

MADERA AGREGADA

El grupo maderero Bozovich traslada buena parte de sus procesos industriales de Lurín a Puerto Maldonado y apuesta por incrementar su presencia en el mercado peruano.

POR LAURA VILLAHERMOSA, LIMA

A Drago Bozovich desde pequeño su padre le inculcó su pasión por la madera. Tanto él como su hermano pasaban parte de sus veranos en la planta de producción de la compañía familiar, hoy la mayor exportadora peruana de madera, y durante su época de estudiante universitario trabajaba ya en la empresa. Por ello, un año después de acabar la universidad y al fallecer su padre, el ejecutivo peruano no lo pensó dos veces y decidió meterse de lleno en el negocio.

“Ese año iniciamos la internacionalización como tal de la compañía, al abrir nuestra primera subsidiaria en Estados Unidos. Ese era el sueño de mi padre”, dice el gerente general del Grupo Bozovich.

Con la que es la tercera generación de Bozovich a su cargo, la maderera fundada en 1940 por el veterano de la Segunda Guerra Mundial de Montenegro, Batrich Bozovich, ha profundizado su proceso de internacionalización, y en los últimos años se ha concentrado sobre todo en

agregar valor a su producción, que se basa principalmente en productos de madera fina tropical como tableros. Y hoy es una de las principales apuestas de la compañía, que cuenta con oficinas en Estados Unidos y México. “Hemos ido invirtiendo en tecnología para agregar mayor valor a nuestros productos, hacer productos ya listos para instalarse. Hace tres años montamos un túnel para barnizar pisos con productos de alta durabilidad para entregar un producto terminado”, dice Drago Bozovich.

Guillermo Quiroga, director de la Escuela de Posgrado de la UPC, explica que, en el caso de empresas como las madereras, la competencia es más dura y el margen es menor si solo venden *commodity*. “En la medida en que van generando valor agregado con un producto mejorado, permite que los elijan frente a otros proveedores”, dice.

Todos los procesos industriales de la compañía se encuentran en su planta en Lurín, en el sur de Lima, que, sin embargo, para los próximos años concentrará exclusivamente los procesos más sofisticados. Y es que la maderera ha decidido trasladar los procesos primarios a una planta en Madre de Dios en búsqueda de eficiencias. “El 60% de los procesos que actualmente se hacen en Lima los mudamos allá. Nos estamos quedando con los procesos finales como el terminado del acabado, el barniz, moldeado o el empaquetado”, explica Drago Bozovich.

Se trata de un cambio que acercará su planta a sus fuentes de materias primas, ya que el 80% de su producción procede de Madre de Dios. Ello conllevará una destacada reducción de costos, ya que el transporte es hoy un componente alto en su costo de ventas. “Antes traían insumos y desperdicios y ahora un producto más terminado. Es un potente cambio logístico. Transportar más cosas implica mayores costos”, dice Alexis Boggio, profesor de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Pacífico.

Esta mudanza y el mejoramiento de su planta en Puerto Maldonado conlleva una inversión de US\$ 1,5 millones, a la

El CEO de la compañía espera que el traslado de parte de su planta a Madre de Dios y una nueva línea impacten positivamente en la rentabilidad de la empresa el próximo año y le permitan recuperar el “terreno perdido” en ventas este año.

que se suma otra de la que está siendo una de sus inversiones principales: una nueva línea compuesta por tres máquinas por US\$ 500.000, y con la que esperan marcar un nuevo hito en la compañía.

Se trata –explica Bozovich– de una nueva línea que ensambla piezas pequeñas de madera, y que le ayudará a aprovechar los trozos de madera fina que sobran de los procesos industriales. “Es como un Lego y permite fabricar prácticamente lo que quieras en dimensiones de estas piezas, que antes se vendían como leña, en algunos casos con propiedades físicas superiores a los de la madera sólida”, dice el gerente general de la compañía.

Con esta apuesta, el Grupo Bozovich –para Alexis Boggio– cubre dos necesidades. “Por un lado están abaratando costos porque están dejando de desperdiciar producto y aprovechándolo al máximo, y por otro, están innovando”, dice el catedrático.

Madera escasa

El CEO de la compañía espera que tanto el traslado como esta nueva línea impacten positivamente en la rentabilidad de la empresa el próximo año y le permitan recuperar el “terreno perdido” en ventas este año, desfavorable para el

conjunto de la industria maderera local, especialmente por el impacto del fenómeno de El Niño costero.

“El factor climático es muy significativo en los bosques tropicales, porque cuando no llueve es cuando trabaja el sector maderero y eso son cinco meses al año. El fenómeno de El Niño alteró el ciclo de lluvias en la Amazonia”, explica Erik Fischer, presidente del Comité de Madera a Industrias de la Madera de ADEX. En este contexto, el Perú, según el ejecutivo, cerrará el año con una exportación que no llegará a los US\$ 100 millones, frente a los US\$ 219 millones logrados en 2008, debido también a que el sector se encuentra en un proceso de reacomodo tras el lanzamiento de concesiones forestales a operadores sin capacidad económica que han estado abandonadas.

En el caso particular del Grupo Bozovich, con cerca de 200.000 hectáreas en concesión, el atraso de la época de cosecha, conocida como zafrá, afectó a su abastecimiento de madera, lo que implicó varios quiebres de *stock* y que no pudiera atender algunos pedidos. “Por suerte, el abastecimiento se ha regularizado, pero este año las ventas caerán 10%. Y el próximo esperamos por lo menos recuperar los niveles de 2016, pero con

MULTISERVICIOS
TOTAL KEY'S

PROGRAMACIÓN DE LLAVES DE AUTO CON CHIP
TODAS LAS MARCAS Y MODELOS

922 464 443 totalkeyservicios@gmail.com

mayor rentabilidad, como consecuencia de los cambios que hemos realizado”, dice su gerente general.

La demanda de madera fina tropical, además —explica Bozovich—, es alta en la mayoría de los mercados a los que abastece. “Vemos a la demanda más fuerte que la oferta y eso no pasaba desde hace 10 años”, dice. Los principales mercados para el grupo son México, Estados Unidos, Canadá, China y Europa occidental, en algunos de los cuales se valora cada vez más la madera certificada, según los expertos y el propio Bozovich, quien asegura que al 70% de su materia prima está certificada.

“Hoy es un atributo estar certificado y que des cuenta que estás haciendo un buen manejo de tu bosque sosteniblemente. Es una herramienta importante para colocar tus productos en el mercado internacional”, dice Erik Fisher.

El CEO del grupo explica que la compañía inició la certificación de su madera en 2006, algo que les permitió acceder a algunos mercados. “Al comienzo no obteníamos nada con ello, pero en los últimos años nos ha permitido sacar cierta ventaja a algunos competidores y posicionarnos bien en nuestros mercados”, explica el ejecutivo.

Listones regionales y locales

En el mercado latinoamericano, Drago Bozovich explica que la maderera está vendiendo especialmente bien lo que llaman “productos de ingeniería”, es decir, productos como tableros decorativos de triplay, a los que colocan una chapa de madera fina encima, que permiten abaratar sus productos, que al ser de madera sólida son de precio alto. Se trata de productos que manda a hacer en China y cuya línea es la que más está creciendo.

“La compañía ha encontrado un nicho de mercado que aprecia la madera,



En el mercado latinoamericano, la maderera está vendiendo especialmente bien lo que llaman “productos de ingeniería”, es decir, productos como tableros decorativos de triplay, a los que colocan una chapa de madera fina encima, que permiten abaratar sus productos.

que es algo atractivo y que tiene algo hasta romántico que llega a sus orígenes”, comenta Alexis Boggio, de la UP.

En el mercado peruano, por otro lado, la maderera quiere potenciar su presencia. Hoy, apenas el 10% de sus ventas se generan en el Perú. “Ahora, que consideramos que lo peor ya pasó y que el mercado debería empezar a crecer de nuevo, queremos estar. El próximo año pensamos abrir un *showroom* en Lima y oficinas para atender mejor al prescriptor”, dice.

El ejecutivo explica que la empresa ha cambiado el enfoque de quién es su cliente a nivel local. Y es que si bien vende a constructoras, asegura que finalmente los arquitectos, decoradores y diseñadores son los que toman la decisión de qué piso

quieren. “Tenemos que llegar al prescriptor y atenderlo, porque nunca lo hemos hecho. Siempre nos hemos concentrado en producir y exportar, para que en el mercado de destino nuestros clientes hagan este trabajo que nosotros debemos hacer acá. La idea es que las ventas dejen de ser un 10% y pasen a un 20% o 30% en tres o cuatro años. Esperamos que la compañía y la construcción acompañen”, dice Bozovich.

El CEO del grupo maderero explica que en general a nivel global existe una tendencia a la madera, pues hay un resurgimiento hacia las construcciones naturales. No obstante, la demanda se concentra especialmente en un grupo de especies de madera, por lo que se aprovecha una ínfima parte de las especies de los bosques en el Perú, algo que quieren cambiar. “El bosque tropical tiene más de 3.500 especies botánicamente reconocidas y en el Perú comercializamos unas 30”, dice Erik Fisher, quien explica que el potencial local es inmenso.

Cada año el Grupo Bozovich lanza al mercado una nueva especie, algo que a veces les funciona comercialmente y otras no. Hoy, con el desarrollo de infraestructura vial en Madre de Dios, sin embargo, la maderera ve más factible la introducción de más especies a los mercados. “Ahora es más interesante y posible ser eficientes para aprovechar especies poco conocidas. Ya después está la labor de industrialización y de mercado, porque competimos con Brasil, África y el sudeste asiático en maderas tropicales y no hay espacio para todos”, dice Drago Bozovich. Una de cada cinco especies que introducen en el mercado, según el ejecutivo peruano, logra quedarse. Lanzar una nueva especie cada año y que era como una especie de tradición, sin embargo, podría empezar a dar más frutos para los próximos años. 