

A stack of several rectangular wooden planks of varying shades of brown and tan, showing natural wood grain patterns. The planks are stacked in a slightly offset manner, creating a sense of depth and texture. The background is plain white.

**TRES
EME**

**MONTE
MADERA
MUEBLE 40**

12/2016

Revista de la asociación
asturiana de empresarios
forestales, de la madera
y el mueble - ASMADERA



José

Carballo

III TRESME III

ENTREVISTA

Nuevo Presidente de la organización sectorial de la madera y el mueble, **UNEmadera**



¿Cómo describiría la organización que actualmente preside?

Como una organización en construcción que se reinventa cada día para dar respuesta a las necesidades de las empresas.

UNEmadera está en construcción porque nos falta la participación de algunos territorios relevantes para esta industria. Pero, sobre todo, porque la representación sectorial del mueble y del hábitat que engloba a casi la mitad de la cadena de valor de la madera, carece de vida asociativa. Tan sólo los subsectores de cocina y oficinas están organizados asociativamente. También cuentan con ANIEME, aunque su gestión está muy centrada en la exportación.

Y por otra parte, UNEmadera se está reinventando cada día porque nos hemos autoimpuesto que no queremos ser una superestructura de locales y personal ubicada en Madrid, alejada de los problemas de las empresas.

Entonces, ¿qué es para usted UNEmadera?

A día de hoy, UNEmadera somos una red colaborativa formada por los presidentes de las asociaciones sectoriales y territoriales de la cadena y por los profesionales de todas las asociaciones, trabajando en red de manera coordinada en los problemas transversales de la cadena de la madera y con los problemas reales de las empresas asociadas, para construir una organización con la que las empresas se sientan identificadas.

La asociación asume el reto de dar respuestas concretas a los problemas de las empresas, independientemente de su tamaño, mediante una interlocución directa con las instituciones, organizaciones sindicales y otras asociaciones empresariales que puedan potenciar el desarrollo de la actividad industrial de la madera y el mueble.

Este es el verdadero patrimonio de UNEmadera.

¿Cómo se organizan?

En UNEmadera hemos organizado grupos de trabajo, entre los que se pueden destacar el dedicado al nuevo convenio estatal, la internacionalización o a diferentes temas medioambientales y legislativos (transporte forestal, compras públicas verdes, EUTR...).

Hace tan solo unos meses que fue elegido como nuevo Presidente de UNEmadera, pero ha estado desde sus primeros inicios en la formación de esta nueva confederación.

UNEmadera, nacida en 2015 con el apoyo de 16 organizaciones sectoriales, trabaja para mejorar la competitividad de las empresas del sector. Representa a la cadena de valor de la madera que en España suma 24.397 empresas, lo que supone el 1,7% del tejido industrial español, que dan empleo a cerca de 130.000 profesionales. La cifra de negocio asciende a 9.645 millones de euros y el valor de las exportaciones a 2.902,3 millones de euros (un 5,5% más que en 2013)

El recorrido de UNEmadera es corto, tan solo hace año y medio desde su constitución, pero sus principios están claros, ¿los puede compartir?

Durante el primer año de vida de UNEmadera hemos debatido abiertamente para conseguir una visión compartida sobre la organización. El esfuerzo ha merecido la pena porque los principios que hemos establecido son claros y se construyen sobre seis premisas asumidas por todos: la autofinanciación de la organización, los acuerdos por consenso como la única fórmula válida para la toma de decisiones, la generosidad tanto en los planteamientos como en la aprobación de las decisiones, una asamblea de asociados con verdaderos poderes para tomar decisiones y la temporalidad de los cargos directivos.

Una organización fuerte, representativa y reconocida puede resultar clave para el futuro del sector. En su opinión, ¿cuáles son los grandes retos del asociacionismo?

Creo que hay una relación directa entre el éxito empresarial a largo plazo y el asociacionismo. Esto es, el trabajo en equipo en los sectores y en el territorio con otros agentes de la cadena. Podríamos decir que el asociacionismo y el éxito empresarial a largo plazo van unidos.

«La asociación asume el reto de dar respuestas concretas a los problemas de las empresas, independientemente de su tamaño, mediante una interlocución directa con las instituciones, organizaciones sindicales y otras asociaciones empresariales que puedan potenciar el desarrollo de la actividad industrial de la madera y el mueble»

Estar asociado no es una condición suficiente para el éxito empresarial, se necesita acertar en muchos más aspectos, pero sí creo firmemente en que es una condición necesaria.

UNEmadera necesita a los empresarios más representativos de la cadena, y nosotros a su vez relacionarnos y tomar posición ante los problemas transversales que tenemos.

El mismo día de su nombramiento, y en la línea del anterior Presidente Elier Ojea, afirmó que UNEmadera “estará al servicio de las necesidades de las empresas”, ¿Cuáles cree que son? ¿Cómo ve el sector?

El 40% de las empresas y casi la mitad de los trabajadores han perdido su posición debido a la crisis. Por ello, diría que la primera necesidad que tiene la cadena de la madera es la “identidad”.

Tener conciencia de lo que somos, de lo que le aportamos a nuestro vecino y, por extensión, a la sociedad. Una de las funciones de UNEmadera es la de ayudar a divulgar la aportación de valor que la cadena hace a la sociedad del siglo XXI.

No obstante, esto no será posible mientras que el propio sector no sepa cuál es su peso y, más importante aún, que no se lo crea.

¿Las empresas y los trabajadores de esta cadena hacemos algo relevante para nuestros vecinos?

¿Serían nuestros vecinos más pobres si la cadena no existiera?

¿Si la cadena desaparece pueden sustituirnos, por otros materiales, fácilmente?

Debemos poder y saber contestar a estas y otras preguntas. En mi opinión, somos relevantes y hacemos una extraordinaria aportación de valor a la sociedad, por lo tanto, debemos hacerlo llegar al consumidor. Sólo así podremos tener reconocimiento social y la compensación que este sector se merece.

Desde UNEmadera tenemos que trabajar en encontrar los canales para que la sociedad sepa el valor que aporta la cadena de la madera.

Desde su punto de vista, ¿Dónde están las grandes oportunidades para las empresas de la madera y el mueble?

Las oportunidades se encuentran en la capacidad del sector para contribuir, de manera decisiva, a la supervivencia de la sociedad del XXI. Ahora es el momento de plantear en alto ciertas preguntas.

Cuando el consumidor elige un producto de madera, en vez de uno de acero, cemento, cristal, aluminio, ladrillo u hormigón, cartón, ¿está deforestando el planeta o está sirviendo de motor al aumento de la masa forestal y los bosques?

La cadena usa madera procedente de bosques certificados, ¿contribuye a la deforestación del planeta o es el motor del aumento de los bosques, de que estén gestionados y aumenten la cantidad y la salud de las masas forestales?

Por otro lado, ¿sabe el consumidor cuál es el balance energético de producir una mesa, un envase o la estructura de un edificio en madera, respecto de la energía que consume hacerlo en cualquier otro material? Y ¿cómo resulta el aislamiento térmico utilizando madera frente a otros materiales?. Es decir, ¿cuánta energía para calentar y enfriar una construcción en madera es necesaria a lo largo de su vida útil en comparación con otros materiales?.

En este punto cabe destacar que los auditores sobre sostenibilidad (BREEAM, LEED) no ponderan estas propiedades porque se limitan a certificar la estanqueidad del cubículo, pero no la calidad de aislamiento por unidad de material, ni la energía para producirlo.

Por último, la madera es carbono. Por lo tanto, si la cadena potencia la salud de los bosques y el consumo de productos de madera secuestra y almacena durante años el carbono absorbido por los árboles, podemos concluir que ninguna otra cadena industrial contribuye a la sostenibilidad del planeta como la cadena de la madera.

¿Y las amenazas?

La principal amenaza reside en que no seamos capaces de que, en primer lugar, nuestros trabajadores y, en segundo lugar, los consumidores sean conscientes de todo esto para que puedan actuar en consecuencia.

Necesitamos ayuda de otros agentes para divulgar los valores de la madera. Las organizaciones ecologistas, las redes sociales, las empresas preocupadas por la sostenibilidad en sentido amplio (y no en el sentido limitado como lo conciben las empresas certificadoras actuales, que certifican las ecotiendas de Inditex o el edificio de Abengoa en Sevilla, por poner dos ejemplos), son nuestros aliados para hacer pedagogía con el consumidor, que es quien está dispuesto a pagar por un bien que le reporta un valor.

Por último, UNEmadera este año ha elegido un Comité Ejecutivo, ha estrenado imagen corporativa y presencia en Internet (<http://unemadera.es>), ha trabajado para integrar a todos los agentes representativos del sector, ¿qué prioridades de trabajo se han marcado para el próximo ejercicio?

Dar un sentido de cadena de valor a todo el trabajo que territorial y sectorialmente ya se está haciendo por toda España.

Construir un relato, coherente y objetivable, sobre las aportaciones de la cadena a los consumidores concienciados con la sostenibilidad del planeta, que recogen los acuerdos COP21 contra el cambio climático en la cumbre de París.

Trabajar conjuntamente con los propietarios forestales, que también son parte de la cadena y con otras cadenas que utilizan los productos forestales como materia prima.

Llevar toda esta pedagogía a los trabajadores de la cadena de la madera y a todos los colectivos que tengan capacidad de influir en el consumidor.