremento de la tasa de ahorro de los hogares, que, de acuerdo con los últimos datos de las cuentas no financieras de los sectores institucionales, correspondientes al tercer trimestre de 2009, se situó en el 18,7% de la renta disponible, valor que marca un máximo histórico y es 1,1 pp superior al registrado en el segundo trimestre.

GRAFICO N° 5

España: principales agregados de la demanda (2006-2009)

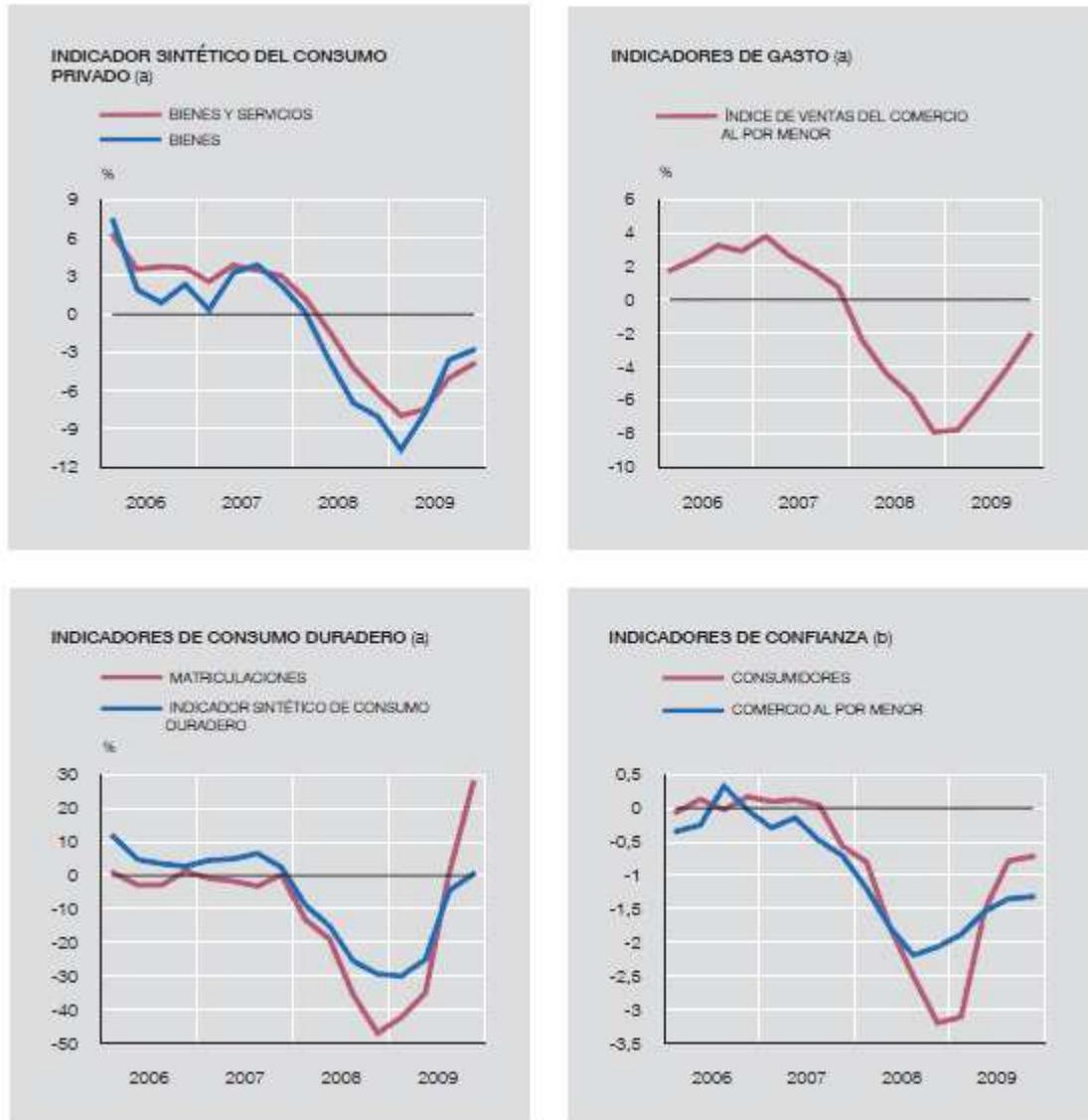


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Banco de España

Por su parte, se estima que el consumo final de las AAPP experimentó un menor crecimiento, en tasa interanual, en el cuarto trimestre, en línea con la evolución del empleo en este sector y según se desprende de la información sobre los gastos de personal y compras netas que ofrece la ejecución del presupuesto del Estado.

GRAFICO N° 6

**España: indicadores de consumo privado
(2006-2009)**



a. Tasas interanuales, calculadas sobre la serie ajustada de estacionalidad.

b. Indicadores normalizados (diferencia entre el indicador y su media, dividido por su desviación estándar).

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Banco de España

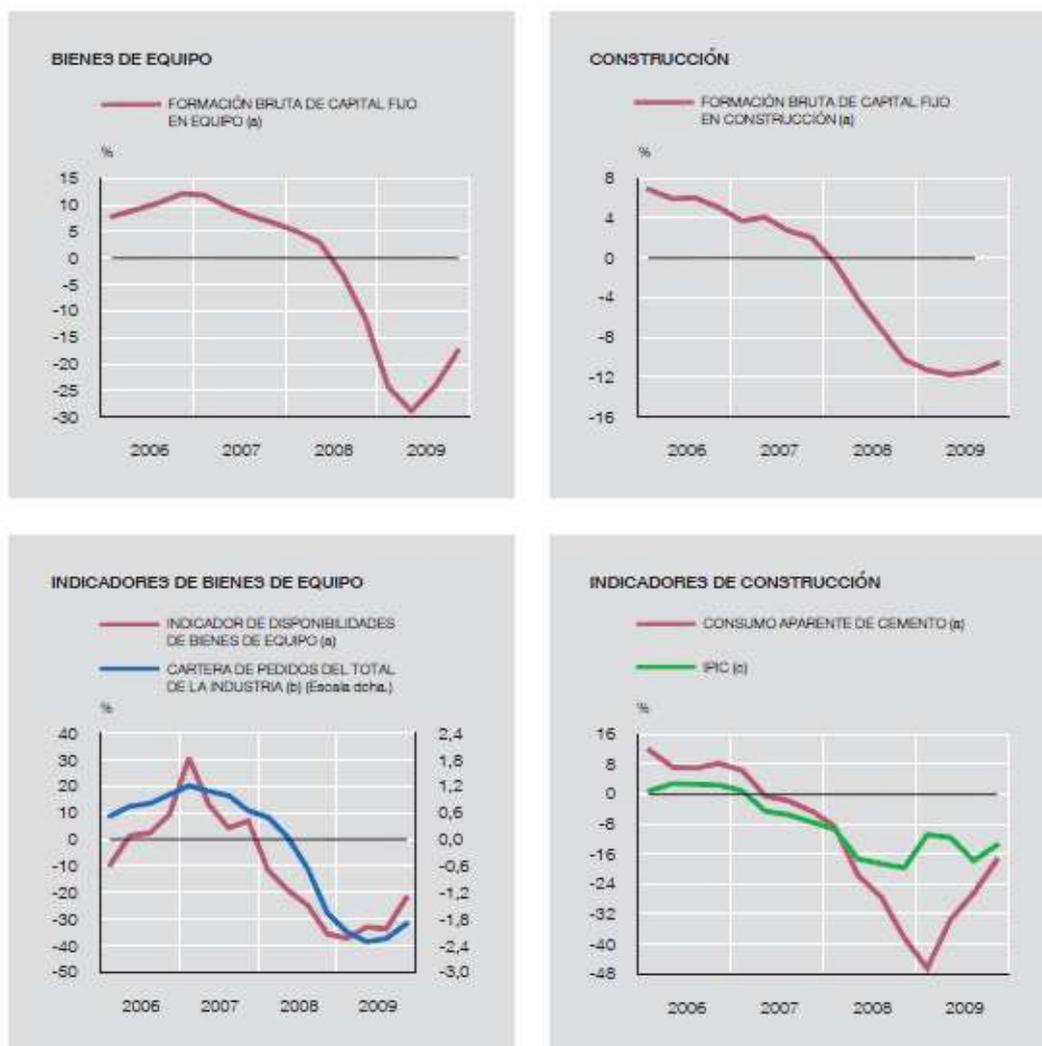
De acuerdo con la información disponible, la inversión en equipo mostró en el cuarto trimestre de 2009 una evolución menos negativa, continuando la pauta de menor deterioro interanual ya observada en el período previo (ver **GRAFICO N° 7**). La confianza de los empresarios, tanto en el conjunto de la industria como en las ramas productoras de este tipo de bienes, registró un comportamiento algo más favorable en este período, con una mejora en la percepción sobre la cartera de pedidos. Además, como en el caso del consumo privado, parte del repunte de los últimos meses en la inversión en equipo podría reflejar un adelanto en las decisiones de adquisición de vehículos, ligado a los planes de estímulo público, lo que tendería a reducir la inversión en el futuro. Según la información de las cuentas no financieras de los sectores institucionales, el retroceso de la inversión empresarial se reflejó en un nuevo descenso de las necesidades de financiación del sector en el tercer trimestre de 2009, hasta alcanzar el 3,6% del PIB en datos acumulados de cuatro trimestres (1,5 pp menos que en el trimestre previo). A esta evolución también contribuyó el aumento del ahorro empresarial, impulsado por el recorte en los pagos por intereses y en los desembolsos impositivos, lo que compensó la caída del excedente bruto empresarial.

La inversión en construcción moderó su comportamiento contractivo en el cuarto trimestre, aunque mantuvo tasas muy negativas. Los indicadores del conjunto del sector relativos a consumos intermedios y empleo presentaron, en comparación con los trimestres previos, una ralentización significativa en su ritmo de deterioro interanual. Adicionalmente, el indicador de confianza de los empresarios de la construcción mostró una cierta recuperación en el último trimestre de 2009, aunque dentro de un contexto de cierta volatilidad que le llevó a retroceder, de nuevo, en enero de este año.

Atendiendo al desglose por componentes de la inversión, la inversión en edificación residencial se habría reducido a un ritmo interanual ligeramente inferior al observado en el trimestre precedente, si bien el significativo descenso en el saldo de las viviendas en construcción, según se desprende de las reducidas cifras de visados de obra nueva y de la terminación de un volumen todavía elevado de proyectos comenzados en ejercicios anteriores, hace que prosiga la tónica de intensa contracción en la actividad del sector. Por el lado de la demanda de viviendas, durante los

GRAFICO N° 7

**España: formación bruta del capital fijo
(2006-2009)**



a. Tasas interanuales, calculadas sobre la serie ajustada de estacionalidad.

b. Indicador normalizado (diferencia entre el indicador y su media, dividido por su desviación estándar).

c. Índice de Producción de la Industria de la Construcción (Eurostat). Tasas interanuales, calculadas sobre la serie original.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Banco de España

últimos meses se ha apreciado un freno en la disminución de las compraventas, de acuerdo con la Estadística de Transmisión de Derechos Patrimoniales y con el número de nuevas hipotecas

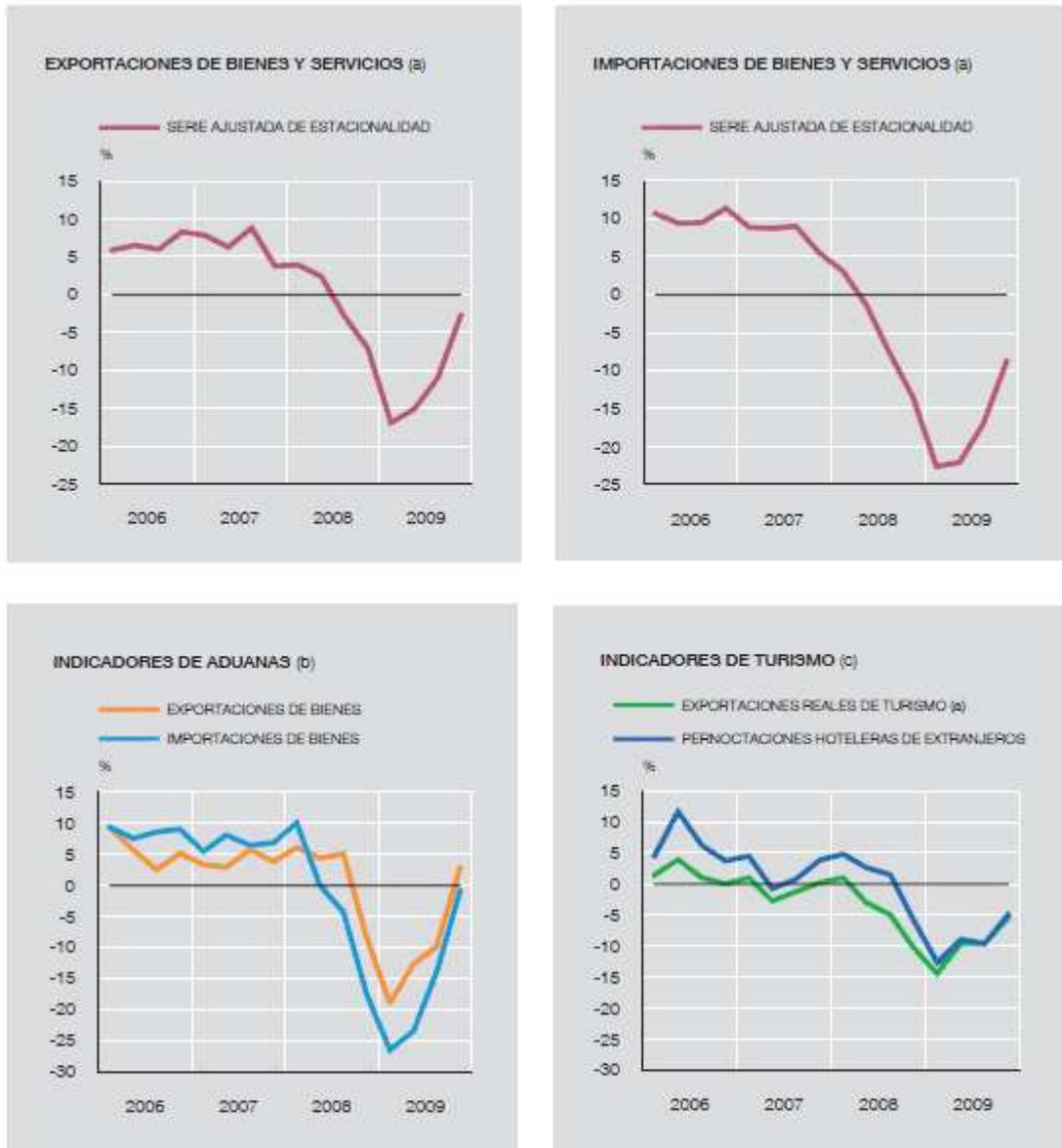
constituidas. Esta evolución algo menos desfavorable podría estar relacionada con la mejora de los indicadores de accesibilidad, que, a su vez, se explica por los descensos de los tipos de interés y de los precios de la vivienda. No obstante, al igual que en trimestres previos, continuaron estando presentes los factores que frenan la demanda de vivienda, como la incertidumbre sobre las rentas de los hogares generada por el aumento de la tasa de paro y el mantenimiento de condiciones estrictas para la concesión de financiación. Respecto a los otros componentes de la inversión en construcción, la edificación no residencial habría mostrado una severa pérdida de tono a finales de 2009, según los datos de visados de obra nueva, mientras que se habría mantenido el impulso de la obra civil, vinculado a la ejecución de las obras ligadas al Fondo Estatal de Inversión Local.

Por lo que se refiere a los intercambios con el exterior, la última información disponible apunta a que en el cuarto trimestre de 2009 la aportación positiva de la demanda exterior habría continuado siendo elevada, aunque inferior a la observada en el tercer trimestre, en un contexto en que siguieron observándose retrocesos interanuales tanto de las exportaciones como, en mayor medida, de las importaciones (ver **GRAFICO N° 8**). No obstante, el ritmo de descenso interanual de ambos flujos se frenó sustancialmente, de modo que, en términos intertrimestrales, las exportaciones y las importaciones registraron, como en el trimestre previo, una tasa positiva, tras las fuertes caídas del primer semestre del año. Esta recuperación de los intercambios exteriores está en línea con el contexto internacional menos desfavorable, que se reflejó en la salida de la recesión de las principales economías avanzadas durante el tercer trimestre de 2009 y con la menor contracción de la demanda nacional y de la producción industrial en España.

De acuerdo con los datos procedentes de Aduanas, las exportaciones reales de bienes mejoraron de forma notable en el último trimestre del año, registrando un incremento del 1,3% en el promedio de octubre y noviembre, en tasa interanual, frente a la caída del 9,6% del tercer trimestre. Por tipo de productos, este avance vino explicado por las ventas de bienes intermedios no energéticos y por las de bienes de consumo no alimenticio, que registraron tasas positivas, mientras que las ventas de bienes de equipo acentuaron su debilidad.

GRAFICO N° 8

España: comercio exterior (2006-2009)



a. Datos de la CNTR a precios constantes.
 b. Series deflactadas, ajustadas de estacionalidad.
 c. Series ajustadas de estacionalidad.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, Ministerio de Economía y Hacienda, y Banco de España

Cabe destacar el comportamiento positivo de las exportaciones de automóviles en los últimos meses del año, tras el intenso deterioro que mostraron durante la primera mitad de 2009, gracias a la recuperación que experimentó la demanda europea de automóviles, como consecuencia de los planes de ayudas directas a la compra de vehículos puestos en marcha en algunos de los principales países europeos. Por áreas geográficas, en los últimos meses de 2009 las exportaciones a la UE frenaron su ritmo de deterioro, en consonancia con la incipiente recuperación que mostraron las principales economías de esta zona, al tiempo que se moderó el retroceso de las ventas a terceros mercados, fundamentalmente a los países asiáticos.

En cuanto a las exportaciones de servicios turísticos, la información de Balanza de Pagos, disponible hasta noviembre, apunta hacia una ralentización de su ritmo de caída en el tramo final de 2009, en términos nominales. Asimismo, el gasto nominal de los turistas descendió un 3,3% en el cuarto trimestre, frente al -7,4% del trimestre anterior. En esta misma dirección apuntan los indicadores reales de turismo, como la entrada de turistas en España y el número de pernoctaciones hoteleras, que aminoraron su descenso interanual en el cuarto trimestre de 2009. Por su parte, las exportaciones reales de servicios no turísticos, a tenor de los datos de Balanza de Pagos referidos a octubre y noviembre, habrían atenuado su tasa de caída en el cuarto trimestre de 2009, en línea con la evolución menos desfavorable del comercio de mercancías y del tráfico de pasajeros.

4.5.1.2 La balanza de pagos

En los once primeros meses de 2009, el saldo conjunto de las balanzas por cuenta corriente y de capital registró un déficit de 47.434 millones de euros, la mitad del observado en el mismo período del año anterior (ver **CUADRO N° 6**). El descenso de este desequilibrio se debe, fundamentalmente, al menor déficit comercial y, en menor medida, a la corrección del déficit de rentas y de transferencias corrientes, ya que los saldos de servicios y de la cuenta de capital empeoraron.

En el período enero-noviembre de 2009, el déficit de la balanza comercial se redujo un 49% en términos interanuales, hasta alcanzar la cifra de 41.733 millones de euros. Este ritmo de descenso es apreciablemente más pronunciado que el registrado el año anterior. Entre enero y noviembre de

2009, tanto las exportaciones como, particularmente, las importaciones de bienes retrocedieron apreciablemente en términos reales. La mejora de la relación real de intercambio amplió el diferencial de caída en términos nominales entre las importaciones y las exportaciones, que disminuyeron un 27% y un 17%, respectivamente. La factura energética se redujo sustancialmente, en un contexto de caída en términos reales de las importaciones netas de productos energéticos y de pronunciado descenso de los precios del crudo en los mercados internacionales respecto al mismo período del ejercicio previo. Por su parte, el desequilibrio del comercio no energético se redujo significativamente, en especial en los meses de verano, y con mayor intensidad que el saldo energético.

En cuanto a la balanza de servicios, en los once primeros meses de 2009 arrojó un superávit de 24.166 millones de euros, un 5% inferior al del mismo período de 2008. Esta reducción se explica por la disminución del superávit de turismo —del 7%—, hasta situarse en 25.026 millones de euros, mientras que se corrigió el déficit de los servicios no turísticos en un 41%, hasta 861 millones de euros. Los ingresos turísticos nominales cayeron un 9% en los once primeros meses de 2009, descenso que está en consonancia con el tono negativo de los indicadores turísticos durante dicho período —como el número de turistas extranjeros o sus pernoctaciones hoteleras—, que se ha moderado parcialmente en el cuarto trimestre del año. Los pagos turísticos, por su parte, retrocedieron un 14%, en consonancia con la evolución de sus principales determinantes y la situación recesiva de la economía española. En cuanto al resto de servicios, en los once primeros meses de 2009 disminuyeron tanto los ingresos como los pagos (un 10,3% y un 11,2%, respectivamente).

El saldo negativo de la balanza de rentas disminuyó un 22%, en términos interanuales, en el período enero-noviembre de 2009, gracias a la corrección experimentada desde el mes de abril, que superó el deterioro acumulado en el primer trimestre del ejercicio. De este modo, el déficit de rentas se situó en 24.652 millones de euros, en un contexto de retroceso algo más pronunciado de los pagos que de los ingresos (18% y 16%, respectivamente). Esta evolución refleja el impacto del descenso de los tipos de interés, que compensó el pago de dividendos excepcionales en el primer cuatrimestre del presente ejercicio.

El déficit de la balanza de transferencias corrientes disminuyó un 22% en términos interanuales en los once primeros meses de 2009, hasta situarse en 8.374 millones de euros. Esta evolución tuvo lugar en un contexto de moderado descenso de los pagos (un 1%) y de notable incremento de los ingresos (un 16%).

CUADRO N° 6

España: balanza de pagos - resumen (2008 – 2009)

Miliones de euros

		Enero-octubre		Tasa de variación
		2008	2009	2009/2008 (b)
INGRESOS	Cuenta corriente	311.105	264.389	-15,0
	<i>Mercancías</i>	165.654	134.403	-18,9
	<i>Servicios</i>	83.179	75.288	-9,5
	— Turismo	37.287	33.704	-9,6
	— Otros servicios	45.891	41.584	-9,4
	<i>Rentas</i>	50.417	43.003	-14,7
	<i>Transferencias corrientes</i>	11.855	11.695	-1,3
	Cuenta de capital	6.147	4.580	-25,5
	Cuentas corriente + capital	317.251	268.969	-15,2
PAGOS	Cuenta corriente	400.335	310.314	-22,5
	<i>Mercancías</i>	241.208	171.731	-28,8
	<i>Servicios</i>	59.444	52.480	-11,7
	— Turismo	11.872	10.103	-14,9
	— Otros servicios	47.571	42.377	-10,9
	<i>Rentas</i>	78.284	65.318	-16,6
	<i>Transferencias corrientes</i>	21.399	20.786	-2,9
	Cuenta de capital	1.101	1.809	64,4
	Cuentas corriente + capital	401.436	312.123	-22,2
SALDOS	Cuenta corriente	-89.231	-45.925	43.306
	<i>Mercancías</i>	-75.554	-37.328	38.226
	<i>Servicios</i>	23.735	22.808	-927
	— Turismo	25.415	23.601	-1.814
	— Otros servicios	-1.680	-793	887
	<i>Rentas</i>	-27.867	-22.315	5.552
	<i>Transferencias corrientes</i>	-9.545	-9.090	454
	Cuenta de capital	5.046	2.771	-2.275
	Cuentas corriente + capital	-84.184	-43.154	41.031

Fuente: Banco de España

Finalmente, el superávit de la cuenta de capital se situó, en los once primeros meses de 2009, en 3.159 millones de euros, lo que supuso un descenso del 40% interanual. Esta evolución fue bastante generalizada entre las distintas rúbricas que componen la cuenta de capital, reflejando mayoritariamente la disminución de los ingresos percibidos por las AAPP procedentes de diversos fondos comunitarios.

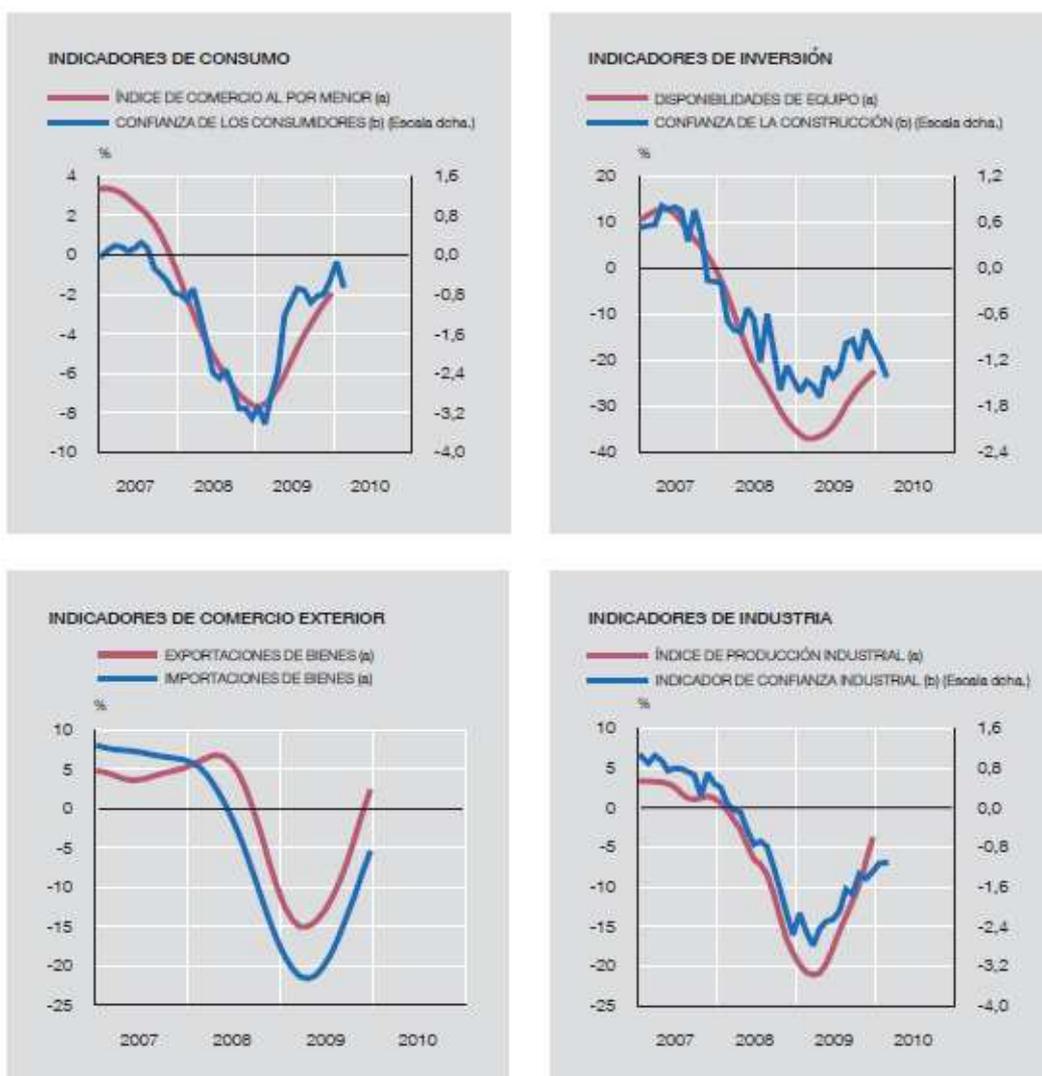
4.5.1.3 Evolución reciente de la economía española

Según la Contabilidad Nacional Trimestral (CNTR), la contracción de la actividad económica continuó moderándose en el trimestre final de 2009. En concreto, el PIB real registró una disminución intertrimestral del 0,1% (frente a la tasa del -0,3% observada en el tercer trimestre). En términos interanuales, el PIB descendió un 3,1% en el cuarto trimestre, frente al retroceso del 4% del tercero. Esta ralentización interanual de la caída del producto fue fruto de la suavización del ritmo de contracción de la demanda nacional hasta el 5% interanual, 1,2 puntos porcentuales (pp.) menos que en el tercer trimestre, en tanto que la aportación al crecimiento del producto de la demanda exterior neta se redujo en cuatro décimas, hasta 2,2 pp. Dentro de la demanda nacional, solo la inversión en otras construcciones y el consumo público presentaron tasas de variación interanual positivas (si bien en el segundo caso con una importante desaceleración). Los restantes componentes siguieron contrayéndose, aunque a tasas más moderadas que en el tercer trimestre. En concreto, el consumo privado disminuyó un 3,4% (frente al -4,8% del tercer trimestre) y la inversión en equipo, en vivienda y en otros productos cayó a tasas muy elevadas, comprendidas entre el -15,3% y el -24,5%, pero en todo caso más reducidas en valor absoluto en comparación con el tercer trimestre. La ralentización de los retrocesos de los flujos de comercio exterior fue especialmente pronunciada, dado que la comparación interanual se realiza frente al cuarto trimestre de 2008, período que vino caracterizado por el colapso de los intercambios comerciales mundiales. Así, en el último trimestre de 2009, las exportaciones e importaciones totales disminuyeron, respectivamente, un 2,9% y un 9,6% en tasa interanual, caída que es, en ambos casos, unos 8 pp. menor que la del trimestre anterior. En términos de las tasas intertrimestrales, cabe destacar que el consumo privado registrara, por primera vez desde el cuarto trimestre de 2007, una tasa positiva (en concreto, del 0,3%), así como el fortalecimiento adicional

de la inversión en bienes de equipo. Finalmente, tanto las exportaciones como las importaciones de bienes y servicios mostraron, por segundo trimestre consecutivo, avances intertrimestrales apreciables (3% y 2,1%, respectivamente).

GRAFICO N° 9

España: indicadores de demanda y actividad (2007 – 2010)



a. Tasas interanuales sin centrar, calculadas sobre la tendencia del indicador.

b. Indicadores normalizados (diferencia entre el indicador y su media, dividida por su desviación estándar).

Fuente: Comisión Europea, Instituto Nacional de Estadística, Departamento de Aduanas y Banco de España

Por el lado de la oferta, todas las ramas de la economía de mercado moderaron los ritmos de retroceso interanual de sus respectivos valores añadidos. Esta suavización de los descensos fue mayor en la industria y energía (de 3,7 pp, hasta el -10,5%) que en la construcción y los servicios (cuyas caídas se ralentizaron en torno a 1 pp, hasta el -5,8% y el -1,8%, respectivamente). Por su parte, el crecimiento del valor añadido de los servicios de no mercado se debilitó en 1,6 pp., hasta el 1,2%. La destrucción de empleo en términos interanuales se moderó en algo más de 1 pp., hasta el -6,1%, de modo que, dada la evolución del producto, la productividad aparente del trabajo siguió creciendo a un ritmo interanual elevado (del 3,2%), aunque algo inferior al del tercer trimestre. El aumento de la remuneración por asalariado fue de magnitud análoga (un 3,1%), con lo que los costos laborales unitarios (CLU) permanecieron aproximadamente estables en términos interanuales (descendiendo, en concreto, por segundo trimestre consecutivo, un 0,1%). Por último, el deflactor del PIB cayó un 0,2% (-0,6% en el trimestre anterior), en tanto que el deflactor del consumo privado repuntó hasta el 0,3%, frente a la contracción del 1,6% del tercer trimestre.

En cuanto a los indicadores disponibles para los primeros meses de 2010, aún muy escasos, los referidos al consumo privado dan señales dispares en cuanto al comportamiento de esta variable al inicio del año. Así, entre los indicadores cualitativos, el índice de confianza de los consumidores de la Comisión Europea retrocedió en febrero a los niveles de diciembre de 2009, mientras que, por el contrario, el índice de confianza de los comerciantes minoristas ha experimentado en enero-febrero una clara mejoría (ver **GRAFICO N° 9**).

Como viene ocurriendo desde mediados de 2009, los indicadores más recientes referidos a la inversión en construcción han seguido reflejando, en tasa interanual, una moderación de las tendencias contractivas¹⁴. No obstante, estas continúan siendo fuertes, apreciándose, además, una cierta ralentización en la disminución de las tasas de caída.

¹⁴ Los términos "expansión" y "contracción" se emplean frecuentemente en sentido estrictamente monetario de desenvolvimiento y de repliegue del crédito o de instrumentos monetarios.

Expansión: Parte del ciclo económico que se caracteriza por un incremento de la actividad económica.

Contracción: Parte del ciclo económico que se caracteriza por una reducción de la actividad económica.

4.5.2 Moneda y finanzas

La moneda común de la Unión Europea, el euro, sustituye físicamente a las monedas nacionales de los países miembros de la UEM (Unión Económica Monetaria). Aunque el euro ha funcionado como moneda oficial (excepto para las operaciones de pago en efectivo) desde el 1 de enero de 1999, los billetes y las monedas no entraron en circulación hasta el 1 de enero de 2002.

Los billetes no tienen el mismo diseño en todos los Estados miembros de la UEM. Por el contrario, mientras que una cara de las monedas es común para todos los países, la otra es específica de cada uno e incluye elementos que reflejan la identidad nacional de cada Estado miembro.

4.5.2.1 Sistema bancario

El sistema bancario español cuenta con una institución que hace las veces de banco central, que es el Banco de España. Asimismo, tiene diversas instituciones de carácter público, aunque no actúan como banca minorista, por ejemplo el Instituto de Crédito Oficial (ICO).

Por una parte está el sector puramente bancario que incluye los bancos privados, las cajas de ahorro y las cooperativas de crédito y por otra existen entidades financieras, como las sociedades de leasing y factoring, sociedades de garantía recíproca, etc. Los bancos extranjeros pueden operar en España a través de sucursales o estableciendo filiales.

4.6 Comercio exterior: evolución reciente y consideraciones generales. La relación bilateral entre Argentina y España

En los primeros 10 meses de 2009, se pudo observar los efectos de la crisis en el plano del comercio exterior argentino con España. En este período el intercambio bilateral sumó 2155 millones de dólares, mientras que en igual período de 2008 había sido de 3349 millones de dólares, siendo la caída interanual de un 36,8%. Esta baja del comercio se explica por un aumento de las exportaciones hacia España más que compensadas por una disminución de las importaciones argentinas con origen en el país ibérico: las exportaciones aumentaron 582 millones de dólares y las importaciones se redujeron 1.816 millones.

Los principales productos exportados desde Argentina hacia España son harina de soja, biodiesel, aceite de soja, naranjas, limas y limones, vehículos para transporte de personas, filete de merluza, camarones y crustáceos, aceite de girasol, porotos, ajos, peras, cortes de carne bovina entre otros.

Los productos importados de España son partes de carrocerías, grupos electrógenos, barcos de pesca, libros y folletos.

4.7 Inversión española en el exterior

En los últimos veinte años hemos asistido a la aparición de un nutrido grupo de empresas españolas que con enorme esfuerzo han llegado a ocupar posiciones de liderazgo a nivel mundial y que representan la vanguardia de la internacionalización de la economía española.

La rapidez con que se ha desarrollado este proceso y la importancia que tiene para la economía española hacía necesario un estudio en profundidad de los factores que determinan la transición desde la condición de empresa inversora en el exterior a la de empresa multinacional, así como de aquellos elementos que pueden determinar el éxito o el fracaso de las estrategias de multinacionalización de las empresas españolas.

Desde 1997, en España, las salidas de inversión directa extranjera superan a las entradas, es decir, lleva más de una década siendo inversor neto en el exterior, ocupando en la actualidad la quinta posición en el ranking de países inversores a nivel mundial.

La inversión española en el exterior ha crecido a una tasa media anual acumulativa del 24% durante los últimos 10 años, de manera que en la actualidad el valor estimado de la inversión española acumulada en el exterior supera los 600.000 millones de dólares.

La Secretaría de Estado de Comercio no ha sido ajena a este proceso, muy al contrario, los programas de apoyo a la inversión desarrollados por instituciones dependientes de esta Secretaría como el ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) han sido de gran ayuda para las empresas que han tomado la decisión de invertir en el exterior en los últimos años. Para muchas de estas

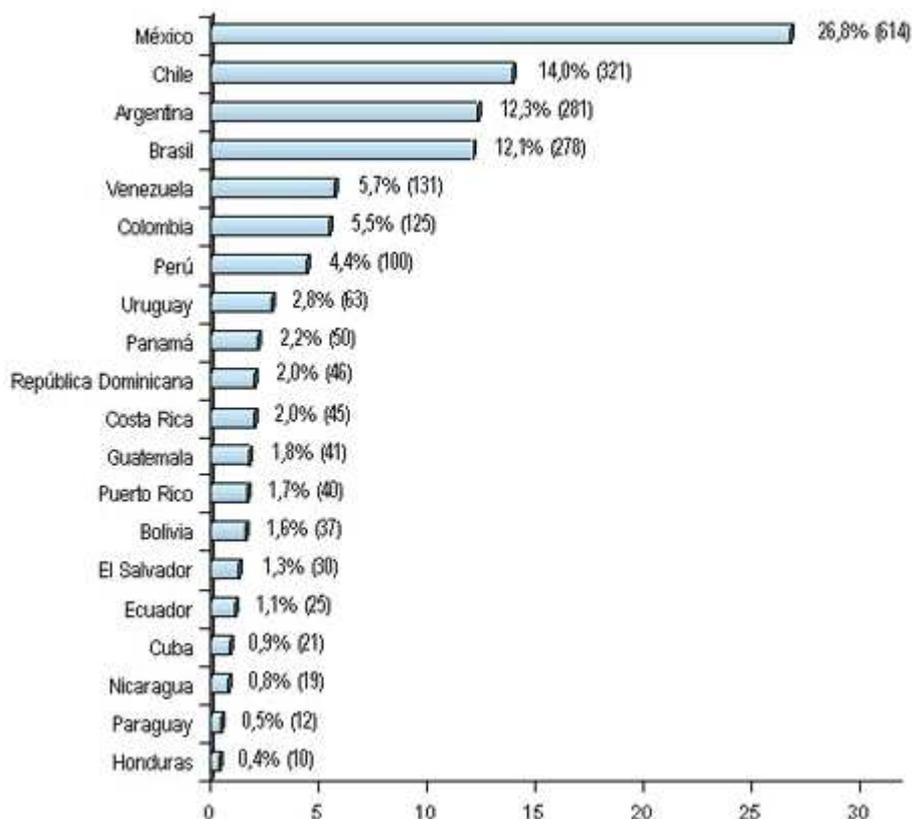
empresas, la decisión de internacionalizarse, de invertir en el exterior, es lo que les ha permitido crecer y ser competitivas.

En este sentido, la diversificación tanto geográfica como sectorial ha sido quizá el rasgo más característico las inversiones, un proceso cada vez más sofisticado en el que los apoyos que otorga la Administración Comercial deben evolucionar y adaptarse a las necesidades cambiantes de las empresas y para ello, es importante contar con información sobre la actividad de las empresas en el exterior y sus necesidades.

GRAFICO N° 10

Ranking de inversiones españolas en América Latina por países

(2009)



Fuente: www.tormo.com

Por otra parte, el éxito de la economía española en los próximos años va a estar vinculada a su capacidad para innovar y continuar su expansión internacional.

Asimismo, es previsible que en los próximos años el número de empresas españolas que pueden optar por la internacionalización se incremente. Este hecho, pone de manifiesto la oportunidad de que los diferentes órganos vinculados con la promoción de la internacionalización se planteen el diseñar políticas específicas para apoyar los procesos de multinacionalización, sobre todo en las pymes industriales y el sector servicios.

Por sectores, la distribución de la IED empresarial española presenta globalmente un fuerte predominio de los servicios, tanto en el sector de la banca, seguros y la intermediación financiera, como las telecomunicaciones. A bastante distancia están los sectores de la producción y distribución de electricidad, agua y gas, las actividades inmobiliarias y los servicios a las empresas, el comercio, la hostelería y los transportes.

Por otro lado, el informe indica que España ha dejado de ser un país en el que sus empresas mayoritariamente concentraban sus inversiones hacia un determinado grupo de economías emergentes, esencialmente en el área de Latinoamérica, para desplazarse hacia las economías más avanzadas de diversos continentes.

La inversión exterior española tiende a concentrarse, a partir del año 2000, de forma cada vez más intensa, sobre todo mediante algunas grandes operaciones, en el conjunto de países de la UE.

4.8 Tratados bilaterales vigentes

Convenio para la Promoción y Protección recíproca de Inversiones. Firmado en Buenos Aires el 03/10/1991.

Acuerdo para evitar la Doble Imposición y prevenir la Evasión fiscal en Materia de Impuestos sobre la Renta y el Patrimonio. Firmado en Madrid el 21/07/1992.

4.9 Acceso al mercado

En este apartado se especifica los aspectos a tener en cuenta para acceder al mercado español.

4.9.1 Sistema arancelario

Las disposiciones relativas a la política arancelaria están definidas producto por producto y no por carácter general, considerando circunstancias de origen y concesiones de la política comercial comunitaria. Todas estas normas están recogidas en TARIC¹⁵ y constituye la recopilación de las medidas de la política comercial aplicable por la UE. Las mercancías que ingresan en España o en cualquier otro Estado miembro, tributan el Arancel Aduanero Común.

En el caso de mercancías procedentes de Argentina, se aplica el esquema correspondiente al Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG), que en la mayoría de los casos tiene nivel cero. Para tener acceso a los beneficios de este sistema es preciso que la mercancía ingrese acompañada de un Certificado de Origen Clase "A", que expide la Secretaría de Industria y Comercio de la República Argentina.

4.9.2 Regulación de importaciones

España se encuentra dentro de la Unión Aduanera de Europa en lo que se refiere a normas de importación de mercaderías y tanto la exportación como la importación de mercancías se rige por un código aduanero comunitario. El código aduanero comunitario establece a escala comunitaria el marco de los intercambios de mercancías entre la UE y terceros países, incluidas las medidas de política agrícola, política comercial, y medidas estadísticas.

Se exige la presentación de un certificado de importación (AGRIM) para despachar a libre práctica determinados productos, conforme a la normativa comunitaria del sector agrario.

¹⁵ El TARIC recoge las normativas comunitarias que se han publicado en el Diario Oficial de la Comunidades Europeas –DOCE- y su finalidad es determinar qué legislación aduanera comunitaria debe aplicarse a las importaciones y exportaciones. Entró en vigor el 1 de enero de 1988.

La importación de productos industriales de países terceros se efectúa igualmente en régimen de libertad comercial con algunas excepciones: la importación de ciertas mercancías (textiles y confección y ciertos productos siderúrgicos) de determinados país se encuentra sometida a restricciones cuantitativa o a medidas de vigilancia y las de otras mercancías específicas (drogas, material de defensa, otro material de seguridad, armas deportivas y de caza y productos y tecnologías de doble uso) está sujeta a autorización previa.

4.9.3 Documentos y formalidades

Para el despacho en la Aduana de la mercancía es necesario presentar el DUA (Documento Único Aduanero), que es el documento administrativo que se utiliza para el cumplimiento de las formalidades necesarias en las operaciones de intercambio de mercancías, tanto de importación como de tránsito. Además, sirve de base a la declaración tributaria consiguiente y constituye un soporte de información sobre la mercancía.

Junto con la declaración se presentará los siguientes documentos:

- La factura comercial en base a la cual se declara el Valor en Aduana de las mercancías.
- Declaración del Valor en Aduana de las mercancías, cuando resulte exigible.
- Los necesarios para la aplicación de un régimen arancelario preferencial o de otro régimen distinto del común aplicable a las mercancías declaradas.
- Los relativos al transporte, en su caso y los correspondientes al régimen aduanero anterior.
- El documento justificativo del régimen comercial de las mercancías, cuando resulte exigible.

- Y, en general, todos aquellos que sean precisos para liquidar cualquier impuesto o gravamen exigido con motivo de la importación, o para justificar el derecho a la exención de los mismos.

En algunos casos, las mercancías deben venir acompañadas de los permisos sanitarios correspondientes, especialmente las de origen agropecuario, expedidos por el SENASA o por el INAL.

4.10 Principales proveedores de puertas de madera

4.10.1 Proveedores nacionales

La industria española de estructuras de madera (entre las cuales se encuentra el sector de puertas) es muy fuerte y competitiva. Desde 1993 muestra un crecimiento ligeramente superior al del resto de la economía.

La cantidad de empresas es de 12.000 concentradas fuertemente en Cataluña (19,27 %), Andalucía (12,73 %) y Valencia (10,52 %). Se puede apreciar en el cuadro siguiente que el 91,51 % de las empresas cuenta con menos de 10 empleados y el 99,43 % cuenta con menos de 50 empleados, lo que revela una estructura de producción basada en pequeñas y medianas empresas. La región Castilla – La Mancha cuenta con 7 grandes empresas con más de 200 empleados cada una, configurándose como la región con mayor escala de producción por empresa.

CUADRO N° 7

**España: cantidad de empresas del sector de la madera y piezas de carpintería y ebanistería
para la construcción, por cantidad de empleados
(2008)**

De: 0 a 9 10 a 49 50 a 199 + de 200 Total

De:	0 a 9	10 a 49	50 a 199	+ de 200	Total
Total nacional	10716	928	53	13	11710
Andalucía	1365	120	6	0	1491
Aragón	362	29	1	0	392
Asturias (Principado de)	215	27	1	0	243
Balears (Illes)	530	32	0	0	562
Canarias	564	38	1	0	603
Cantabria	244	14	2	1	261
Castilla y León	617	58	4	0	679
Castilla-La Mancha	704	55	8	7	774
Cataluña	2111	138	5	3	2257
Comunidad Valenciana	1086	135	9	2	1232
Extremadura	272	7	0	0	279
Galicia	874	97	7	0	978
Madrid (Comunidad de)	652	61	5	0	718
Murcia (Región de)	260	32	1	0	293
Navarra (Comunidad Foral de)	246	24	0	0	270
País Vasco	508	51	3	0	562
La Rioja	105	10	0	0	115
Ceuta y Melilla	1	0	0	0	1

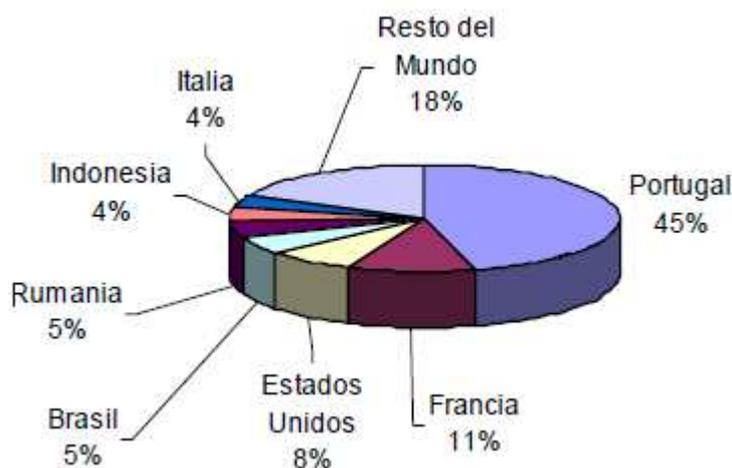
Fuente: en el sitio web www.proargentina.com vistado el da 14-03-10

4.10.2 Principales proveedores foráneos

El principal origen de las puertas importadas es de Portugal con el 45 % del total. Le siguen Francia, Estados Unidos y Brasil como se aprecia en la figura que sigue:

GRAFICO N° 11

**España: principales proveedores foráneos de puertas de madera
(2009)**



Fuente: www.proargentina.com

4.11 Demanda de las puertas de madera

Las puertas de madera son insumos de la industria de la construcción y siguen la evolución de la misma. No solo son utilizadas en la construcción de nuevas viviendas e inmuebles comerciales sino también, aunque en menor medida, en las refacciones y las remodelaciones.

Se inician más de 500.000 viviendas al año desde principios del año 2.000. En los 15 años anteriores el promedio de inicios fue de 270.000 viviendas por año.

El consumidor español no escatima a la hora de comprar puertas de madera sino que prima la calidad de la misma. Es un consumidor muy informado en lo que respecta a los materiales de construcción.

Cerca del 60 % de la población adquiere al menos una puerta por año así como otros materiales necesarios para la construcción.

4.12 Normativa sobre control de cambio

El control de cambios y los movimientos de capitales son materias liberalizadas donde rige el principio de libertad de acción.

4.12.1 Información estadística

Con el fin de determinar la balanza de pagos española y mantener un control estadístico y fiscal de los flujos monetarios, existen ciertas formalidades para la realización de los cobros y pagos con el extranjero:

- Por regla general los cobros, pagos y transferencias entre residentes y no residentes, ya estén cifrados en euros o en moneda extranjera, deben efectuarse a través de entidades de depósito (por lo general bancos) inscriptas en el Registro Oficial del Banco de España, a los que el residente debe proporcionar ciertos datos y específicamente una descripción de la transacción que origina el pago, cobro o transferencia. Los movimientos de crédito y débito de las cuentas bancarias que mantengan en España los no residentes están sujetas al anterior régimen.
- Los movimientos de crédito y débito de las cuentas bancarias que mantengan en el extranjero los residentes deberán comunicarse al Banco de España si superan una determinada cantidad o a petición expresa del mismo.

- Los pagos y cobros entre residentes y no residentes pueden realizarse, en España o en el extranjero, en moneda metálica, billetes de banco y cheques bancarios al portador denominados en euros o en moneda extranjera y deben ser declarados por la parte residente en el plazo de 30 días, si su importe supera la cantidad de 6.000 euros.
- Los no residentes que quieran realizar abonos en cuentas abiertas en España por no residentes, mediante la entrega de billetes de banco o cheques al portador, denominados en euros o en divisas. Las transferencias al extranjero de los importes de dichos medios de pago, deberán probar el origen de tales fondos. En caso contrario, las entidades registradas no podrán realizar estas transacciones.

Excepcionalmente, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio podrá, mediante promulgación de la correspondiente normativa, exigir la verificación o declaración previa a los cobros, pagos o transferencias del o al extranjero derivados de las transacciones que se determinen.

4.13 Sistema fiscal

Existen tres categorías de tipos impositivos del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA): el general del 16%, el reducido del 7% y el super reducido del 4%. Algunas transacciones quedan exentas. El IVA no es aplicable en las Islas Canarias, Ceuta y Melilla. En Canarias se aplica el Impuesto General Indirecto Canario, cuyo tipo general es del 5%, y en Ceuta y Melilla el Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación.

4.14 Estructura de comercialización: muestras y materiales de publicidad

De acuerdo con lo informado por el Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, organismo dependiente de la Agencia Tributaria, el régimen de importación de muestras comerciales en España, se rige por las siguientes disposiciones:

El Reglamento CEE 918/83 del consejo, de 28 de marzo, relativo al establecimiento de un régimen comunitario de franquicias aduaneras, define y establece en su artículo 91 las condiciones

y requisitos que la importación de “muestras de mercancías de valor inestimable” deben cumplir para poder acogerse al posible despacho con franquicia de derechos de importación.

En dicho Artículo y en disposiciones dictadas por el Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales la importación de muestras deben ajustarse a:

- Que su valor no sea superior a 22 euros y que no puedan servir más que para la obtención de pedidos relativos a mercancías de la misma especie que las que representan, con objeto de importarlas en el territorio aduanero de la Comunidad.
- Que sean “...definitivamente inutilizadas por medio de corte, perforación, marca indeleble y manifiesta o por cualquier otro procedimiento, sin que esta operación puede tener por efecto hacerles perder su condición de muestra”¹⁶.
- Se entiende por “muestra de mercancía”¹⁷ aquellos artículos representativos de una categoría de mercancías cuyo modo de presentación y cantidad para una misma especie o cantidad de mercancía les hace inutilizables para otros fines que no sean los de la prospección comercial.
- El citado Reglamento, en su artículo 95, referido a “productos utilizados o consumidos durante una exposición o una manifestación similar”¹⁸, contempla la posibilidad de importar con franquicia de derechos de importación pequeñas muestras representativas de mercancías fabricadas fuera del territorio aduanero de la Comunidad y destinadas a una exposición o manifestación similar, entendiéndose como tal: las exposiciones, ferias, salones de comercio, industria, agricultura, artesanía, etc.

¹⁶ Reglamento (CEE) N° 918/83 del Consejo de las Comunidades Europeas, Diario Oficial n° L 105 de 23/04/1983 p. 0001 – 0037, Edición especial en español: Capítulo 02 Tomo 9 p. 0276.

¹⁷ Reglamento (CEE) N° 918/83 del Consejo de las Comunidades Europeas, Diario Oficial n° L 105 de 23/04/1983 p. 0001 – 0037, Edición especial en español: Capítulo 02 Tomo 9 p. 0278.

¹⁸ Reglamento (CEE) N° 918/83 del Consejo de las Comunidades Europeas, Título XX: Mercancías importadas con fines de prospección comercial, C) Productos utilizados o consumidos durante una exposición o una manifestación similar, Art. 95.

En este caso las muestras serán en pequeñas cantidades que estén en consonancia con la importancia de la exposición o feria y sirvan únicamente para su demostración; construcción o decoración de los “Stands” y que se destruyan por el hecho de su utilización; para su distribución gratuita entre los asistentes a dichas manifestaciones.

Cuando se trate de alimentos o bebidas deberán ser consumidos en el mismo lugar de la manifestación, quedando excluidos los productos alcohólicos, tabaco y combustibles. En lo que respecta al ingreso de muestras de productos perecederos destinados al consumo humano, los mismos están sometidos a condiciones sanitarias muy estrictas por parte de los servicios españoles por lo que conviene realizar, antes de enviar los productos a la feria en cuestión, consultas con SENASA o INAL a fin de conocer puntualmente los requisitos precisos para su ingreso en la UE.

No obstante lo informado, se sugiere no descartar la posibilidad de consultar con el despachante de aduanas de la correspondiente feria, así como con la Sección Económica Comercial de esta representación.

4.15 Canales de distribución

Dependiendo de cada tipo de producto los canales de distribución varían. A título ilustrativo, en el caso de productos comestibles de origen primario, por ejemplo, carnes, pescados, frutas y hortalizas, la comercialización se realiza a través de los mercados mayoristas que a su vez venden a establecimientos como supermercados y pequeñas tiendas. En el caso de productos alimenticios envasados, artículos del hogar, y demás productos a ser comercializados por grandes superficies es preciso contar con un distribuidor local. Idéntico esquema se aplica para muchos otros productos como por ejemplo, marroquinería, autopartes, muebles, etc.¹⁹.

Asimismo, cabe destacar la importancia que tiene en el mercado español la presentación y comercialización de productos a través del ámbito ferial.

¹⁹ En el sitio www.portalargentino.net visitado el día 10-12-2009

Cabe señalar que las que revisten más interés son las de carácter internacional y que los predios feriales más importantes de España son los situados en las ciudades de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia. Algunas de las ferias incorporan catálogos de expositores, pudiendo extraerse nóminas de empresas según su actividad.

4.15.1 La distribución de puertas de madera

En la Unión Europea en general las cadenas de distribución están cada vez más concentradas, disminuyendo el número de negocios minoristas y aumentando los de mediano o grande tamaño. La concentración del mercado minorista se acentuó con las fusiones y alianzas. Esta concentración se traduce como una ventaja para el exportador ya que la cadena de distribución se ve de este modo reducida y simplificada, y con pedidos de gran volumen. Esto implica sin embargo que el exportador pierde ventajas de negociación frente a estas grandes contrapartes debiendo adaptarse y cumplir sus exigencias en cuanto a cantidad, calidad y entregas just in time²⁰.

Un agente distribuidor o representante puede orientar al exportador sobre las tendencias de consumo del mercado español, a nivel nacional y a nivel regional. Madrid y Barcelona son las ciudades más importantes donde se concentran los agentes y distribuidores, y también las entidades gubernamentales.

Las empresas que venden puertas de madera siguen este esquema de canal de distribución: o bien tienen agentes que se encargan de contactar con empresas de construcción o con distribuidores - importadores locales, o bien venden directamente al distribuidor.

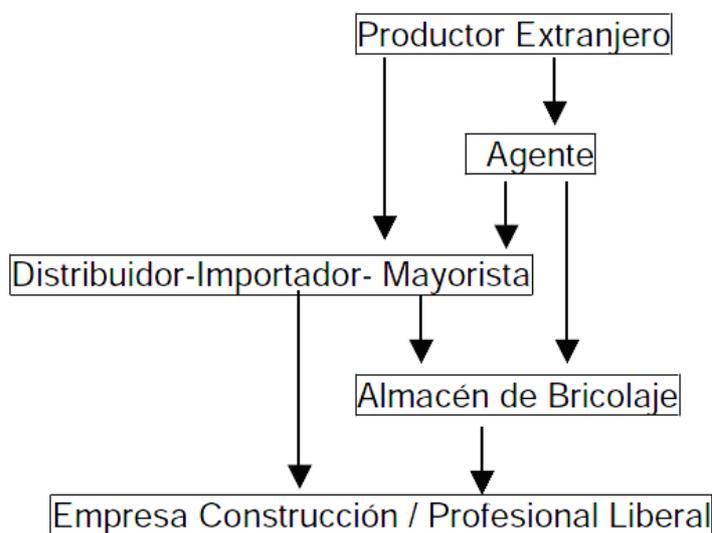
Se encuentran cuatro canales de distribución, los mayoristas especializados en puertas y después los grandes centros de hogar o centros de bricolaje, que venden al cliente final. También están los minoristas – almacenistas exclusivamente de madera que distribuyen todo tipo de productos de madera para la construcción, en especial pisos, vigas, machimbre y puertas. Por

²⁰ Just in time: es un sistema de organización de la producción para las fábricas, de origen japonés. También conocido como *método Toyota* o *JIT*, permite aumentar la productividad reduciendo el costo de la gestión y pérdidas en almacenes debido a stocks innecesarios.

última están los distribuidores de materiales de construcción en general que son los menos especializados, ya que compran materiales muy diversos.

CUADRO N° 8

España: canales de distribución de aberturas de madera (2009)



Fuente: www.proargentina.gov.ar

En las puertas como en otros materiales de la construcción hay dos mercados diferentes: productos de nueva construcción y el mercado de remodelación. En el primero, los productos de madera están demandados por el arquitecto, que siempre puede especificar el tipo de puerta que requiere una construcción determinada; por el constructor, que si bien no compra directamente sí puede exigir o sugerir que se compre un tipo determinado de puerta y en tercer lugar por el propio propietario.

En el mercado de la remodelación los productos son solicitados por medio del remodelador profesional y contratistas de obras especializados en construcciones, finalmente el propietario tiene su papel como demandante en este mercado.

4.15.1.1 Importadores – distribuidores

Las puertas de madera son compradas por un importador de Barcelona y su distribución es realizada mediante distribuidores y mayoristas ubicados en Andalucía, Madrid y Valencia. Los importadores y distribuidores del producto en cuestión son:

- ALBERCH S.A., Barcelona – Barcelona: importa y distribuye puertas en el mercado de Cataluña.
Margen comercial: 15%.
- ANDALUZA DE MADERA S. A, Dos Hermanas – Sevilla: distribuidor de puertas en el mercado de Andalucía.
Margen comercial: 10%.
- GABARRO HERMANOS S.A., Fuenlabrada – Madrid: distribuidor de puertas en el mercado de Madrid.
Margen comercial: 10%.
- COVALMA S.A., Valencia – Valencia: distribuidor de puertas en el mercado de Valencia.
Margen comercial: 10%.
- Comerciante minorista: el margen comercial de este es de 5%.

4.16 Competitividad del producto

Las puertas de roble macizo son compradas por el importador a un precio de \$ 1.432,50 lo que equivale a € 276,5. El importador se deja un margen del 15%, por lo que las vende a € 331,8. Los distribuidores / mayoristas se dejan un margen del 10% con lo cual venden el producto a € 365. Finalmente el comerciante minorista se queda con un margen del 5% con lo cual el precio de venta final en el mercado español ronda los € 383,25.

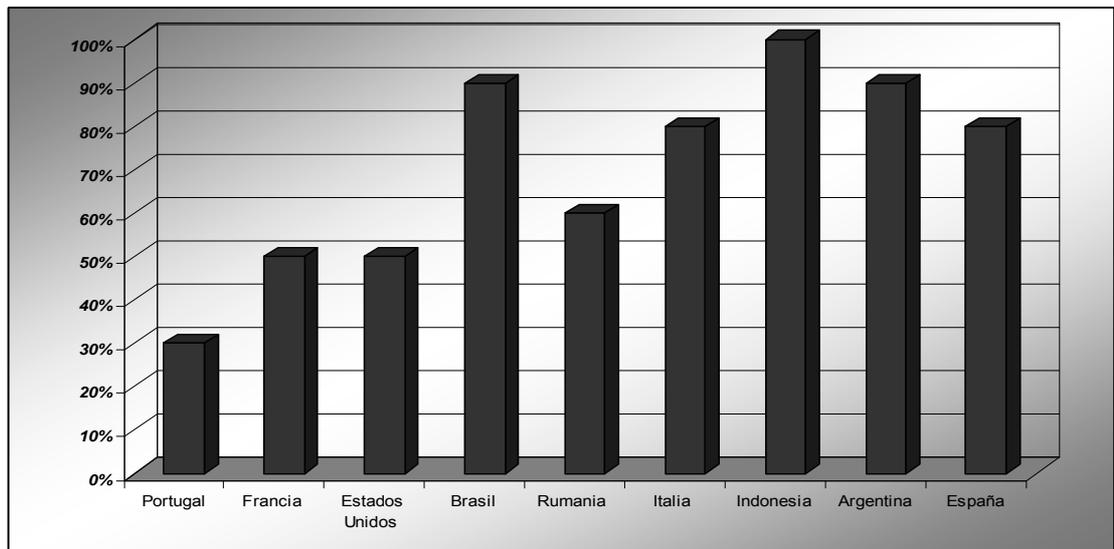
Las puertas de roble macizo cuestan en el mercado español alrededor de € 400 por lo que se concluye que el producto es competitivo teniendo en cuenta el precio de exportación y los márgenes que se dejan los intermediarios hasta llegar al consumidor final.

Además de la calidad y el precio hay otros factores que deben tenerse en cuenta al momento de evaluar la competencia como por ejemplo la superficie forestal productiva, la legislación del gobierno respecto a la cantidad de superficie forestal a ser explotada, la propiedad de las tierras, los recortes en la cantidad exportada para avocarse más al mercado interno, las oportunidades que se vislumbran en otros mercados. No se puede medir la capacidad que tiene un país para ganar terreno en un mercado si solo se lo ve desde la perspectiva del precio y la calidad. Se debe tener en cuenta otros factores como los mencionados en este párrafo para saber que acciones podrían tomar los demás competidores que nos perjudicarán en el mercado español. Estos factores son observados más detenidamente en el **CUADRO N° 9** y sus partes.

A continuación se expone una serie de gráficos y cuadros para entender la competitividad a través de la calidad, el precio y otros factores a tener en cuenta en el momento de estudiar la competencia.

GRAFICO N° 12

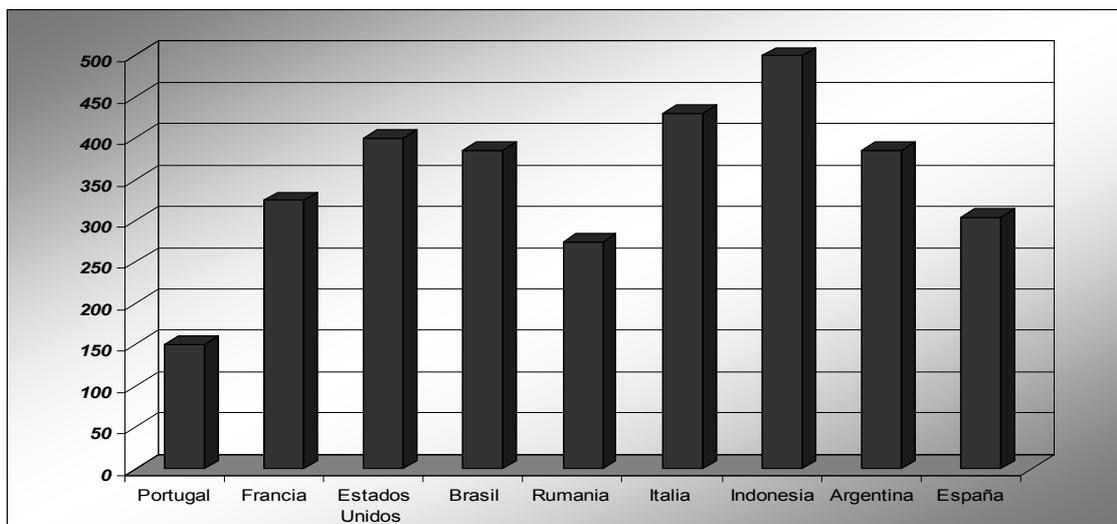
Argentina: competitividad según la calidad de madera (2010)



Fuente: elaboración propia

GRAFICO N° 13

Argentina: competitividad según el precio de la madera (Euros - 2010)



Fuente: elaboración propia

CUADRO N° 9

Argentina: competitividad en el mercado español según calidad y precio

(2010)

País	Portugal	Francia	Estados Unidos	Brasil	Italia	Indonesia	Rumania	España	Argentina
Calidad	<u>Pino Pinaster</u> o <u>Pino marítimo</u> : calidad baja.	<u>Pino Silvestre</u> : calidad baja. <u>Pino Pinaster</u> o <u>marítimo</u> : calidad baja. <u>Roble europeo</u> : calidad alta.	<u>Pino de Oregón</u> : calidad media.	<u>Roble Cerejeira</u> : alta calidad.	<u>Roble europeo</u> : alta calidad. <u>Haya europea</u> : calidad media.	<u>Teca</u> : alta calidad. <u>Erbau</u> : alta calidad.	<u>Haya europea</u> : calidad media.	<u>Roble Carballo</u> : alta calidad. <u>Haya europea</u> : calidad media.	<u>ROBLE CEREJEIRA</u> : ALTA CALIDAD
Precio	<u>Pinus Pinaster</u> o <u>Pino marítimo</u> : 150 euros	<u>Pinus Pinaster</u> o <u>Pino Marítimo</u> : 150 euros. <u>Pino Silvestre</u> : 150 euros. <u>Roble europeo</u> : 500 euros	<u>Pino de Oregón</u> : 400 euros.	<u>Cerejeira</u> : 385 euros.	<u>Roble europeo</u> : 500 euros. <u>Haya europea</u> : 360 euros.	<u>Teca</u> : 400 euros. <u>Erbau</u> : 600 euros.	<u>Haya europea</u> : 275 euros.	<u>Roble Carballo</u> : 250 euros. <u>Haya europea</u> : 360 euros.	<u>ROBLE CEREJEIRA</u> : 385 EUROS.

Fuente: elaboración propia.

CUADRO N° 10 (parte A)

Características forestales que afectan la competitividad de los países exportadores de puertas al mercado español (2010)

País	Características	Ventajas en el mercado español	Desventajas en el mercado español
Portugal	<p>Posee una superficie de 92.391 km². Se encuentra en el duodécimo lugar en cuanto a recursos forestales en Europa. El 36% de la superficie esta cubierta por bosques.</p> <p>La principal especie arbórea cultivada es el pinus pinaster, o también llamado pino marítimo, en el 90% del área forestal.</p>	<p>Las puertas provenientes de Portugal ingresan al mercado español libre de aranceles, ya que en la Unión Europea no existen los aranceles intrazonales para fomentar el comercio entre los miembros.</p> <p>Precio competitivo.</p>	<p>Del total de la masa forestal portuguesa el 70% corresponde al alcornoque y el 30% restante al pino marítimo. Portugal es el mayor exportador mundial de corchos.</p> <p>Pinus Pinaster o Pino Marítimo: Es una madera semiblanda y con poca resistencia a los hongos.</p>
Francia	<p>Los bosques y la superficie forestal ocupan el 29% del territorio nacional (16 millones de hectáreas). La masa forestal francesa ocupa el tercer lugar en la UE.</p> <p>Principales especies arbóreas: roble europeo, pino marítimo, pino silvestre y el álamo (este último plantado para satisfacer las necesidades crecientes de la industria de la madera francesa aunque no se lo utiliza para la fabricación de puertas).</p>	<p>Las puertas provenientes de Francia ingresan al mercado español libre de aranceles, ya que en la Unión Europea no existen los aranceles intrazonales para fomentar el comercio entre los miembros.</p> <p>Precio competitivo.</p> <p>Roble Europeo: madera dura con alta resistencia a los hongos.</p>	<p>Del total de la masa forestal francesa solo puede ser explotado un 70% con fines comerciales ya que el resto del área forestal es en parte patrimonio forestal del Estado y en parte pertenecen a las colectividades locales.</p> <p>Pino Marítimo o Pinaster: madera semiblanda con poca resistencia a los hongos.</p> <p>Pino Silvestre: madera semiblanda poco durable a los hongos.</p>
Estados Unidos	<p>Es el principal consumidor e importador mundial de productos madereros. Asimismo, es uno de los principales productores y exportadores mundiales de madera.</p> <p>Principal especie arbórea: Abeto de Douglas conocido también como Pino de Oregón. El pino Oregón crece espontáneamente en la Columbia Británica y en la costa del Pacífico de Estados Unidos, dando árboles gigantescos, generalmente de 50 a 60 metros de altura, pudiendo llegar hasta 90 metros.</p>	<p>Se encuentra en el tercer escalafón de los países que exportan puertas de madera a España. La madera obtenida del pino Oregón es fácil de trabajar tanto manualmente como a máquina.</p>	<p>A pesar de ser una madera que se caracteriza por su resistencia es moderadamente durable a la podredumbre y poco durable frente a los hongos.</p>

Fuente: elaboración propia.

CUADRO N° 10 (parte B)

Características forestales que afectan la competitividad de los países exportadores de puertas al mercado español (2010)

País	Características	Ventajas en el mercado español	Desventajas en el mercado español
Brasil	<p>Posee 550 millones de hectáreas de bosques, lo que representa el 10% de toda el área forestal del mundo. El 60% de los bosques nativos se concentran en la Amazonia.</p> <p>Principales especies cultivadas: Pino Insignus, Eucalipto y Roble Cerejeira.</p> <p>El pino y el eucalipto ocupan el 65% del área forestal de Brasil siendo el eucalipto el más cultivado. El eucalipto es utilizado para la producción de papel y celulosa. A su vez el Pino Insignus es utilizado estructuras ligeras, revestimiento espaciado de paredes, y entablado de pisos y techos.</p>	<p>Posee grandes recursos forestales como para aumentar la producción y exportación de puertas de maderas al mercado español si así este lo requiriera. Es un exportador neto de productos derivados de la madera y posee tecnología de punta y personal altamente calificado en el sector de la madera.</p> <p>Roble Cerejeira: madera semiblanda de alta durabilidad.</p>	<p>Su principal destino es Estados Unidos quien acapara el 47% de sus exportaciones de puertas de madera a pesar de haber decaído un 15% este último año. España se encuentra en el sexto lugar y no se espera que suba algún escalafón sino que baje debido al interés que viene mostrando Brasil en los países de Asia y Oriente Medio, cuya demanda de productos de origen forestal se incrementa desde 1998 y la tendencia continua.</p> <p>Roble Cerejeira: la superficie cultivada con esta especie no supera el 10% del área forestal de Brasil. Su producción está supedita a las conveniencias comerciales de Brasil y en estos últimos años el eucalipto cada vez adquiere más importancia en el comercio internacional de Brasil por lo que no se estima aumenten las superficies cultivadas de roble Cerejeira.</p>
Rumania	<p>Los bosques cubren un 28% (6,4 millones de hectáreas) del territorio rumano en donde la especie arbórea que se destaca es la haya europea con un 50% total de la masa forestal de Rumania. Se exporta el 78% de la producción local de puertas de madera a los países de occidente (en su mayoría Europa occidental).</p>	<p>Bajos costos de mano de obra en la producción de puertas de madera en relación a su alta cualificación. Los pequeños y medianos productores se ubican, en su mayoría, cerca de las fuentes de materia prima. Sus políticas de exportación están enfocadas en los mercados occidentales, en especial la Europa Occidental.</p> <p>Precio competitivo debido a su membresía a la UE.</p>	<p>El sector de la madera en Rumania es un sector especialmente dependiente y vulnerable ante variaciones en los mercados extranjeros. Por este motivo, los productores locales han reformulado su estrategia y el enfoque del sector concentrándose cada vez más en el mercado local y reduciendo paulatinamente las exportaciones hacia el occidente, en especial a Europa Occidental.</p> <p>Haya europea: madera de carácter semiduro sensible a los hongos que sufre movimientos apreciables con los cambios de humedad.</p>

Fuente: elaboración propia.

CUADRO N° 10 (parte C)

**Características forestales que afectan la competitividad de los países exportadores de puertas al mercado español
(2010)**

País	Características	Ventajas en el mercado español	Desventajas en el mercado español
Italia	<p>Los bosques de Italia cubren un 29% del territorio total, que asciende a 8,7 millones de hectáreas. La extracción anual de madera es de alrededor de 8 millones de m³, de los cuales casi el 70% es leña.</p> <p>Italia es un país que importa madera principalmente de África y le da valor agregado convirtiéndola en puertas, ventanas, muebles, etc.</p> <p>Las especies arbóreas más importantes son el roble europeo y la haya europea.</p>	<p>Roble Europeo: madera dura con alta resistencia a los hongos.</p> <p>Precio competitivo debido a su membresía a la UE.</p>	<p>Haya europea: madera de carácter semiduro sensible a los hongos que sufre movimientos apreciables con los cambios de humedad.</p> <p>Durante los últimos 30 años la importancia en la producción de madera y sus derivados ha decaído. La importación de madera ha aumentado de 10 millones de m³ a 25 millones de m³. La densidad arbórea ha aumentado en un 20% gracias a una serie de cambios socioeconómicos y a denodados esfuerzos por preservar el patrimonio ecológico</p>
Indonesia	<p>El área forestal es de 136,7 millones de hectáreas, totalizando cerca del 65,6% de la masa terrestre del país. De esta cantidad de hectáreas solo 22 millones (16%) pueden destinarse a la producción forestal convertible.</p> <p>Las especies arbóreas más importantes son la teca y el erbau.</p>	<p>Teca: madera semidura muy durable, difícil de aserrar y de trabajar debido a su naturaleza abrasiva (que se desgasta con la fricción por lo que son utilizadas otro tipo de máquinas para trabajar esta madera). Muy durable ante las plagas de hongos.</p> <p>Erbau: madera dura muy durable.</p>	<p>El gobierno no permite la explotación forestal de más de 22 millones de hectáreas por lo que la producción de puertas de madera y otros derivados de la madera se encuentran limitados.</p> <p>Indonesia es mal vista por sus pares debido a la tala destructiva e ilegal que se lleva a cabo en los bosques protegidos.</p>

Fuente: elaboración propia.

CUADRO N° 10 (parte D)

**Características forestales que afectan la competitividad de los países exportadores de puertas al mercado español
(2010)**

País	Características	Ventajas en el mercado español	Desventajas en el mercado español
Argentina	<p>Maderas obtenidas principalmente del Noroeste argentino, Formosa y Chaco. Déficit en la balanza comercial forestal desde el 2002. La Argentina posee 33 millones de bosques nativos y 1,5 millones de bosques implantados. Esto representa aproximadamente 13% del territorio nacional. Los suelos argentinos, ricos en nutrientes, y la variedad de climas de la región hacen de la Argentina un país apto para el cultivo de varias especies forestales, en especial la del roble Cerejeira.</p> <p>Especie arbórea: Roble Cerejeira.</p>	<p>Ley 25.509 de Superficie Forestal: bajo esta ley el estado subsidia la actividad forestal bajo un régimen de promoción de forestaciones y moviliza mercados que han permanecido por largo tiempo inactivos debido en su mayoría a que los dueños no tienen el capital necesario para invertir en actividades forestales. El objetivo es incrementar la masa forestal en un 100%.</p> <p>Madera de alta durabilidad y calidad.</p> <p>Precio competitivo.</p>	<p>Actualmente ocupa el noveno puesto en la lista de los principales exportadores de puertas de madera a España, cuestión que podría cambiar de aprovecharse en mayor medida las tierras aptas para la actividad forestal.</p>
España	<p>Posee 14,4 millones de hectáreas de bosques. Es el cuarto país de Europa y el segundo en la UE con mayores recursos forestales. Dos tercios de los bosques son propiedad de dos millones de propietarios, otro 30% pertenece a los municipios y un 4% a las comunidades autónomas. El 88% de la superficie forestal de España tiene como función principal la protección contra la erosión del suelo y la desertificación, así como la regulación del ciclo hidrológico.</p> <p>Principales especies arbóreas: roble Carballo, haya europea y alcornoque (este es mas relevante en la industria del corcho).</p>	<p>Precio altamente competitivo teniendo en cuenta que es el mercado local.</p> <p>Roble Europeo o Carballo: madera dura con alta resistencia a los hongos.</p>	<p>Solo el 12% de los bosques son productivos y suministran gran parte de la madera para actividades industriales.</p> <p>Haya europea: madera de carácter semiduro sensible a los hongos que sufre movimientos apreciables con los cambios de humedad.</p>

Fuente: elaboración propia.

Si se observa al producto argentino desde la perspectiva del precio y la calidad, como muestran los **GRAFICOS N° 12** y **N° 13** y el **CUADRO N° 9**, se observa que este es competitivo, lo cual dice que el producto puede competir en el mercado español con una buena calidad y un buen precio.

A pesar del análisis precio calidad del producto y su comparación con los productos de la competencia es necesario responder la siguiente pregunta: “¿Que podría ocurrir en el caso de que alguno de los competidores decidiera aumentar sus exportaciones de puertas de madera a España o que el mismo mercado español decidiera aumentar la producción de las mismas? En tal caso, ¿cuanto podrían aumentar sus exportaciones de puertas teniendo en cuenta las condiciones forestales y de gobierno del país de origen? Para responder el interrogante debemos basarnos en el **CUADRO N° 10** y sus partes. En este se explicita características forestales y la actitud de los gobiernos frente a la actividad forestal en cada uno de los países competidores. A continuación se expone las posibilidades de la competencia en caso de querer aumentar la exportación de puertas de maderas a España:

- Caso de Portugal: en Portugal el área forestal productiva no supera el 36% de su territorio, esto es 33.260 km², de los cuales un 70% se dedica al cultivo de alcornoque. En el 30% restante de la superficie se cultiva el pino marítimo.

Portugal es el mayor exportador de corcho mundial por lo que no se espera relegue superficie de alcornoque en pos del pino marítimo. Esto indica que la producción de puertas de pino marítimo está supeditada a la cantidad de hectáreas plantadas y a otras actividades, aunque de menor jerarquía.

Asimismo, casi el 90% de las puertas producidas en Portugal son exportadas a España lo que hace que acapare casi la mitad del mercado español de maderas. Además, pertenece a la Unión Europea por lo que los precios de las puertas son muy competitivos.

Tomando en cuenta lo expuesto en los párrafos anteriores Portugal no estaría interesado en principio en aumentar sus exportaciones de puertas de pino marítimo al mercado español, aún sabiendo que acapara una gran porción del mercado, ya que tendría que relegar parte de

su producción de alcornoque. Más aún, las hectáreas forestales de pino marítimo de las que dispone son muy bajas como para aumentar la producción de puertas de tal manera que se note en el mercado español y perjudique en cierta manera a la competencia.

- Caso de Francia: ocupa el tercer lugar en la Unión Europea en lo relativo a masa forestal. La masa forestal ocupa un 29% del territorio francés (16 millones de hectáreas) de las cuales solo un 70% (11.200.000 hectáreas) pueden ser utilizadas con fines comerciales ya que el resto del área forestal es en parte patrimonio forestal del Estado y en parte pertenecen a las colectividades locales²¹.

Las ventajas que tiene Francia es su membresía a la Unión Europea y por consiguiente un precio de sus puertas muy competitivo en relación a los no miembros.

Por otro lado, la superficie forestal francesa está distribuida uniformemente entre pinos silvestres, pinos marítimos y robles. El roble es utilizado en su mayoría para la realización de barricas en los procesos de estacionamiento del vino por lo que el pino es el más utilizado en la fabricación de muebles y puertas.

En el caso de que Francia deseara aumentar la exportación de puertas de madera hacia España para ganar una mayor cuota de mercado podría hacerlo aumentando la producción de puertas de pino silvestre o marítimo, cuya madera es de baja calidad en relación al roble, en detrimento de otros mercados y productos en base a madera que fabrica. Además, Francia no solo destina la madera a la producción de barricas y puertas, sino también a la producción de muebles en general y otras actividades.

Con todo lo expuesto anteriormente se puede concluir que no hay certeza de que Francia decida aumentar sus exportaciones de puertas a España teniendo en cuenta la variedad de usos que le da a la madera con fines comerciales, que la cantidad de madera que es destinada a la producción de puertas es del 30% (en su mayoría del pino) y la superficie forestal a

²¹ En el sitio: www.embafrancia-argentina.org visitado el día 24-05-10

explotar con fines comerciales no puede superar el 29 % del territorio por normativa del gobierno.

- Caso de Estados Unidos: se encuentra en el tercer escalafón de los países que exportan puertas de madera a España. Es el principal consumidor e importador mundial de productos madereros. Asimismo, es uno de los principales productores y exportadores mundiales de madera.

El Pino de Oregón es una madera fácil de trabajar tanto manualmente como a máquina y tiene una gran variedad de usos (muebles, construcciones, puertas, etc.). Es la madera más utilizada en Estados Unidos para la producción de artículos de madera. A pesar de ser poco resistente a los hongos y moderadamente resistente a la podredumbre es una madera con buenas cualidades para la producción de puertas.

En el caso de Estados Unidos este es un país donde la madera es muy valorada por el consumidor y en donde hay mucha experiencia respecto a los usos y comercialización de la madera tanto interna como externamente.

Después de lo expuesto anteriormente, se puede concluir que Estados Unidos podría aumentar de así quererlo la producción de puertas de pino de Oregón para así intentar ganar una mayor cuota de mercado español, ya que es un país donde los productos hechos de madera tienen mucha importancia. En este caso la única desventaja importante que podrían tener las puertas de pino de Oregón es el precio (mayor que el del producto argentino). Estados Unidos exporta madera y sus derivados a varios mercados, pero si quisiera hacer hincapié en uno de ellos por alguna conveniencia no tendría impedimento alguno.

- Caso de Brasil: posee el 10% del área forestal mundial (550 millones de hectáreas). La mayor parte de su superficie forestal está cubierta por el eucalipto, el pino Insignus y el roble Cerejeira. El roble Cerejeira solo ocupa un 10% del área forestal brasilera. Se encuentra en el cuarto lugar entre los países exportadores de puertas de madera a España.

El pino Insignus es utilizado en estructuras ligeras, revestimiento espaciado de paredes, y entablado de pisos y techos. Por otra parte, el eucalipto se utiliza para la producción de papel y celulosa. Esto deja a la madera del roble Cerejeira como el principal material utilizado en la producción de puertas de madera.

Brasil es un país que puede aumentar la superficie cultivada de roble Cerejeira en pos del aumento de la producción de puertas ya que posee los recursos forestales y la tecnología necesaria. Brasil posee tecnología de punta en el sector de la madera y personal altamente calificado.

A pesar de tener todos los atributos para aumentar su exportación de puertas de madera a España, su principal destino son los Estados Unidos, que acapara casi la mitad de sus exportaciones. Por otro lado Brasil viene mostrando interés desde hace tiempo en los mercados de Asia y Medio Oriente cuya demanda de productos forestales se encuentra en continuo crecimiento. De ponerse en el lugar de Brasil, se pensaría en enfocar las exportaciones a los países asiáticos y del Medio Oriente debido a su potencial, manteniendo a Estados Unidos como principal destino, y sacrificando una porción de mercado en España en vez de hacerlo al revés. Más aún, el eucalipto cada vez adquiere mayor importancia en el comercio internacional de Brasil, por lo que tampoco se podría pensar en que Brasil podría reducir superficie de eucalipto para el cultivo de roble.

- Caso de Rumania: los bosques cubren el 28% del territorio rumano (6,4 millones de hectáreas) en donde la especie arbórea dominante es la Haya Europea con un 50 % de la masa forestal²².

La mano de obra es altamente calificada y sus costos son bajos. Los pequeños y medianos productores se ubican cerca de las fuentes de materias primas. Esto explica porque las puertas y otros productos derivados de la madera originarios de Rumania sean más baratos en comparación con otros países.

²² En el sitio: www.oficinascomerciales.es/icex

Las políticas de exportación rumanas están enfocadas en los mercados occidentales. Actualmente, el 78% de las puertas de madera son exportadas a países del occidente, en especial Europa Occidental. Esto hace que el sector de la madera en Rumania sea un sector especialmente dependiente y vulnerable ante variaciones en los mercados extranjeros.

Ante lo expuesto anteriormente, se observa que Rumania tiene ventajas respecto al costo de las puertas de madera por el bajo costo de mano de obra y la cercanía de los centros de producción a las fuentes de materias primas. Sin embargo, en los últimos años los productores locales han comenzado a reformular su estrategia y el enfoque del sector para concentrarse más en el mercado local en detrimento de las exportaciones. Por lo tanto no se considera factible que Rumania intente ganar una mayor cuota del mercado español teniendo en cuenta que los productores de ese país se encuentran reformulando la estrategia del sector con el objeto de ocuparse en mayor medida del mercado interno.

- Caso de Italia: en este país la mayor parte de los bosques se encuentra en manos privadas y la otra parte se la reparten entre el Estado, las provincias y municipios.

En los últimos treinta años Italia se ha dedicado a preservar su patrimonio ecológico y a cambiar ciertos aspectos socioeconómicos que la caracterizaron durante bastante tiempo, lo que ha derivado en un aumento de la masa forestal y en las importaciones de productos de madera.

Es muy bajo el porcentaje de madera destinado a la producción de puertas, ventanas, muebles, etc. ya que del 100% (29% del territorio nacional) de la madera obtenida de los bosques el 70% se convierte en leña.

Por otro lado Italia es un importador neto de madera le da valor agregado y a la que le otorga valor agregado para después venderla en el mercado interno o exportarla. La mayor parte de la madera importada proviene de África (65%) y América Central y Asia (25%). Es el mayor exportador de muebles, puertas y ventanas de la región.

Para concluir se debe aclarar de que en el caso de que Italia decidiera aumentar sus exportaciones a España podría hacerlo, pero estaría sujeto a la cantidad de madera que puede importar de África, de América central y Asia. Asimismo, es poco probable que Italia tenga problemas para aumentar las importaciones desde esos continentes ya que solo en Europa hay países cuya oferta de madera ha disminuido por las leyes de protección de los bosques.

- El caso de Indonesia: en este país las especies arbóreas son de muy buena calidad y por lo general tienen una alta durabilidad los productos hechos en base a la Teca o el Erbau. Estas dos especies son tropicales y como en la mayoría de las especies arbóreas tropicales la madera es de excelente calidad.

En Indonesia solo el 16% del área forestal puede ser explotada con fines comerciales, el resto es patrimonio del estado y su objetivo es preservar el ecosistema impidiendo la tala del 84% restante de los bosques indonesios.

Indonesia es uno de los tantos países que sufre de tala indiscriminada e ilegal bosques protegidos por el gobierno e incluso por acuerdos firmados entre países²³.

Esto le ha dado mala imagen a Indonesia en el mercado mundial de las maderas, a pesar de la excelente calidad de sus maderas, provocando la desconfianza de los importadores de otros países. En la UE existen leyes que protegen el medio ambiente y al momento de hacerlas cumplir no existe fricción alguna. Es probable que si en Indonesia no se ejerce un control adecuado de la tala, este pierda varios mercados, incluyendo el español.

Para concluir, Indonesia posee maderas tropicales de excelente calidad con la Teca y el Erbau. No obstante la mala que se ha hecho como consecuencia de la tala indiscriminada de árboles posiblemente lime sus esfuerzos por tratar de ganar una mayor porción en el mercado español.

- Caso de Argentina: el caso de Argentina es excepcional ya que no posee trabas del gobierno en cuanto a la explotación forestal, excepto para algunas regiones. Posee tierras y

²³ Calderón, Doris. “Indonesia: tala ilegal, calentamiento global” (en línea). En el sitio: www.lapatria.com, visitado el día 19-05-10

condiciones climatológicas aptas para aumentar considerablemente la cantidad de hectáreas forestales y hacerse fuerte en el comercio internacional de productos de madera, e inclusive el gobierno fomenta a través de leyes, como la 25.509, la actividad forestal.

Argentina actualmente posee 33 millones de hectáreas de bosques nativos y 1,5 millones de bosques implantados. Estos representan solo el 13% del territorio nacional²⁴.

Además, la Argentina ocupa el noveno puesto dentro de los proveedores de madera a España. Esto significa que la Argentina, siendo un país con amplios recursos forestales y con posibilidades de seguir creciendo en este sector, esta desaprovechando una maravillosa oportunidad de ganar mayor protagonismo en un mercado como el de España donde los consumidores muestran gran interés por los productos derivados de la madera, y por ende las puertas de roble macizo.

En conclusión, Argentina solo necesita establecer estrategias y enfoques claros en el sector de la madera con el objetivo de aumentar la masa forestal y de aumentar la oferta de productos derivados de la madera en el exterior.

- Caso de España: es el cuarto país de Europa y el segundo en la UE con mayores recursos forestales. Posee 14,4 millones de hectáreas forestales de las cuales el 88% tiene como función principal la protección contra la erosión del suelo y la desertificación. Con lo que queda un 12% de la superficie forestal total para ser explotada²⁵.

Asimismo, el alcornoque representa la mayor parte de la masa forestal española por lo que en España no es raro que la mayor parte de los muebles, puertas y ventanas sean importados. Al igual que Portugal, España tiene un lugar relevante en la producción mundial de corchos (segundo productor mundial de corcho).

²⁴ En el sitio: www.cep.gov.ar visitado el día 19-05-10

²⁵ En el sitio: www.bosquesnaturales.com visitado el día 24-05-10

Para concluir, se debe aclarar que a pesar de tener el precio más competitivo por ser el mercado local, no posee los recursos forestales suficientes como para hacer frente a un aumento en la demanda de puertas de madera. Esto obliga a España a importar puertas de maderas de otros países, como la Argentina, para satisfacer el mercado de puertas de madera.

4.17 Promoción de ventas

Si bien los medios de promoción de los diversos productos de nuestra oferta exportable en este mercado pueden ser muy variados, se estima indispensable el desarrollo de una página web que presente tanto a la empresa como a sus productos con el mayor nivel de detalles posible²⁶.

4.18 Compras gubernamentales

Las compras gubernamentales son realizadas mediante licitaciones públicas. Solamente pueden concurrir empresas locales inscriptas previamente como proveedores. Cada Ministerio tiene su propio registro de proveedores.

4.19 Estándares de calidad

Algunos productos, cualquiera que sea su origen o procedencia, han de ceñirse a determinadas reglamentaciones técnicas nacionales que dan lugar a una homologación. Asimismo son obligatorias las directivas y reglamentos de la UE. Por otra parte, como en todos los países, existen unos requisitos técnicos voluntarios impuestos por la competitividad del mercado para los que hay diversos sistemas de certificación. Las normas de calidad ISO, serie 9000 están cada vez más consideradas como factor de competitividad vía calidad certificada.

También están teniendo creciente importancia la serie ISO 14000 sobre medio ambiente y la certificación de la prevención de riesgos laborales según la especificación técnica OHSAS 18001.

²⁶ En el sitio www.argentinatradenet.gov.ar visitado el día 17-12-09

La normalización de la calidad se realiza a través de la Asociación Española de Normalización y Control de Calidad, entidad privada con carácter lucrativo. Igualmente es reconocida por la Administración española la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC), que acredita a los organismos de certificación, laboratorios de ensayo y calibración y organismos de control, sector por sector.

4.20 Viajes de negocios

4.20.1 Visas

Para los nacionales de la Unión Europea y de Noruega, Islandia, Liechtenstein y Suiza, documento nacional de identidad o pasaporte. Para los del resto del mundo, pasaporte en vigor y visado de entrada temporal o de residencia expedido por la Embajada o Consulado de España que les corresponda, a no ser que se trate de nacionales de países con los que exista acuerdo de supresión de visado, los cuales están exentos de visado de entrada temporal para estancias por turismo no superiores a 90 días; además, habrán de someterse a control en frontera. El visado de estancia temporal (visado Schengen) expedido por una representación española es válido para entrar sin necesidad de solicitar nuevo visado en Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Grecia, Islandia, Italia, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Portugal y Suecia.

Los consulados argentinos en España tienen distintas jurisdicciones, esto es, la delimitación de un territorio en el cual ejercen sus competencias. Antes de dirigirse o trasladarse a un consulado para iniciar cualquier trámite, es necesario informarse sobre cuál es aquél que le corresponde en virtud del domicilio o el acto involucrado.

Las condiciones de ingreso a España sin visado para los ciudadanos argentinos son las siguientes:

- Estancias sin visados que no excedan de 3 meses, dentro de un período de seis meses, por turismo, negocios, etc.

La misma regla se aplica a los nacionales de Bolivia (hasta el 1 de abril de 2007), Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay, además de otros Estados iberoamericanos (en concreto, todos los Estados iberoamericanos excepto Cuba, Colombia, Ecuador, Perú y República Dominicana).

Los requisitos que le pueden ser requeridos a su entrada en territorio español son:

- Pasaporte vigente
- Pasaje de ida y vuelta

4.21 Consideraciones en materia de seguridad

No se requiere mayores precauciones que las habituales en cualquier otro país de la Unión Europea.

4.22 Costumbres locales (recomendaciones prácticas)

La práctica habitual en el medio empresarial es interrumpir el horario laboral a mediodía con una pausa para el almuerzo que va desde las 14:00 hasta las 16/17 horas. Se cena a partir de las 21/22 horas.

Es frecuente realizar almuerzos de trabajo, no se acostumbra en el caso de la cena, salvo que exista una relación estrecha con el cliente.

4.23 Horarios laborales y calendario de vacaciones

4.23.1 Horario de comercios

Horarios mínimos en todo el país, lunes a sábados de 10:00 a 13:30 horas y de 17:00 a 20:30/21:00 horas. Los grandes almacenes, los grandes supermercados y los hipermercados no suelen cerrar al mediodía y también permanecen abiertos hasta más tarde. Como mínimo hay 8 días al año en que los comercios pueden abrir los domingos y días festivos, siendo competencia de cada comunidad autónoma la determinación de los mismos.

4.23.2 Administración pública

En general, para atención al público, el horario es: lunes a viernes de 09:00 a 15:00 horas.

4.24 Vacaciones y festividades

4.24.1 Vacaciones

Son obligatorias unas vacaciones anuales de treinta días naturales por lo general en los meses de julio, agosto o septiembre, principalmente en agosto.

4.24.2 Días festivos

Los días no laborables son los domingos y las fiestas laborables designadas como tales por el Gobierno, las Comunidades Autónomas y los Municipios, hasta un total de 14 por año.

En 2008 los días festivos oficiales en todo el país son el 1 de enero (Año Nuevo), el 21 de marzo (Viernes Santo), el 1 de mayo (Fiesta del Trabajo), el 15 de agosto (Asunción de la Virgen), el 12 de octubre (Fiesta Nacional de España), el 1 de noviembre (Todos los Santos), el 6 de diciembre (Día de la Constitución Española), el 8 de diciembre (La Inmaculada Concepción) y el 25 de diciembre (Natividad del Señor).

4.25 Síntesis del capítulo IV

Los años 2008 y 2009 han sido años muy duros para la economía española en general. La crisis inmobiliaria afectó fuertemente a España y todavía sufre las consecuencias de la misma.

El mercado español viene demostrando desde finales del año 2008 bajos niveles en la construcción en general, en el consumo privado y público, y sobre todo en la confianza del consumidor que cayó a niveles nunca antes pensados. También fueron afectados los intercambios con el exterior y la inversión empresarial.

A pesar de estar pasando por una profunda crisis, España está mostrando desde fines de 2009 una mejora en su economía y promete una rápida recuperación. El PBI tuvo una mejora del 0,9 %, las tasas de construcción aumentaron así como también el consumo público, el consumo privado mejoró en un 1,4 % y el comercio exterior experimentó mejoras del 0,8 %. Asimismo, la confianza del consumidor aumentó, las tasas en construcción mejoraron y la producción industrial aumentó en un 3,7 pp.

Como viene ocurriendo desde mediados de 2009, los indicadores más recientes referidos a la inversión en construcción han seguido reflejando, en tasa interanual, una moderación de las tendencias contractivas. No obstante, estas continúan siendo fuertes, apreciándose, además, una cierta ralentización en la disminución de las tasas de caída.

Si bien en estos momentos España es un mercado en crisis, está saliendo gradualmente de la misma y no quedan dudas de que el 2010 será un año clave para la economía española. Los índices de recuperación son prometedores y no debe descartarse como un mercado para la exportación de puertas de madera ya que por historia el mercado español de la madera siempre ha tenido una demanda fiel y en constante crecimiento.

Al margen de los indicadores económicos las puertas de roble macizo son un producto competitivo desde el punto de vista de la calidad y el precio si se observa el **CUADRO N° 9** y los **GRAFICOS N° 12 y 13**. Este cuadro deja en claro que la exportación de puertas de roble a España es un negocio viable.

Por otra parte, se debe tener en cuenta otros factores en el momento de estudiar la competencia como los expuestos en el cuadro n° 10 y sus anexos si se quiere realizar una mejor apreciación sobre la situación de los competidores y como podrían repercutir sus decisiones relativas al aumento de las exportaciones de puertas de madera a España.

CAPITULO V

OPERATORIA DE EXPORTACION

5 Logística de exportación

El presente capítulo hace hincapié en la distribución física internacional. Se describirá el proceso para lograr que la mercadería llegue en tiempo y forma al mercado de destino, así como también los documentos necesarios para el ingreso de la mercadería en el mercado objetivo, gravámenes que tributa y medios de pago a utilizar.

5.1 Barreras arancelarias y no arancelarias de ingreso

5.1.1 Barreras arancelarias

Convenio vigente con la Argentina: Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)

5.1.1.1 Régimen preferencial para Argentina:

- Derechos Ad-Valorem: 0.00
- Derechos Específicos: 0.00

5.1.1.2 Otras tasas o gravámenes a la importación:

- Ad – Valorem: 0.00
- Específico: 0.00

5.1.1.3 El derecho para terceros países varía entre 0 y 3 %**5.1.2 Barreras no arancelarias****5.1.2.1 Documentación requerida**

Para la liberación de los productos en aduana se requiere la siguiente documentación:

- Bill of Lading o conocimiento de embarque
- Certificado de origen
- Factura comercial: original con copia
- Una declaración de importación
- Certificado fitosanitario con la firma de un ingeniero agrónomo autorizado por el SENASA especificando que la madera descrita en el mismo se encuentra libre de cualquier plaga

5.1.2.2 Certificado de origen

El mismo es exigido para convalidar una preferencia arancelaria (como en el caso de los productos beneficiados por el SGP), una cuota o un contingente. En los demás casos contar con un certificado de origen agiliza la tramitación aduanera del ingreso al mercado.

5.1.2.3 Cupos de importación: no existen.

5.1.2.4 Impuestos internos:

- IVA: 16.00 %
- Otros Ad – Valorem: 0.00

5.2 Medio de pago a utilizar

Carta de crédito irrevocable, confirmada, no transferible y a la vista.

5.2.1 Características del mismo

- Carta de crédito irrevocable confirmada: le confiere al vendedor una doble seguridad del pago, puesto que un banco del país del vendedor agrega su propio compromiso al del banco emisor.
- No transferible: no es posible trasladar la titularidad de la carta a otra persona.
- A la vista: se le cancela al exportador la suma de dinero acordada por la exportación en el momento en que presente al banco los documentos exigidos por la carta de crédito.

Esta modalidad de carta de crédito es utilizada, a pesar de ser la más cara, cuando es la primera vez que se trata con el comprador – importador y no se tiene confianza en el mismo.

5.3 Posición arancelaria del producto así como los gravámenes que tributa

5.3.1 Posición SIM: 4418.20.00.000 H

- Unidad de medida: kg.

- 4418.20.00.000 - -Puertas y sus marcos, contramarcos y umbrales.
- 4418 - Obras y piezas de carpintería para construcciones, incluidos los tableros celulares, los tableros ensamblados para revestimiento del suelo y tablillas para cubierta de tejados o fachadas (“shingles” y “shakes”), de madera.

5.3.2 Derechos de aduana y tasas

5.3.2.1 Importación

- Arancel Externo Común: 14.00 %
- Derecho Extrazona: 14.00 %
- Derecho Específico Mínimo: 0.00 %
- Tasa de Estadística: 0.50 %
- Derecho Intrazona: 0 %

5.3.2.2 Exportación

- Derechos: 5.00 %
- Reintegro: 5.00 %
- Ingreso de divisas: 180 días

5.4 Logística

La mercadería es enviada en camión al puerto Buenos Aires donde se exporta FOB puerto Buenos Aires con destino al puerto de Barcelona.

5.4.1 Cantidad de la exportación

Se exportan 176 puertas de madera de roble macizo en 2 contenedores estándar de 20 pies cada uno (88 puertas por contenedor).

Valor por puerta: \$ 800

Valor total: \$ 140.800

5.4.2 Transitime

La duración del viaje desde que parte la mercadería hasta que llega a destino es de 23 días.

Puertos en el que el buque hace paradas hasta llegar a destino, incluyendo el de salida:

- Puerto Buenos Aires (Argentina)
- Puerto Montevideo (Uruguay)
- Puerto Río de Janeiro (Brasil)
- Puerto de Santos (Brasil)
- Puerto de Salvador(Brasil)
- Puerto de México (México)
- Costa Este de Estados Unidos

De la costa este de los Estados Unidos cruza hacia Europa para tocar primero el:

- Puerto de Rotterdam (Holanda): donde ya lleva 18 días de tránsito.
- Puerto de Amberes (Bélgica).
- Puerto de Le Havre (Francia).
- Puerto de Barcelona (España): Puerto de destino.

5.5 Síntesis del capítulo V

El presente capítulo nos presenta los documentos, medios de pagos e impuestos necesarios para llevar a cabo la operación de exportación. Dicha información es necesaria para cualquier operación ya que son requisitos indispensables para el desarrollo normal del negocio con el cliente en el exterior.

CAPITULO VI

ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO

6.1 Análisis económico

El objetivo de este análisis es mostrar el cálculo del precio FOB y especificar el FOB unitario.

El precio es un factor muy importante pero no necesariamente el más importante cuando se negocia una operación de compraventa internacional. En algunas circunstancias el plazo de entrega o la calidad llegan a tener mayor relevancia que el precio.

6.1.1 Formación del precio FOB

Con el siguiente cuadro se pretende demostrar los elementos que conforman el precio FOB hasta llegar al mismo.

CUADRO N° 11

Componentes en pesos del precio de exportación argentino

Concepto	Importe pesos
Producto (176 unidades)	140.800,00
Gastos de exportación:	
Embalaje	1.000,00
Flete interno	3.825,50
Seguro interno	306,04
Gastos de carga y puerto	1.530,20
Certificado fitosanitario	15,00
Canal rojo	150,00
Inspección de madera supervisada por ingeniero agrónomo	75,00
Total	6.901,74
Gastos de administración, comercialización y financieros	
Gastos administrativos	300,00
Gastos Legales	100,00
Total	400,00
Costo Total Intermedio del Producto	148.101,74
Derechos de exportación (5%)	12.904,50
Reintegros (5%)	12.904,50
Comisión del despachante (1%)	2.580,90
Comisiones bancarias (1,5%)	3.871,35
Utilidad pretendida 40%	103.235,99
FOB	258.089,98
FOB UNITARIO	1.466,42

Fuente: elaboración propia.

El FOB unitario, requisito esencial a ser incluido en la factura comercial de exportación, es de \$ 1.466,42.

6.2 Análisis financiero

6.2.1 Inversión

CUADRO N° 12

Componentes de la inversión inicial en pesos

Inversión inicial	
Costo de las puertas	140.800,00
Gastos de exportación:	
Embalaje	1.000,00
Fletes interno	3.825,50
Seguro interno	306,04
Gastos de carga y puerto	1.530,20
Certificado fitosanitario	15,00
Canal rojo	150,00
Inspección de la madera supervisada por ingeniero agrónomo	75,00
Honorarios despachante de aduana (1% / FOB)	2580,90
Gastos de administración, Comercialización y financieros:	
Comisiones Bancarias (1,5% s / FOB)	3.871,35
Gastos administrativos	300,00
Departamento legal	100,00
Total	154.554,00

Fuente: elaboración propia.

La inversión inicial comprende todo el dinero necesario para poner en marcha el proyecto. Por ende, se incluye en la misma todos aquellos costos que le permiten a Wonderful Doors solventar la operatoria de exportación.

6.2.2 Flujo de fondos (cash flow)

El objetivo del flujo de caja es calcular la utilidad neta para un determinado período o para varios períodos. Para estos se les resta a los ingresos totales los egresos totales en cada uno de los períodos contables.

En el mismo cuadro se incluye el impuesto a las ganancias (35%) y el impuesto a los ingresos brutos (3%), deducibles de la ganancia de la trading company.

La trading company recién recupera el capital invertido a los 2 meses desde la inversión inicial como se expresa en los siguientes cuadros:

CUADRO N° 13

Flujo de fondos

Concepto	Momento 0	Momento 1	Momento 2	Total
Inversión inicial	-154.554,00			
Venta		258089,98	258.089,98	516.179,96
Costo de venta		-154554,00	-154.554,00	-309.108,00
Resultado neto antes de impuesto		103535,98	103.535,98	207.071,96
Base imponible impuesto a las ganancias		103535,98	103.535,98	207.071,96
Impuesto a las Ganancias		0,00	0,00	72475,186
Impuesto a los ingresos brutos		0,00	0,00	6212,1588
Beneficios Netos		103535,98	103.535,98	128.384,61

Fuente: elaboración propia.

6.2.3 Indicadores de rentabilidad

El VAN del proyecto es positivo lo que permite:

- Devolver la inversión inicial de \$ 154.554,00
- Pagar una tasa de descuento del 14 %
- Proporcionar un excedente de \$ 15.934,21

La TIR es la tasa que hace que el VAN sea cero. En este caso la misma es del 22%.

VAN y TIR son 2 formas de observar un mismo fenómeno. Tan conectadas están que cuando una baja (VAN) es porque la otra sube y ciertamente la TIR hace su aparición cuando la tasa utilizada es capaz de anular el VAN.

6.4 Síntesis del capítulo VI

Determinar si un proyecto es factible o no financieramente es esencial antes de encarar cualquier proyecto de inversión ya que se debe prever si el negocio va a devolver el capital invertido en un cierto período y cuánto es lo que puede devolver.

En el presente capítulo se ve mediante los cálculos del VAN y el TIR que el proyecto es viable y por lo tanto conviene invertir en el mismo. En otros términos, el proyecto es factible financieramente.

Además de la viabilidad financiera, el cálculo del VAN y el TIR arroja que el proyecto es atractivo para el inversor. Un proyecto puede ser viable financieramente pero no lo suficientemente atractivo en cuanto al tiempo en que se tarda en recuperar la inversión inicial. Este proyecto toma 2 meses en recuperar la inversión inicial, lo cual es aceptable para considerarlo como un proyecto atractivo.

En conclusión, la exportación de puertas de madera de roble macizo a España puede realizarse ya que efectivamente resulta rentable dicha operación.

CONCLUSIONES

El objetivo de esta tesina es demostrar el atractivo del mercado español para la exportación de puertas de madera de roble macizo y que es viable llevar a cabo el proyecto a pesar de la crisis inmobiliaria del 2009, tal como quedó demostrado en el capítulo VI.

La construcción es el sector más dinámico del sector español tal como se observa en el capítulo IV. Desde el año 2.000 se incrementó en casi un 100 % el número de viviendas construidas por año lo que representa un gran atractivo para los proveedores de insumos de construcción tales como las puertas de maderas. A partir del 2009 con la crisis inmobiliaria la construcción cayó por debajo de la media con lo que este mercado sufrió un gran retroceso.

Respecto a la competencia a enfrentar en el mercado español nos encontramos con que el principal proveedor es Portugal con un 45% del mercado y le sigue Francia con el 18%. Se debe tener en cuenta que son países pertenecientes a la UE con lo que ello implica en materia de acuerdos de precios y cercanía. Esta, sin lugar a dudas, es la competencia más fuerte a enfrentar. Asimismo hay que tener en cuenta la calidad y el precio del producto argentino como principal soporte para competir en el mercado español sin dejarse impresionar por las grandes cuotas de mercado ganadas por Francia y Portugal. Una correcta promoción de las exportaciones en el sector de muebles ayudaría en gran medida a la Argentina a ganar una buena cuota de mercado.

Si los productores de puertas de madera vieran la oportunidad de ganar una buena cuota de mercado en un mercado como el español, con la rentabilidad que ello implica, no solo ganarían un mercado sino que crearían un puente hacia Europa con lo que ello implica. En otros términos, se podrían empezar a ver otros mercados atractivos como Alemania, Italia, Francia, etc., ya que los mismos poseen los mismos requerimientos que el mercado español al ser de la Unión Europea.

La Argentina tiene tierras aptas para el cultivo de varias especies forestales, en especial para el roble cerejeira, por lo que podría aumentar la producción forestal y pasar a estar entre los primeros exportadores de muebles (incluidas las puertas) del mundo.

El mercado argentino de muebles es un sector muy atomizado con una alta competencia y en el que es difícil diferenciarse. Sería bueno que el productor argentino de puertas de madera comenzara a ver oportunidades en aquellos mercados como España donde la madera tiene un costo muy elevado. Esto representa una clara ventaja para el productor argentino ya que poseemos madera de gran calidad, como lo es la de roble cerejeira, y precios más bajos que los del mercado español.

La exportación de muebles argentinos (incluidas las puertas) tiene como principal destino a Estados Unidos (principal importador de muebles de madera en el mundo) y a España en el cuarto lugar después de Chile.

Asimismo se realizó un estudio sobre los precios y la calidad de cada uno de los productos de la competencia para establecer si realmente las puertas de roble argentinas podrían competir en el mercado español competitivamente. Los resultados fueron satisfactorios teniendo en cuenta la combinación calidad - precio del producto argentino. Además de comparar la calidad y el precio de los productos, también se tomaron en cuenta factores como políticas comerciales, superficie forestal productiva y políticas forestales para determinar no solo la competitividad desde la calidad y el precio, sino para responder al interrogante de que pasaría en caso de que los competidores decidieran aumentar las exportaciones de puertas de madera para ganar una mayor porción del mercado español.

A primera vista parece fácil, pero no lo es. Además de la competencia a enfrentar, se debe hacer frente a la crisis inmobiliaria con lo que ello conlleva. La situación para exportar a España no es la mejor en estos momentos pero España fue el país con más altos índices de construcción en toda Europa hasta antes de la crisis y se espera que vuelva a ser ese mercado tan atractivo para la construcción como hasta hace dos años.

BIBLIOGRAFÍA

I Libros, revistas y artículos de diarios consultados

- Bercovich, Néstor (2008): “Evolución y situación actual del complejo forestal en Argentina”, CEPAL, Buenos Aires.
- Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación: “revista de comercio exterior ISSN 1850-7190 (versión digital)”, www.ambiente.gov.ar

II Entrevistas a expertos

- Entrevista a Roberto Flores sobre la posición arancelaria de la mercadería y los tratamientos fitosanitarios que la misma necesita.
El señor Roberto Flores es contador de la empresa Operativa Internacional S.A. ubicada en P. Molina 461 PB 11-Mendoza-Argentina.
- Entrevista a Lucas Jara sobre las clases de madera, sus características y sobre su experiencia en relación a una exportación que el mismo realizó.
El señor Lucas Jara es uno de los dueños de Maderas del Centro S.A. ubicada en Roca 4330 Villanueva, Guaymallén (Mendoza – Argentina).

III Sitios web consultados

- Plan estratégico del sector maderas y muebles realizado por el IDITS. www.idits.org.ar
- Perfiles producto / mercado: Puertas de madera / España. www.proargentina.gov.ar
- Guía de Negocios 2008: Embajada de la República Argentina. www.portalargentino.net
- Información sobre la competencia foránea a enfrentar en España. www.proargentina.gov.ar
- La construcción en España: Boletín Económico del Banco de España de marzo del 2.006. www.bde.es
- La relación completa y actualizada de ferias españolas la encontrará en el sitio de la Asociación de Ferias Españolas, www.afe.es

- Las licitaciones se dan a publicidad en el Boletín Oficial del Estado. Pueden ser consultadas en: www.boe.es
- La cadena foresto – industrial en la Argentina y las características generales del sector de la madera en la Argentina: CEP (Centros de Estudios para la Producción) – Secretaria de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa. www.sagpya.mecon.gov.ar
- Información sobre las maderas coníferas y las maderas duras así como de las características de los mercados internacionales. www.agrobit.com
- Estructura productiva de la industria de la madera. www.inti.gov.ar
- Balanza comercial del sector forestal: revista de comercio exterior ISSN 1850-7190 (versión digital) de la Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación (www.ambiente.gov.ar)
- Asociación Española de Normalización y Control de Calidad, entidad privada con carácter lucrativo. www.aenor.es
- Entidad Nacional de Acreditación (ENAC): www.enac.es
- Instituto Nacional de Estadísticas de España (INE): www.ine.es