



# ECON SOUTH

Volume 8, Number 4  
Fourth Quarter 2006

## FEATURES

[Housing, Energy Loom Large in '07](#)

[Southeastern Economy to Grow Modestly in 2007](#)

[Global Outlook Generally Bright in '07](#)

**[Carpeting on a Roll in Georgia](#)**

## DEPARTMENTS

[Fed @ Issue](#)

[Q & A](#)

[Research Notes & News](#)

[Southeastern Economic Indicators](#)

[Staff](#)

[BackGround](#)

## La Industria de Alfombras en Georgia se Encuentra en un Buen Momento

**Mientras la competencia mundial aplasta a muchos sectores productivos del país, el sector de fabricación de alfombras del norte de Georgia disfruta de una estabilidad envidiable. Las fusiones, los avances tecnológicos y la necesidad de menos mano de obra han dado como resultado un negocio sólido.**

A finales de octubre más de una docena de analistas de mercado, desde Wall Street hasta la costa oeste del país, escucharon con mucha atención cuando dos ejecutivos de la pequeña aldea de Calhoun en el norte de Georgia—con una población de 11,000 habitantes—describieron el desempeño de sus empresas.

Se puede apostar que en sitios como JP Morgan y Lehman Brothers, Calhoun, (donde se encuentra la sede de Mohawk Industries Inc.) se conoce más que cualquier otro pueblo pequeño del sur del país. El legendario inversionista Warren Buffet también conoce el norte de Georgia. En 2001, la casa matriz de Buffet, Berkshire Hathaway Inc., adquirió Shaw Industries Group Inc., localizada en Dalton, Georgia, por \$2.4 mil millones.

Los analistas financieros de renombre están familiarizados con estos pueblos localizados en las faldas de los Apalaches ya que constituyen el centro de la industria nacional de alfombras, que mueve \$14 mil millones de dólares al año.

Juntos Mohawk y Shaw vendieron más de \$10 mil millones en alfombras y revestimientos para pisos en los primeros nueve meses de 2006, de acuerdo con cifras de la empresa. Según el Instituto de Alfombras y Tapetes [*Carpet and Rug Institute*], una asociación de la industria, aproximadamente el 80% de las alfombras vendidas en Estados Unidos se producen dentro de un radio de 65 millas de Dalton, lugar que se encuentra aproximadamente a 80 millas al norte de Atlanta.

### De un origen humilde a una importancia colosal

La industria de alfombras ha sido importante para Georgia desde que empezó con aficionados locales, los que construyeron una industria artesanal haciendo y vendiendo colchas hechas con el sistema de *tufting* [inserción de hilos con agujas en una tela prefabricada, asegurando las puntas de los hilos con nudos]. Durante la década de

los 30, de acuerdo con el Instituto de Alfombras y Tapetes, esa industria proporcionó ingresos a cerca de 10,000 artesanos que usaban este sistema.

La mecanización finalmente atrajo trabajadores de las montañas a las fábricas que usaban el sistema de “tufting”. Como producto de la felpilla anudada surgieron tapetes y alfombras creados con la misma técnica. Gracias a las fibras sintéticas y máquinas más avanzadas, las fábricas de Dalton lograron producir en masa alfombras y tapetes de similar calidad y más baratas que los productos tejidos de lana producidos en el noreste, cuyas fábricas generalmente usan técnicas de producción menos eficientes y más costosas. Durante la favorable economía posterior a la Segunda Guerra Mundial surgieron muchos usuarios de alfombras y la industria comenzó a prosperar.

### Los beneficios de un empleo estable

A pesar de los altibajos, las fábricas de alfombras han sido empleadores confiables aún cuando Georgia ha perdido empleos en otros sectores. A pesar de que el nivel de empleo en el sector de alfombras en Georgia ha aumentado de aproximadamente 32,000 a más de 40,000 empleos desde 1997, el estado ha perdido en total cerca de 97,000 empleos en el sector manufacturero durante el mismo período, de acuerdo con el Secretaría de Estadísticas de Trabajo [*Bureau of Labor Statistics*], the Departamento de Trabajo del estado [*State Labor Department*] y Randall Patton, profesor de historia de Kennesaw State University, quien ha estudiado la industria de alfombras en Georgia.

Shaw y Mohawk son sin duda los empleadores industriales más grandes en Georgia: en octubre del 2006, Shaw contaba con 19,000 operarios y Mohawk con 17,186, de acuerdo con el Departamento de



Foto de Brad Newton

**Pese a que en algún momento las alfombras del norte de Georgia se fabricaban a mano en las barandas, las fábricas de hoy en día utilizan máquinas del tamaño de un campo de fútbol.**

### Related Links

#### On this site:

[Carpeting on a Roll in Georgia](#)

[Industria de Carpets Vive Período de Suceso na Geórgia](#)

#### On the Web:

[Carpet and Rug Institute](#)

### Permaneciendo cerca de casa

A diferencia de muchos otros sectores, los fabricantes de alfombras, hasta ahora, no han transferido un número significativo de puestos de trabajo a otros países en que la mano de obra es más barata que en los Estados Unidos. En contraste con productores de ropa y muebles, por ejemplo, la producción de alfombras no exige inversiones elevadas en mano de obra. El costo por mano de obra representa menos del 10% del costo total de la producción de alfombras, indicó Frank Boykin, director financiero de Mohawk. Las materias primas, derivadas principalmente del petróleo, como el nylon, la fibra y el polipropileno, representan una mayor proporción de los gastos.

En las fábricas de alfombras, máquinas enormes, cada día más sofisticadas, hacen gran parte del trabajo. En una de las fábricas de Shaw en Dalton, por ejemplo, los mecanismos para "tufting" funcionan como máquinas de costurar gigantes. Estas hilan miles de hebras por segundo a través de hojas de polipropileno mientras tres o cuatro empleados trabajan entre el ruido de las máquinas de "tufting", que llenan un espacio del tamaño de un campo de football.

El hilo es alimentado en los telares por medio de centenares de tubos plásticos. Poco tiempo después, la alfombra terminada es transportada a una bodega o una tienda de ventas al por menor. Debido a las mejoras en las máquinas y en las operaciones, los fabricantes de alfombras hoy atienden más del 90% de los pedidos de las tiendas en 24-48 horas, indicó Julios Shaw, vicepresidente ejecutivo de Shaw Industries. Hasta finales de 1980, las tiendas de venta al por menor tenían que esperar dos o tres semanas por sus alfombras.



Foto de Brad Newton

Sin embargo, las alfombras son voluminosas y, por lo tanto, son difíciles y costosas de transportar a través de largas distancias y en grandes cantidades, lo cual es una de las razones para que las importaciones no hayan tenido un impacto considerable en los negocios nacionales.

Los grandes productores de alfombras mantienen disponibles aproximadamente 22,000 tipos de alfombras, indicó Shaw. Los productores como Shaw y Mohawk almacenan inventarios masivos y hacen envíos a las tiendas a medida que se hacen los pedidos.

"Una de las cosas buenas en la industria de alfombras—y al decir esto toco madera—es que sentimos que, porque no se requiere una fuerte inversión en mano de obra, tenemos un foso, por decirlo así, alrededor de la industria que nos ayuda a protegernos," afirmó Shaw, a la vez que, literalmente, golpeaba la punta de una mesa de conferencias en la sede de la empresa en Dalton. "Eso no significa que algún día no seremos presionados por la competencia extranjera. Sin embargo, esto no ha pasado todavía."

### La fuerza de trabajo se diversifica

Aunque requieren más capital que mano de obra, las fábricas en el norte de Georgia han tenido problemas de escasez de personal. Por localizarse en pequeños pueblos y áreas rurales y no pagar los salarios que requieren los profesionales más calificados, las fábricas típicamente tienen plazas disponibles en cualquier momento, explicaron los ejecutivos y observadores de este sector. Sin embargo, la llegada de trabajadores de origen hispano, que comenzó más intensamente a principios de los 1990, puso remedio en gran medida a la escasez de mano de obra.

Patton indicó que no hay estadísticas disponibles sobre la proporción hispana con respecto al total de trabajadores en el sector de alfombras. Pero es, de cualquier manera, significativa. Más de la mitad de los estudiantes de las escuelas públicas de Dalton son hispanos, según lo indican numerosos boletines de noticias. Los residentes hispanos representan el 40% de la población de Dalton y el 17% de la de Calhoun, en contraste con el 5% de la población del estado, de acuerdo con el Censo Estadounidense de 2000. La mayoría de estos han sido atraídos a esta área por las fábricas de alfombras.

Charles Kuck, un abogado de inmigración con sede en Atlanta, que cuenta con una oficina en Dalton, denomina la migración hispana a las fábricas de alfombras de Georgia como *insourcing*, en contraste con subcontratación en el exterior [*outsourcing*] de los empleos. Mucha de esta gente se ha mudado al norte de Georgia después de que la noticia sobre los trabajos en el sector de alfombras se esparciera a través de las comunidades de inmigrantes en California y América Latina. Un ambiente razonablemente acogedor refuerza esa inmigración, indicó Kuck, quien ha trabajado en paneles gubernamentales estatales relacionados con inmigración y el Proyecto de Georgia que promueve la educación bilingüe en las escuelas públicas de Dalton.

Lanzado por el abogado Erwin Mitchell de Dalton, con la ayuda de Robert Shaw, co-fundador y CEO recientemente jubilado de las Industrias Shaw así como también socios de la Universidad de Monterrey de México, el Proyecto de Georgia trajo profesores de habla hispana a Dalton para ayudar en las escuelas de la ciudad y envió profesores de Dalton a México para aprender español.

"Todavía se tienen focos de discriminación discreta contra los hispanos, pero en su mayoría, es una comunidad que ha dado la bienvenida a los hispanos," dijo Kuck. "Dado que ellos han salvado la industria en Georgia."

La tendencia hacia el *insourcing* no se ha dado sin alguna controversia. Mohawk continúa



Foto de Brad Newton

peleando una demanda legal que alega que la empresa contrató ilegales para bajar los salarios.

### La estrategia continúa siendo ir lento pero seguro

Con más trabajo duro que exhibicionismo, en los últimos años el sector de alfombras ha crecido casi en forma continua. Desde la gran recesión a inicios de los años 80 que hizo desaparecer decenas de productores pequeños, eliminando miles de plazas de trabajo y contribuyendo a estimular una rápida oleada de fusiones, las ventas de este sector han crecido prácticamente a el mismo ritmo que la economía, indicó Boykin. Según información que presentara Mohawk en marzo de 2006 a la *Comisión de Bolsa y Valores de los Estados Unidos [Securities and Exchange Commission]* los factores que influyen en la industria de las alfombras incluyen "la confianza de los consumidores, los gastos en bienes duraderos, las tasas de interés, la rotación en la ocupación de viviendas, las condiciones de los sectores de construcción residencial y comercial y la fuerza de la economía en general."

El sector de revestimientos de pisos—incluyendo madera, cerámica, laminados y otras superficies duras además de alfombras—ha crecido a una tasa promedio de 4 a 5% en los últimos años, indicó Boykin. De acuerdo con Boykin, dentro de ese segmento, las ventas de pisos de cerámica y madera han aumentado de 7 a 8%, y las ventas de laminados aún más rápido. Mientras tanto, las ventas de alfombras han estado creciendo de 2 a 3% por año, indicó.

"Es un negocio cíclico, sin duda alguna," señaló Boykin. "[Pero] no hemos visto enormes cambios de un año a otro en los últimos 20 años. En términos de unidades, un buen año sube de 5 a 6%, un mal año baja de 6 a 5%."

### Preparándose para una recesión

Debido a una recesión en la construcción de viviendas, el 2006 apuntaba hacia un mal año. Mientras la construcción de residencias representa un 20% de los ingresos del sector, de acuerdo con Boykin y Shaw, la recesión en el sector residencial anudada a una menor demanda en la sustitución de viviendas y a mayores costos de la materia prima derivada del petróleo conspiran para crear, posiblemente, el peor clima para los negocios desde inicios de los años 80, cuando una recesión golpeó fuertemente el sector.

"Tanto las alfombras para residencias nuevas como las de sustitución decayeron significativamente con respecto al año anterior, mientras que las alfombras comerciales continuaron creciendo," indicó Mohawk en su informe de ganancias del tercer trimestre.

A finales del año, las grandes empresas como Shaw y Mohawk comenzaron a prepararse para una depresión. Mohawk anunció planes de cortar puestos de trabajo y otros gastos. Mientras tanto, Shaw dijo que su empresa está "preparándose para la tormenta," lo que podría incluir la reducción de horas de operación en algunas fábricas.

Los ejecutivos no esperan que esa recesión sea tan profunda como la de comienzos de los años 80. Sin embargo, podría ser peor que los problemas enfrentados en 1990–91 y 2000, afirmó Shaw.

La razón principal por la que los ejecutivos del sector de alfombras se imaginan que su sector es lo suficientemente sólido para enfrentar una recesión sin mayores daños se debe a las fusiones ocurridas después de la recesión a inicios de los años 80. Un sector fragmentado con más de 200 fabricantes en los años 70 está dominado, hoy día, por menos de media docena de empresas grandes, financieramente sólidas, dirigidas por las dos grandes empresas de Georgia, Shaw Industries y Mohawk. Esas dos empresas junto con Beaulieu of America, también con sede en Dalton, representan más de un 70% de los \$14 mil millones del negocio de alfombras a nivel nacional, indicó Boykin.

### Las alfombras afelpadas ya no están de moda, las maderas duras están de moda

Como los gustos de los consumidores han cambiado, estas empresas están produciendo más que alfombras. Como señaló Julios Shaw, hace 20 años las alfombras representaban un 75% de las ventas de pisos en los Estados Unidos, mientras que hoy representan aproximadamente un 60%.

Como respuesta, las empresas de alfombras han diversificados sus líneas de productos. Por ejemplo, en octubre de 2005 Mohawk adquirió por unos \$2.6 mil millones a Unilin Systems, fabricante de pisos laminados con sede en Bélgica,. Los grandes fabricantes de alfombras, a diferencia de las empresas que fabrican pisos duros, tienen capital y relaciones con vendedores de pisos al por menor que hacen prácticas estas fusiones, dijo Boykin.

Las fusiones no son nada nuevo en la industria. Shaw Industries contribuyó con la primera ola de fusiones de los años 80 y 90 cuando, en la década de los 70, comenzó a comprar fabricantes de fibras, polipropileno y otros ingredientes utilizados en la fabricación de alfombras. Después de completar esta jugada, Shaw comenzó a adquirir otros fabricantes de alfombras y a tomar control de la distribución al por mayor de sus productos. Otros fabricantes después hicieron lo mismo.

### ¿Traerá el año 2007 nuevos desafíos?

El sector de alfombras comienza el 2007 enfrentando lo que podría ser el período más difícil en los últimos 25 años, pero parece que está preparado. El sector de revestimientos de pisos actual se caracteriza por menos fabricantes, pero más diversificados y sólidos financieramente que

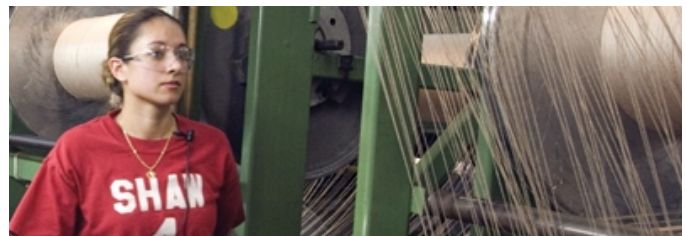


Foto de Brad Newton

las empresas de inicios de los años 80 y, por lo tanto, se encuentra mejor preparado para una recesión. A pesar de ello, de acuerdo con los ejecutivos y observadores de la industria, el éxito a largo plazo de las industrias nacionales depende de varios factores, incluyendo la economía nacional y la influencia de las importaciones.

¿Continuará siendo un negocio nacional? "En este momento," indicó Julios Shaw, "pensamos que sí."

*Este artículo fue escrito por Charles Davidson, escritor del equipo de EconSouth.*

[Disclaimer & Terms of Use](#) : [Privacy Policy](#) : [Contact Us](#) : [Site Map](#) : [Home](#)

Federal Reserve Bank of Atlanta, 1000 Peachtree Street NE, Atlanta, GA 30309-4470 Tel. (404) 498-8500