



Quebracho - Revista de Ciencias Forestales

ISSN: 0328-0543

ISSN: 1851-3026

revistaquebracho@unse.edu.ar

Universidad Nacional de Santiago del Estero

Argentina

Sánchez Ugalde, R.; Ludueña, M. E.; Schimpf, R.; Rodríguez, C. S.
Comportamiento de la demanda de productos madereros. Análisis de la situación en Santiago del Estero
Quebracho - Revista de Ciencias Forestales, vol. 28, núm. 1, 2020, Enero-Junio, pp. 62-71
Universidad Nacional de Santiago del Estero
Santiago del Estero, Argentina

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48168008007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

NOTA TÉCNICA

Comportamiento de la demanda de productos madereros. Análisis de la situación en Santiago del Estero

Demand behavior for wood products. State of the art in Santiago del Estero¹

Sánchez Ugalde, R.²; M. E. Ludueña²; R. Schimpf² y C. S. Rodríguez²

Recibido en febrero de 2020; aceptado en junio de 2020

RESUMEN

La información sobre la demanda de productos madereros no es abundante, por lo cual se considera que esta investigación puede aportar información útil para la toma de decisiones en el sector forestal. El objetivo del trabajo fue analizar la conducta del consumidor final de productos de madera (excepto leña y carbón) de Santiago del Estero mediante la exploración de su comportamiento, sus opiniones y preferencias. Se realizaron 301 encuestas a consumidores en diferentes localidades de Santiago del Estero: Capital, La Banda, Fernández, Loreto, Monte Quemado y Campo Gallo. Los resultados obtenidos indicaron que la demanda de muebles y aberturas concentra un gran porcentaje del total del consumo de productos de madera. Fue notable la tendencia de los consumidores a sustituir los muebles de madera maciza por otros materiales más económicos y de bajo mantenimiento como la melamina. La madera de pino se presentó como muy demandada para diferentes productos, tales como tablas, aberturas y estantes, no así para muebles. El atributo más buscado en el producto fue su durabilidad. La disposición a pagar un “plus” por madera proveniente de un bosque sustentable no se manifestó de manera generalizada.

Palabras claves: muebles y productos de madera, consumo.

ABSTRACT

Information on the demand for wood products is scarce, so it is thought that this research can provide useful information for decision-making in the forestry sector. The objective of this paper was to analyze the behavior of the final consumer of wood products (except firewood and coal) from Santiago del Estero by exploring their behavior, opinions and preferences. A survey was conducted among 301 consumers from different locations in Santiago del Estero: Capital City, La Banda, Fernández, Loreto, Monte Quemado and Campo Gallo. The results obtained indicated that the demand for furniture and openings concentrates high percentage of the total consumption of wood products. Consumers tend notoriously to replace solid wood furniture with other cheaper and low-maintenance materials such as melamine. Pinewood was presented as highly demanded for different products, such as tables, openings and shelves, not for furniture. Durability was the most sought attribute in the product. The willingness to pay a “plus” for wood from a sustainable forest did not occur in a generalized way.

Key words: furniture and wood products, consumption.

¹ Este estudio es parte de los resultados del proyecto de investigación “Investigación de mercado de la madera de especies para uso sólido de Santiago del Estero” (CICyT-UNSE).

² Docente investigador de la Facultad de Ciencias Forestales, Universidad Nacional de Santiago del Estero. Av. Belgrano (s) 1912. (4200). Santiago del Estero. Argentina. E-mail: rociosug@gmail.com

1. INTRODUCCIÓN

La oferta de la foresto-industria de Argentina puede destinarse a la demanda interna o externa. En el mercado externo, el país es proveedor de bienes como pasta celulósica y tableros de madera, destinados a la industrialización en países de mayor desarrollo relativo; y es importador de productos más elaborados, principalmente papel y muebles.

Según la información de Misiones Online (2014), Argentina consume por habitante 0,39 m³ de madera por año, muy por debajo del promedio mundial que es de 0,73 m³, y más lejos aún del consumo *per cápita* chileno y norteamericano de 1,40 m³ y 3,2 m³ de madera, respectivamente.

El potencial del sector maderero reside en su vinculación con un importante nicho de mercado como es el sector de la construcción. Una reactivación de dicho sector implica un incremento de la demanda de carpintería de obra y de servicios de instalación de mobiliarios y aberturas. A diferencia de lo que sucede con la madera destinada a la construcción, los muebles se venden directamente al público, por lo que el aumento de los ingresos personales es una de las principales causas de mayor demanda de estos productos, evidenciando una elasticidad-ingreso positiva para dichos productos.

Actualmente en Argentina, los muebles y demás productos de madera dirigidos al mercado interno están atravesando una etapa difícil, fruto de la caída del poder adquisitivo de gran parte de la población y de las altas tasas de interés que incrementan el costo de financiación. Este rubro de la industria forestal manufacturera es muy sensible a la situación económica; las disminuciones en el consumo evidencian el lugar que ocupan los productos madereros en la mente del consumidor, principalmente muebles y aberturas. En un escenario desfavorable, el consumidor procura comprar otros bienes que le reporten mayores satisfacciones o cubran necesidades prioritarias y tiende a comprar menos muebles y productos de madera, o comprar sustitutos de menor precio. Según el informe de SSPE (2019), el índice de producción industrial de madera y sus productos registró en 2018 una variación interanual negativa del 16,7 %, mientras que el índice de producción industrial de muebles y colchones, una variación interanual negativa del 37,5 %. Esta caída se explica principalmente por la menor demanda interna de estos productos. La contracción de la oferta a nivel nacional tiene su fundamento en aspectos macroeconómicos, tales como la alta inflación y el desempleo imperante en el país.

En Santiago del Estero la demanda de productos de madera tiene sus particularidades según el producto que se trate. Para los durmientes, la estructura de mercado se corresponde con un monopsonio u oligopsonio donde existe uno o pocos demandantes cuyo destino final es el sistema ferroviario nacional y no hay estrategias activas de comercialización de estos productos, tal como sucede también con las tablas producidas en la provincia. En cuanto a los muebles, en general la producción se destina a cubrir la demanda local (Sánchez Ugalde, 2012).

El 74 % de las industrias santiagueñas de primera y segunda transformación de la madera atiende exclusivamente la demanda de clientes particulares y de empresas constructoras (Schimpf *et al.*, 2019).

La disminución de las ventas que se señala a nivel nacional coincide con el desempeño a nivel provincial. Según Schimpf *et al.* (2019), el pronóstico de ventas para el período 2017 - 2019 fue desalentador para una buena parte de los empresarios quienes concebían un escenario poco optimista, dada la desfavorable situación actual de las variables macroeconómicas del país.

Oferta y demanda son dos caras de una misma moneda, muy importantes al momento de efectuar un análisis del mercado. Si bien hay quienes sostienen que la demanda está primero y que es necesario detectar demandas insatisfechas en el mercado para poder generar la oferta (las empresas se reinventan según las necesidades del consumidor), también están quienes opinan que la oferta es generadora de demanda (con un producto innovador en diseño, material y funciones, las empresas logran crear la necesidad en el consumidor). Si no existe mercado o el mismo se encuentra contraído, no se pueden generar oportunidades comerciales. Por lo tanto, es importante

descubrir las características del mercado objetivo para poder satisfacerlo con una oferta acorde a las necesidades a cubrir. Si se pretende permanecer en el mercado, se debe estar cerca del consumidor, saber que busca y cuáles son sus preferencias.

La información del sector forestal acerca de la demanda de productos madereros es escasa, por lo cual se considera que este análisis puede aportar información útil para la toma de decisiones en el sector. Entre los estudios de demanda a nivel provincial se pueden citar algunas referencias al tema en los trabajos de Sánchez Ugalde (2012), Ministerio de Producción - UISDE (2013), De Bedia *et al.* (2018), SSPE (2019) y Schimpf *et al.* (2019).

El objetivo del trabajo es realizar un análisis cualitativo de la conducta del consumidor de productos de madera de Santiago del Estero, mediante la exploración de su comportamiento, sus opiniones y preferencias.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Los grupos de interés del presente estudio fueron los consumidores finales y las empresas constructoras respecto al consumo de productos de madera, excepto leña y carbón. Para recoger la información se diseñaron dos tipos de encuestas de demanda: una dirigida al consumidor final y otra a empresas constructoras.

Las variables relevantes de la encuesta de demanda al consumidor final fueron: 1) productos consumidos (tipo y lugar de compra), 2) frecuencia de compra, 3) especies forestales de los productos demandados, 4) procedencia de la madera, 5) cualidades buscadas en el producto y en la madera, 6) opinión sobre la sustitución de productos de madera por otros alternativos y 7) disposición a pagar más por un producto de madera proveniente del uso sustentable del bosque. Los aspectos que se indagaron en la encuesta a empresas constructoras no se analizan en el marco del presente trabajo.

A los fines del presente análisis, los productos de madera fueron tipificados como sigue: muebles, aberturas, estanterías, tablas, postes/vigas y otros. Los muebles comprenden camas, roperos, placares, mesas, sillas, bibliotecas, escritorios, esquineros, mesa de TV, alacenas para cocina, bancos y banquetas. Las aberturas incluyen puertas, portones y ventanas. El rubro estantería engloba estantes, bajomesadas, placas para estantes. Bajo la denominación de tablas se incluyen bastidores, andamios, alfajías, listones y tirantes. El ítem “otros” abarca tacos de madera, utensilios de cocina (paneras y bandejas), percheros, marcos para cuadros y espejos, lámparas y suvenires. Los lugares de compra del producto fueron agrupados de la siguiente manera: madereras (incluye aserraderos, carpinterías, corralones y mueblerías), centro comercial (shopping y comercio de electrodomésticos) y artesano (diseñador, artesano y vendedor ambulante). Los tipos de madera demandada incluye la melanina. Cuando en sus respuestas, los consumidores hacen referencia a muebles de melamina, se debe advertir que es más apropiado hablar de tableros de partículas y MDF. Técnicamente, la melanina es la chapa que recubre el aglomerado, que está compuesto por aserrín o el MDF. En el marco de este trabajo, la disposición a pagar un “plus” por un producto de madera proveniente de un uso sustentable del bosque fue identificada con la sigla DAP.

Se concretaron 301 encuestas a consumidor final durante julio-setiembre de 2019. Los sitios de Santiago del Estero donde se llevaron a cabo las encuestas fueron los siguientes: tres barrios de la ciudad Capital (Dpto. Capital), entre barrios residenciales de ingresos bajos, medios y altos; tres barrios de la ciudad de La Banda (Dpto. Banda), entre barrios residenciales de ingresos bajos, medios y altos; ciudad de Fernández (Dpto. Robles); ciudad de Loreto (Dpto. Loreto); ciudad de Monte Quemado (Dpto. Copo) y ciudad de Campo Gallo (Dpto. Alberdi).

Los datos obtenidos se sometieron a un análisis descriptivo explicativo mediante gráficos, tablas y agrupación de frecuencias.

3. RESULTADOS

La Tabla 1 muestra el número de entrevistas a consumidor final en cada sitio.

Tabla 1. Número de entrevistas a consumidor final, según sitio

Sitio	Cantidad	Porcentaje
Capital	91	30
La Banda	90	30
Loreto	30	10
Fernández	30	10
Monte Quemado	30	10
Campo Gallo	30	10
Total	301	100

Perfil de los consumidores. El 51 % de los consumidores entrevistados fueron mujeres y el resto, hombres. La edad promedio fue de 36 años (máximo de 70 años; mínimo de 20 años).

Frecuencia de compra de productos de madera. Respecto a la frecuencia de compra, el 83 % del total consignó una compra de “única vez”. El porcentaje de compradores de productos de madera en el último año fue del 73 %. Para el resto, el tiempo transcurrido desde la última compra de algún producto de madera oscila entre uno y cinco años.

Tipo de producto comprado. En la Figura 1 se observa el porcentaje de consumidores para cada tipo de producto comprado. Como se puede apreciar, la demanda de muebles y de aberturas concentró el 73 % de la demanda.

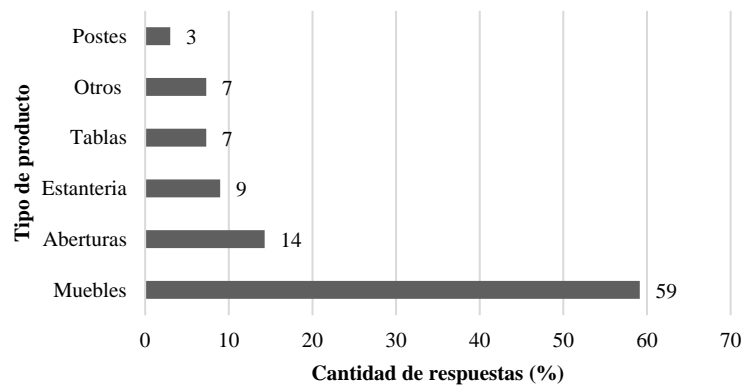


Figura 1. Porcentaje de consumidores, según tipo de producto

Tipo de madera demandada para muebles. Los tipos de madera para muebles con mayores valores porcentuales fueron la melanina (tablero de partículas y MDF), el algarrobo y el pino, en orden decreciente (Figura 2).

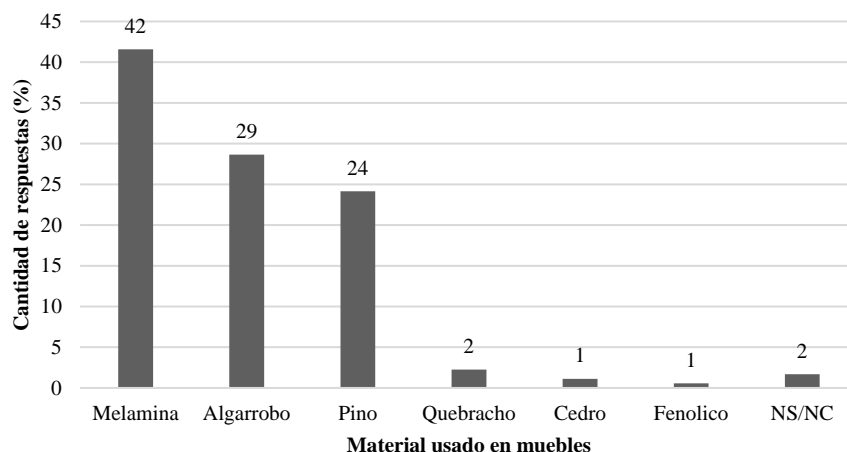


Figura 2. Tipo de madera demandada en muebles

Tipo de madera demandada en los demás productos. Para el 90 % de los consultados, las maderas más demandadas para aberturas fueron el pino y el algarrobo (Figura 3), debido a las ventajas de durabilidad y resistencia a los agentes externos.

El pino y la melamina concentraron el 82 % del tipo de material demandado para estantería (Figura 4). En la demanda de tablas, la Figura 5 muestra que los consumidores prefieren prioritariamente la madera de pino, seguida, en menor proporción, las de quebracho y algarrobo.

En el rubro “otros” productos, hubo un predominio de uso de la madera de algarrobo y de pino (50 % y 50 %, respectivamente). Para postes, la madera de quebracho fue la predominante.

Lugar de procedencia de la madera. El 59 % de los entrevistados desconoce (NS/NC) el lugar de procedencia de la madera de los productos que compra.

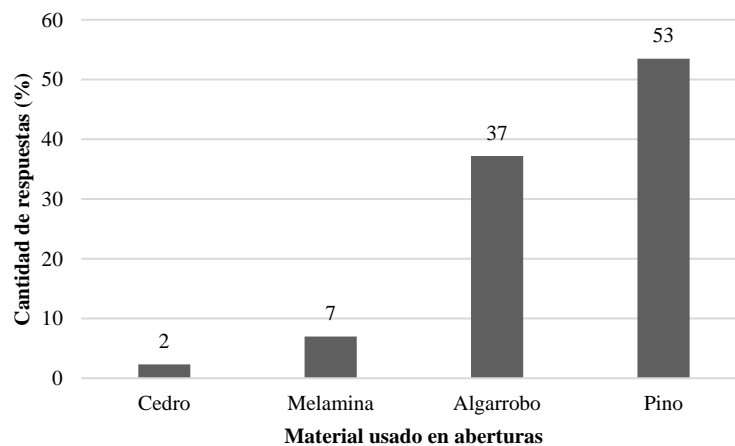


Figura 3. Tipo de madera demandada en aberturas

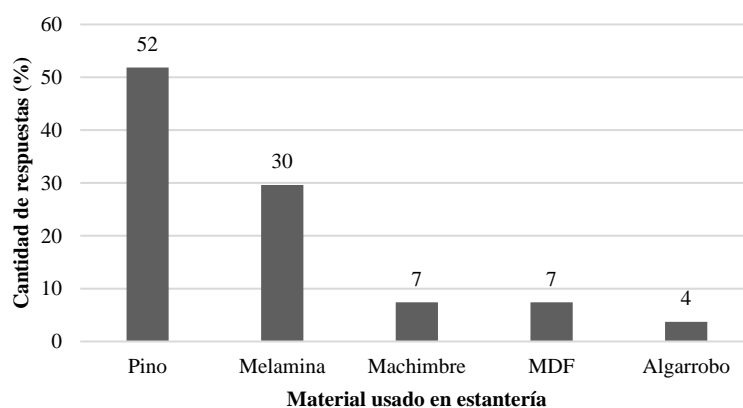


Figura 4. Tipo de madera demandada en estantería

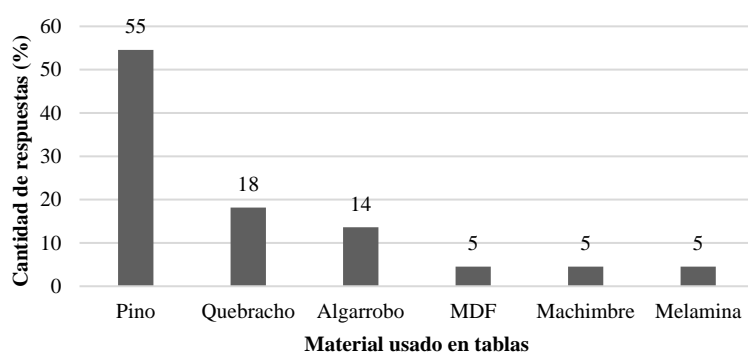


Figura 5. Tipo de madera demandada en tablas

Lugar de compra del producto. La Tabla 2 presenta los resultados del porcentaje de participación de los diferentes lugares o puntos de compra de los productos de madera.

Tabla 2. Sitios de compra del producto

Lugar	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Maderera	180	60
Centro comercial	97	32
Artisano	24	8

Entre las razones que fundamentan la elección del sitio, los entrevistados citaron, en orden decreciente la comodidad, la facilidad de pago, la confianza, el precio accesible, entre otras. Los dos primeros argumentos concentraron el casi 70 % de las respuestas (Figura 6).

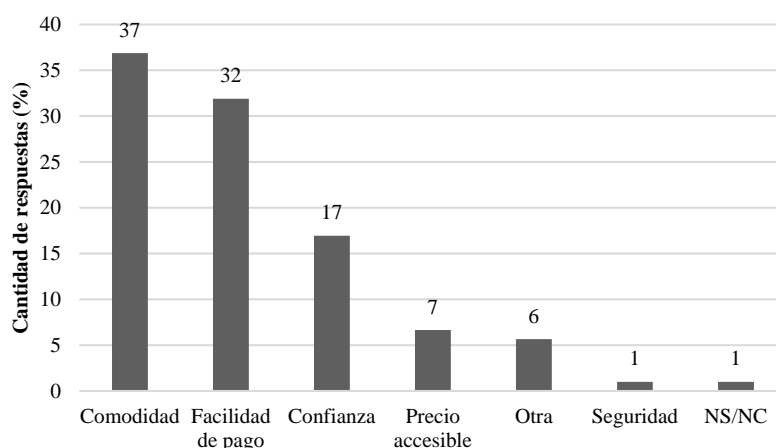


Figura 6. Razones de la elección del lugar de compra

Cualidades buscadas en el producto y en el material. Respecto a los atributos del producto que más interesa al consumidor, el bloque de respuestas mostró posiciones heterogéneas. La durabilidad se situó en primer lugar de importancia; luego se ubicó la estética, el precio y la calidad agrupando el 78 % de los casos (Figura 7).

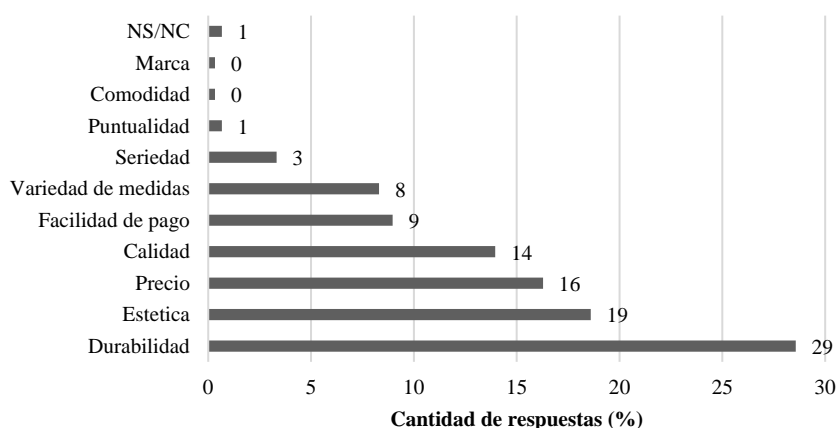


Figura 7. Atributos del producto más buscados por el consumidor

En cuanto a las propiedades que el consumidor busca en la madera, las más requeridas se refirieron al color y la densidad de la madera: madera oscura, liviana y lisa (32 %, 20 % y 15 % de respuestas, respectivamente).

Sustitución de la madera por otros productos. Respecto a la sustitución de la madera por otros productos, el sondeo de opinión a los entrevistados acerca de la tendencia actual a sustituir el uso de la madera por otros materiales, arrojó los resultados que se exhiben en la Figura 8.

Un tercio del total (33 %) manifestó su preferencia por el uso de la madera. Otro porcentaje ligeramente menor (30 %) prefiere sustituir la madera por otros materiales tales como el aluminio o el plástico, ya sea porque son sustitutos de menor precio (9 %), o porque disminuir el consumo de madera ayuda al cuidado del medio ambiente (21 %). Por otro lado, al margen de la preferencia por el uso/no uso de madera, un 37 % de los entrevistados no emitió opinión al respecto (NS/NC), bien por desconocimiento sobre el tema del uso racional de los recursos forestales, o bien por falta de toma de conciencia al respecto.

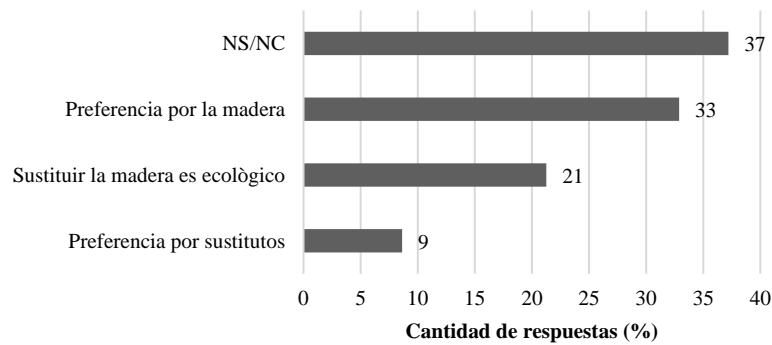


Figura 8. Preferencia por el uso/no uso de madera

Disposición a pagar más (DAP) por madera proveniente de un bosque sustentable. Según la Figura 9, casi la mitad de los consultados (43 %) respondió afirmativamente.

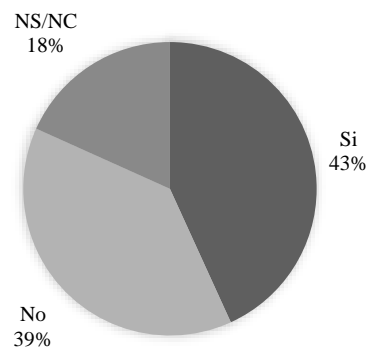


Figura 9. Disposición a pagar más por un producto proveniente de un bosque sustentable

Al efectuar el entrecruzamiento de las dos últimas preguntas del cuestionario (preferencia por uso/no uso de madera versus DAP), con el fin de encontrar coherencia en las respuestas de los consumidores, se observó lo siguiente (Tabla 3): de los 99 casos que mantiene su preferencia por productos de madera, el 41 % manifestó si estar dispuesto a pagar más por madera proveniente de un bosque sustentable, mientras que un 42 % no lo está.

De los 64 casos que se inclinan por sustituir la madera a modo de preservar el ambiente, la gran mayoría (78 %) está dispuesta a pagar más por madera sustentable.

De los 26 casos que prefieren sustituir la madera por otros materiales, el 65 % si está dispuesto a pagar más por productos de madera de bosques sustentables.

Finalmente, y como era de esperar, de los 112 casos NS/NC, un 55 % no está dispuesto a pagar un sobreprecio por los productos de madera.

Tabla 3. Preferencia por uso/no uso de madera versus DAP (*)

Preferencia/DAP	Si DAP	No DAP	NS/NC	Total
	(% de respuestas)			(cantidad respuestas)
Preferencia por sustitutos	65	19	15	26
Sustituir la madera es ecológico	78	11	11	64
Preferencia por la madera	41	42	16	99
NS/NC	20	55	25	112

(*) DAP: disposición a pagar un “plus”.

En el total de la muestra de consumidores, los resultados condujeron a deducir que hay un 30 % que desconoce o no le interesa el aspecto de la sustentabilidad de los recursos forestales. Además, un 19 % tiene preferencia por el uso de madera en los productos que adquiere, sin demostrar preocupación por la preservación del ambiente. Solamente el 22 % del total de entrevistados tiene conciencia del problema ambiental y demuestra preocupación por consumir menos madera, buscar sustitutos de la misma o, al menos, manifiesta disposición a pagar un “plus” por madera que proceda de un manejo sostenible.

4. CONCLUSIONES

En el espacio muestral del estudio, los consumidores no son asiduos compradores de productos de madera.

La demanda de muebles y de aberturas concentra un gran porcentaje del total del consumo de productos de madera. Los muebles de melanina son los más demandados, seguido por los muebles en madera maciza de algarrobo y de pino.

Es notable la tendencia de los consumidores a sustituir los muebles de madera maciza por otros materiales más económicos, duraderos y de bajo mantenimiento como la melamina. Para estantería las preferencias se concentran en el uso de maderas de bajo precio como el pino, o un sustituto más económico que la madera como es la melamina. En la demanda de aberturas, el consumidor inclina su preferencia por la madera maciza de pino o de algarrobo, según sus posibilidades económicas. La madera de pino se presenta como muy demandada para diferentes productos, tales como tablas, aberturas y estantes, no así para muebles.

El consumidor de todos estos productos elige los lugares de compra en función de dos razones principales, la comodidad y la facilidad de pago que le ofrece el vendedor.

Los atributos más buscados en el producto que se compra son la durabilidad en primer lugar de importancia; luego la estética, el precio y la calidad.

Si bien, según los interrogantes planteados en la encuesta, la inclinación a sustituir la madera por otros materiales se presenta como una tendencia generalizada, se verifica solamente en casi una tercera parte del total; otra tercera parte aun prefiere la madera por considerar que, para determinados productos, la misma no tiene buenos sustitutos.

La disposición a pagar un “plus” por madera proveniente de un bosque sustentable se manifiesta en menos de la mitad de la muestra en estudio, lo que pone en evidencia que aún existe poca conciencia acerca del problema de la sustentabilidad de los recursos forestales.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- De Bedia, G.; M. Navall; R. Sánchez Ugalde; D. Ledesma; N. Salim; F. Díaz; F. Cisneros y M. Luna. 2018. Análisis de la demanda doméstica de leña y carbón en localidades de Santiago del Estero, Catamarca, Tucumán y Córdoba. *Quebracho* 26(1,2): 90-99.
- Ministerio de Producción - UISDE. 2013. *Plan Estratégico Industrial Santiago del Estero 2020*. Santiago del Estero. Ministerio de Producción, Unión Industrial de Santiago del Estero. 196p. Disponible en: http://uisde.com.ar/documentos/PEI-SE_VERSION-IMPRESA.docx.

- Misiones Online. 2014. *Proyecto de Ley pretende aumentar el consumo de la madera en la construcción de viviendas*. Disponible en: <https://misionesonline.net/2014/05/27/proyecto-de-ley-pretende-aumentar-el-consumo-de-la-madera-en-la-construccion-de-viviendas/>.
- Sánchez Ugalde, R. 2012. *Mejora de la competitividad sistémica de las industrias de primera transformación mecánica de la madera*. Informe final de consultoría para la instalación de un centro de capacitación. Programa de sustentabilidad y competitividad forestal. BID 2853 OC/AR. 92 p.
- Schimpf, R.; R. Sánchez Ugalde; M. Ludueña y M. Coronel de Renolfi. 2019. La cadena productiva de la industria de la madera de Santiago del Estero (Argentina). *Ingeniería Solidaria* 25(1): 1-27.
- SSPE. Subsecretaría de Programación Económica. 2019. *Informes de Cadenas de Valor. Forestal, papel y muebles*. Año 4, N° 14. Buenos Aires. Subsecretaría de Programación Económica, Ministerio de Hacienda y Finanzas Públicas. 38p. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/sspmicro_cadenas_de_valor_forestal_papel_muebles.pdf

