

# La Industria del Mueble



**Jaime D. Bermúdez Alvite**

Director General del CIS-Madera



---

En el presente artículo se expone la situación de la industria del mueble en Europa, España y Galicia, analizando sus principales características y su evolución reciente, así como sus perspectivas de desarrollo futuro; realizando al mismo tiempo un breve resumen de la importancia de los principales mercados en los países de nuestro entorno.

Por otro lado, se pretende poner de manifiesto las posibilidades de dar un mayor valor añadido a la madera producida en Galicia, utilizándola como material en la elaboración de mobiliario, bien en forma de componentes de madera maciza, o como tableros derivados de la madera.

Finalmente, se hacen unas reflexiones sobre el camino a seguir en Galicia, aunque sin tener en cuenta todos los factores que serían necesarios para establecer una correcta planificación estratégica del sector del mobiliario, estudio que debiera ser abordado de inmediato. El plan estratégico debe ser un marco de obligada referencia para el empresario de este sector, situándolo en un contexto general para ir conduciéndolo, a través del diagnóstico del sistema productivo, hacia un planteamiento estratégico de máxima utilidad empresarial, que sirva para crear un tejido industrial sólido en torno a la segunda transformación de la madera, generando al mismo tiempo valor añadido y empleo.

---

### INTRODUCCIÓN

La industria de carpintería y del mobiliario de madera es una de las actividades más antiguas de la humanidad, y ha ido evolucionando a lo largo del tiempo a medida que se desarrollaba la actividad industrial, permitiendo, los avances tecnológicos, adaptarse a las materias primas disponibles y a las necesidades del mercado.

Históricamente hay que referirse a las grandes obras realizadas en madera por los artesanos egipcios, hábitos sociales seguidos más tarde por la cultura griega y romana, y transmitidos a través de los tiempos, según los gustos de la época y las materias primas disponibles.

La industria del mueble es básica en la economía de los países industrializados, representando entre el 2 y el 4% del valor de la producción de la industria manufacturera, en torno al 2% del PIB y el 2,2% de la capacidad de generación de empleo.

El comercio mundial de mobiliario fue evolucionando desde su originaria actividad artesanal, a medida que se producía una mayor industrialización y liberalización comercial de los países, hasta alcanzar en la actualidad un volumen comercial próximo a los 163.000 millones de euros.

El desarrollo de este sector depende en gran medida de la situación económica y, está muy relacionado con el conocimiento y disponibilidad de las tecnologías de proceso y producto, el diseño, la promoción comercial, la cooperación empresarial, las materias primas disponibles y los suministros complementarios.

El crecimiento del sector del mueble se asienta en la demanda determinada por movimientos cíclicos en función de la saturación del mercado, de la situación económica en general de los países de la zona y, muy particularmente, de la evolución de los ingresos domésticos y de la coyuntura del sector de la construcción; superando a veces el consumo de la compra por reposición del mueble a la nueva adquisición.

Se puede considerar al mueble tanto un bien de inversión para hogares y empresas, como un artículo de consumo, sensible en parte a los efectos de la moda y/o a ser un bien caracterizado por un alto precio y una prolongada vida.

La rápida evolución del sector ha sido posible en las últimas décadas gracias a la aparición en el mercado de productos homogéneos y normalizados, los conocidos tableros derivados de la madera, que han hecho posible incorporar a este sector los procesos de fabricación en cadena, la automatización, la disminución de los costes de producción y la racionalización en el trabajo.

En el ámbito mundial, la evolución de esta industria se inicia a finales de la década de los 50 y tiene su gran crecimiento a principios de los 70, sufriendo a lo largo de estos años recesiones similares al resto de los sectores de la economía.

Es preciso destacar el crecimiento positivo del sector del mobiliario a partir de 1996 como consecuencia de la situación económica de la mayor parte de los países desarrollados, y de las políticas de exportación de las empresas y grupos comerciales tras la modernización del sector, necesitados de mayores mercados para expandirse; además de la liberalización comercial, la especialización de la producción y la cooperación empresarial, que favorecieron el intercambio de productos.

Las importaciones de muebles han superado ya el 25% del consumo total de mobiliario en el mundo, siendo el líder indiscutible en exportación Italia, seguido de Alemania, Estados Unidos y Canadá.

Las principales zonas productoras y consumidoras del mundo son: la UE con 61%, EE.UU. con el 25% y Japón con el 14%. Los países de mayor producción de muebles son, generalmente también, los principales consumidores. Así, EE.UU. es el mayor productor, consumidor e importador, seguido de Alemania y Japón que ocupa el tercer lugar mundial. Estos tres países representan el mayor mercado del mueble, superando las importaciones a las exportaciones. El principal país exportador del mundo es Italia, con unas ventas en el exterior que superan el 50% de su producción.

En el gráfico 1, se puede observar el valor de la producción de mobiliario de los tres grandes bloques económicos del mundo en porcentaje.

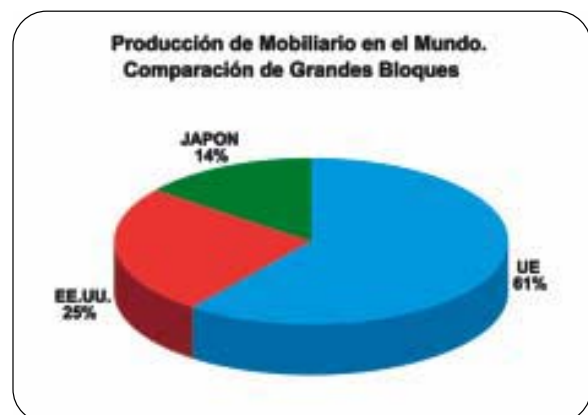


Gráfico 1.- Fuente: ICEX

**EL SECTOR DEL MUEBLE EN EUROPA**

En el ámbito de la Unión Europea (UE) la industria del mueble es una de las más importantes dentro de las manufactureras, y supone el 41% del valor total de la producción de la cadena de la madera, según datos de EUROSTAT, correspondientes al año 2000. Situándose en una cifra de facturación superior a los 70.000 millones de euros y ascendiendo el empleo generado a más de 1.250.000 personas. La producción del mueble de madera supone cerca del 80% del total fabricado en la UE.

Tal como hemos dicho anteriormente, la UE representa la mayor potencia mundial de producción en el sector del mueble, siendo el primer país en el ranking de producción Alemania, situándose a continuación Italia, Francia, Reino Unido y España. Alemania es también el país con las empresas de mayor dimensión y una imagen y potencialidad que facilita su posicionamiento en los segmentos altos del mercado.

Para el conjunto de los países europeos, este sector presenta una gran importancia dentro del contexto general de su economía, principalmente en cuatro de ellos: Alemania y Bélgica, por su alto nivel de consumo interno, e Italia y Dinamarca, por la importancia que tiene para sus industrias los mercados de exportación.

La producción de Alemania representa el 25,5% del total de la producción de Europa Occidental aunque su importancia está decreciendo debido al importante flujo de importaciones y a la descentralización de su producción en países cercanos y de menores costes de producción, principalmente Polonia. Italia es el segundo fabricante con el 24% del total europeo y con una tendencia al crecimiento en los últimos años causada más por el éxito de las exportaciones que por la demanda interna. En un segundo nivel se encuentran Francia con el 10,4%, el Reino Unido con

el 9,8% y España con el 7,5% que se sitúa como el quinto productor europeo, según los datos de EUROSTAT y de la European Panel Federation (EPF), correspondientes al año 1999, cuya comparación se puede observar en el gráfico 2. Es necesario aclarar que estos datos son sólo a efectos estadísticos, y por lo tanto, no tienen por qué coincidir con los datos reales de producción de cada país.

La evolución de este sector en Europa tuvo una etapa de expansión entre 1987 y 1991, fruto de la recuperación económica y del incremento de la competitividad de las empresas, sufriendo en 1992 esta industria una seria recesión, como consecuencia del mal momento vivido por las economías de la zona.

Tras la crisis de principios de la década de los 90, el consumo de mobiliario descendió en mayor proporción que el consumo privado, mientras que durante la recuperación, que se inicia a partir de 1994, su consumo creció en menor medida que la coyuntura económica general, comportamiento habitual del consumo del mueble.

Una de las consecuencias fundamentales de la crisis ha sido una caída en la demanda en Europa entre los años 1994 y 1996, además del desplazamiento del consumo hacia el segmento bajo del mercado, con el deterioro de la imagen del mueble que esto conlleva.

Con la aparición de la recuperación económica y el descenso de la saturación del mercado como consecuencia de los bajos niveles de compra efectuados durante varios años, la reactivación del mercado ha producido un mayor desplazamiento hacia el mueble de segmento medio, además de una segmentación del mercado en torno al «estilo de vida», filosofía de venta con la que el consumidor se siente identificado y diferenciado, a lo que se añade un mejor servicio y distribución.

Esta tendencia se inicia en el año 1997, continuando hasta el 2000, último año del que se dispone de datos, suponiendo además una revalorización del mueble por parte del consumidor que ha sido aprovechada por las grandes cadenas comerciales y los grandes fabricantes establecidos en el segmento medio-alto, mediante estrategias de imagen y calidad.

Del año 1988 al 1992 la producción europea tuvo tasas de crecimiento interanuales positivas, llegando a alcanzar el 8%, a precios constantes, en el último año. Tras este periodo de bonanza, entró en una paulatina disminución del crecimiento de la producción, llegando incluso a alcanzar tasas negativas entre 1991 y 1992. Tras tocar fondo en este año, el índice de crecimiento de la producción aumentó ligeramente hasta llegar a un estancamiento del mercado en 1995 y 1996. A partir de 1997 se inicia un aumento

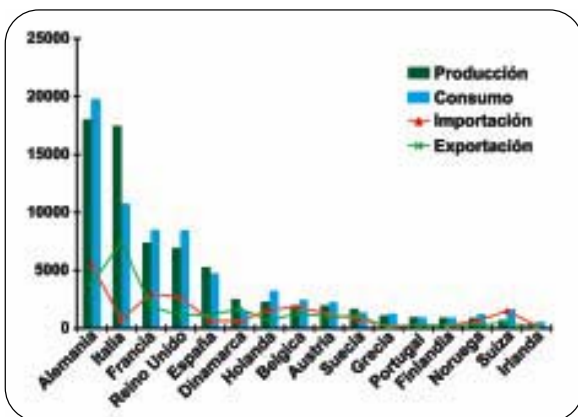


Gráfico 2.- Fuente: EPF (European Panel Federation) «Annual Report 2000-2001»

DATOS BÁSICOS	TOTAL	Sillas y asientos	Oficina	Cocina	Hogar
Nº Empresas (>20 trab.)	1450	357	307	139	647
Nº Trabajadores	163.697	49.039	23.247	23.997	67.414
Trabajadores/Empresa	112,9	137,4	75,7	172,6	104,2
Producción (MM. de euros)	21.619	6.863	2.743	4.032	7.981

Tabla 1.- Fuente: AIDIMA «Informe Sectorial del Mueble 2001»

generalizado de la producción y el consumo, manteniéndose a lo largo de todos estos años y continuando en el 2001, a pesar de la recesión económica.

En cuanto a las posibilidades de mercado, hay que resaltar que la UE representa nuestro marco geográfico, político, económico y cultural, y por lo tanto, la importancia del conocimiento y seguimiento del sector del mueble en estos países radica en que son al mismo tiempo nuestros mercados de exportación más importantes y nuestros más directos competidores, tanto en nuestro propio continente como en cualquier zona del mundo. Algunos de estos países suelen tener un desarrollo tecnológico más avanzado que el nuestro, y desde este punto de vista, podemos considerarlos como nuestro espejo o referencia para los cambios que se produzcan en un futuro próximo.

Por otro lado, las interrelaciones de nuestro sector del mueble con el de nuestros socios europeos tienden a ser mucho más estrechas, tanto por el consumo como por la zona de producción.

Es preciso señalar también, que la fabricación de mueble suele ser intensiva en mano de obra, y la industrialización de este sector se ha desarrollado mucho más en aquellos tipos de mobiliario que favorecen este proceso como en el mueble de cocina, oficina, modular, etc., generalmente en los segmentos moderno, medio y medio-alto de la gama, por lo que, a su vez, los países europeos suelen ser deficitarios en otros tipos de mueble con menor posibilidad de industrialización como el mueble clásico, la ebanistería y la decoración de hogar o en aquéllos en que, por otras razones, no son competitivos como en el mueble del segmento bajo.

Otra consideración a tener en cuenta es que éste es un sector maduro, en donde las caídas e incrementos de la producción no suelen ser demasiado importantes y son corregidos en plazo breve. No obstante, la crisis habida en los primeros años de la década de los noventa ha marcado un antes y un después, materializado en un amplio proceso de reestructuración e internacionalización que ha generado un mercado terriblemente competitivo.

### La estructura productiva

En general, la estructura productiva de esta industria en la UE es muy diversa dependiendo del país y del subsector del que hablemos, siendo las principales líneas de fabricación el mueble de cocina, oficina, mueble modular, clásico, etc.

Los países europeos basan su modelo productivo en la dimensión media de sus empresas, donde tan sólo un 25% de las empresas tienen más de 20 trabajadores, y no siempre existe una relación entre dimensión empresarial y alta productividad.

Alemania e Italia son los países con mayor desarrollo y modernización en el sector del mueble, aunque los caminos recorridos han sido muy diferentes.

El modelo alemán está basado en la industrialización del sector, apoyado fundamentalmente en el gran desarrollo tecnológico alcanzado por Alemania en la fabricación de maquinaria y equipos para la transformación de la madera, campo en el que es líder indiscutible en el mundo.

La industria de mueble alemana está formada por grandes empresas, superando actualmente, como término medio, los 112 trabajadores por empresa. El sector está formado actualmente por 1.450 empresas de más de 20 trabajadores, factura 21.619 millones de euros y da empleo a unas 163.000 personas, según se puede ver en la tabla 1.

El subsector de mayor tamaño es el de fabricación de muebles de cocina, con más de 172 trabajadores por empresa, siendo las de menor dimensión las de mobiliario de oficina, que alcanzan una media de cerca de 76 trabajadores por empresa.

Otro ejemplo de desarrollo en la industria del mueble sería Italia, que es el segundo país en importancia en producción de mobiliario en Europa, y el mayor exportador mundial, por delante de Alemania y Estados Unidos. Su modelo se organiza en torno a la pequeña y mediana empresa, y se caracteriza por el alto grado de descentralización y cooperación productiva y en el diseño constante del producto, formando los famosos “clusters” o “distritos industriales”, localizados en la zona de Brianza, Veneto, Frioul y Verona/Padoa en el norte, Toscana, Emilia Romana y Marche en el centro, y Bari/Matera en el sur del país.

El origen de esta industria arranca de la época de María Teresa de Austria, que permitió a los trabajadores del campo el tener otra actividad paralela, creando en los pequeños pueblos grupos de artesanos, que luego utilizaría para la construcción de los grandes palacios, como la Villa Royale de Monza, donde se emplearon más de 700 muebles y gran cantidad de elementos de carpintería y decoración, realizados por los maestros artesanos de la zona. Este desarrollo continuaría durante los siglos XIX y XX con una industria del mueble muy variada, impulsada por el arquitecto Gio Ponti a través de su revista Domus. Así, firmas como Cassina, Mateograssi o Poliform dieron nombre y prestigio al mueble “made in Italy”, fenómeno que se acrecentaría con la creación del Salón del Mueble de Milán.

Las razones de esta elevada competitividad son múltiples: las características particulares de la cadena, el concepto meridional del trabajo, la cultura del diseño, la investigación, la creatividad, el sentido de la estética, el interés por la innovación y el desarrollo tecnológico, una gran capacidad de adaptación, la facilidad para la comunicación y la exportación, y sobre todo, la cultura del “distrito” o “cluster”, formado por una estructura descentralizada de la producción, y a la que rodea una potente industria auxiliar de suministros complementarios y de servicios, que hacen posible un funcionamiento muy eficiente del conjunto del sector, cuyo esquema se muestra en el gráfico 3.

Esta organización de los “distritos” está basada en la historia local de cada lugar y con una forma muy peculiar de trabajar, donde la cooperación es uno de los pilares básicos del éxito. La visión meridional del trabajo en comunidad, con unas reglas muy particulares de la solidaridad, la moralidad y la defensa de la competencia frente a terceros, les conduce a una gran capacidad de negociación y de posibilidades de acceder a los mercados del exterior, tanto ante los proveedores como ante los clientes.

Además, este desarrollo es posible gracias a una constante innovación de la tecnología aplicada al sector productivo del mobiliario, campo en el que cuenta con el apoyo de una poderosa industria de fabricación de maquinaria y equipos para la madera, donde Italia es actualmente el segundo productor europeo.

La industria de mueble de Italia está formada por más de 35.000 empresas, con un número de trabajadores medio por empresa en torno a 6, dando empleo a cerca de 200.000 trabajadores y generando un valor de la producción superior a los 17.000 millones de euros.

Otros países que han avanzado mucho en los últimos años en la fabricación de mobiliario fueron Bélgica y Dinamarca, que se situarían en moderniza-



Gráfico 3

ción detrás de Alemania e Italia, mientras que el Reino Unido y Holanda han sido los últimos países en modificar sus estructuras productivas.

España, Portugal, Grecia e Irlanda, aún están en un escalón inferior. En el caso de nuestro país, es de destacar la coexistencia de empresas estancadas en sistemas tradicionales con empresas cuyo grado de modernización es muy avanzado.

En cuanto a los costes, en la UE, la compra de materiales y servicios en el sector supone más del 60% del valor de la producción (45% a materiales destinados a la fabricación y 15% a servicios, desarrollo de producto, distribución, etc.). El valor añadido supone el 35%, de media, del valor de la producción, y los costes laborales el 75% del valor añadido del sector.

Durante la década de los noventa, las empresas europeas han pasado por un periodo de clarificación y reorganización en todos los ámbitos, que ha concluido en una modernización del sector, tanto en sus estrategias de marketing y distribución como en los aspectos productivos. Entre los cambios más importantes se pueden destacar:

- ◆ El establecimiento de procedimientos de producción flexible y descentralizada basada en la subcontratación.
- ◆ La concentración de la fabricación en dos vertientes: por un lado el incremento de la cuota de mercado de las grandes empresas, y por otro, la hegemonía de regiones o zonas geográficas en donde la concentración de pequeñas y medianas empresas junto a la industria auxiliar ha resultado ser un factor muy positivo, estableciéndose, incluso, alianzas de cooperación (*clusters*).
- ◆ Incorporación de sistemas de gestión avanzados.

- ♦ Cualificación técnica de directivos y formación especializada de mano de obra.

Estos cambios han necesitado su tiempo de maduración, dada la precariedad de las que partía el sector en la mayoría de los casos, aunque también es preciso señalar que este proceso no ha concluido, ya que no se ha producido ni en todos los países ni con la misma intensidad.

El mayor desarrollo se ha producido en el mueble moderno modular de segmento medio-alto y en menor medida y con más retraso en el mueble tapizado.

El mueble tradicional ha sido, en líneas generales, el de mayor demora en la incorporación de estos cambios productivos, de marketing e imagen, ya indicados.

El mueble de inferior calidad se ha estancado en un nivel medio de desarrollo debido a su simplificación productiva y la menor componente de imagen que conlleva.

Otro factor importante a añadir a la situación descrita, es la incorporación de los países del Este a la fabricación de mobiliario, de la mano, en muchos casos, de otras empresas de Europa Occidental, mediante la inversión en estos países o la colaboración a través de la subcontratación.

Por otro lado, la competencia en mueble del segmento bajo del mercado, que empiezan a ejercer los países de Europa del Este, está adquiriendo importancia.

A pesar de los cambios reseñados, el mundo de la pequeña y mediana empresa, dentro del mueble para el hogar, sigue jugando un papel importante, aunque han perdido cuota de mercado.

Este tipo de empresas, son las que componen la inmensa mayoría del sector en todos los países europeos, representan la mayoría de los puestos de trabajo y se aprovechan de su mayor flexibilidad y agilidad.

Así, el sector se estructura en dos líneas generales y claramente diferenciadas: un sector artesanal en donde las empresas tienen menos de 20 empleados y con ventas casi exclusivas en su mercado local y que representa el 20% de la producción del sector; y un sector industrializado con más de 20 empleados y que abarca el 80% de la producción.

A su vez, dentro de este último grupo, se destacan un cierto número de empresas con más de 100 empleados y con una cuota de mercado en aumento debido a que representan las mejores condiciones de adaptación a los nuevos rumbos del mercado.

### La demanda de mobiliario

La demanda del mueble está muy ligada a la evolución de la economía en general, y por lo tanto es muy cíclica, dependiendo principalmente de factores como:

- ♦ La elasticidad de los ingresos disponibles en el hogar.
- ♦ La situación económica general, el crecimiento del PIB y del poder de compra.
- ♦ La evolución de las tasas de interés.
- ♦ La evolución de la tasa demográfica en la zona.
- ♦ La distribución de la riqueza.
- ♦ La promoción y el marketing.

El espacio geográfico de Europa Occidental (la U.E. más Noruega y Suiza), representa un mercado de más de 385 millones de habitantes y un consumo total de mobiliario superior a los 60.000 millones de euros.

El consumo de mobiliario está muy concentrado en Europa, en donde cinco países representan el 80% de la demanda total, y el consumo per cápita medio esta en torno a los 145 euros, aunque existen grandes divergencias en el consumo.

En líneas generales, el consumo es mayor en los países del centro-norte, en donde existe una mayor política de imagen y donde el amueblamiento del hogar se le da mayor importancia.

En las zonas de centro-sur, el binomio calidad-imagen se va imponiendo paulatinamente, aunque el factor precio sigue siendo todavía un elemento fundamental.

En cuanto a la demanda por países, el mayor mercado, con diferencia, es el alemán con el 29% del total, seguido de Italia con el 15%, Francia con el 12%, el Reino Unido con el 12% y España con un consumo del 7% del total europeo, tal como se puede ver en el gráfico 4.

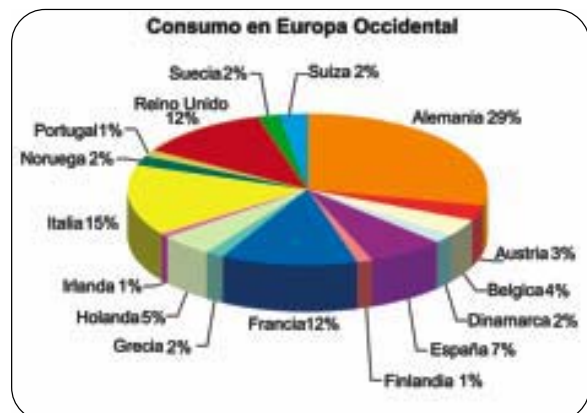


Gráfico 4.- Fuente: EPF (European Panel Federation) «Annual Report 2000-2001»

**La distribución**

La estructura de la distribución varía según cada país, siendo mayor la tendencia a distribución organizada en el norte de Europa en contraposición a una mayoría de puntos de venta independientes y de menores dimensiones en el sur.

Siendo muy escasas las cadenas de ventas presentes en la práctica totalidad del continente, como es el caso de Ikea, Avant Hauus, Roche, Boboois, etc. Otras marcas importantes de distribución, son grupos de compra, la mayoría de ellos alemanes y Conforama, empresa francesa en donde la modalidad que predomina es la franquicia.

Está también adquiriendo mucho protagonismo el comercio mediante la creación de conceptos de imagen muy fuertes, así como un proceso de integración entre los fabricantes y los vendedores.

Los tipos de distribución más importantes se pueden resumir de las siguientes formas:

- ♦ La distribución no especializada, que comparte la venta de mueble con otro tipo de artículos y actividades comerciales.
- ♦ La distribución especializada, dedicada exclusivamente a la venta de mobiliario, que a su vez se dividen en múltiples tipos de distribución, como la gran distribución, la cadena identificada con una marca y gestión centralizada, vendedores independientes, central de compras común, etc.

La distribución en los países europeos muestran una gran heterogeneidad en sus modelos, pudiendo establecer dos sistemas bien diferenciados: el utilizado por los países del centro-norte, en donde el número de centros de distribución es proporcionalmente menor y la importancia de la distribución organizada en sus diferentes formas es grande; y los del sur (especialmente Italia y España y Portugal) con un número de establecimientos elevado y escasa relevancia de la distribución organizada.

**El marketing**

En el ámbito de la UE, el mobiliario en general no cuenta con un buen marketing, así el mueble de hogar no cuenta con la imagen de marca del mobiliario de cocina e incluso del de oficina, factor que influye negativamente en la compra por reposición. El mobiliario tapizado parece más favorecido en este sentido al haber sido considerado como un elemento de mayor vinculación a la «moda» dentro del hogar, lo que ha propiciado la aparición de tiendas especializadas en este tipo de mobiliario.

Las grandes cadenas de distribución son las empresas que más han contribuido a revalorizar la imagen del mobiliario y revitalizar la «cultura del mueble»

mediante campañas de promoción masivas a través de prensa, vallas publicitarias e incluso anuncios a través de la televisión. La irrupción de un nuevo concepto de tiendas especializadas en «estilos de vida» basándose en una oferta integral de mobiliario y artículos de decoración, también han contribuido a la revalorización de este sector para el consumidor.

**EISECTOR EN ESPAÑA**

En España, el sector del mobiliario cuenta con más de 12.000 empresas industriales, y comenzó su desarrollo a principios de la década de los sesenta en todo el territorio nacional, caracterizándose por su atomización, rasgo que lo ha condicionado desde sus orígenes por la falta de una serie de factores como una inversión adecuada, su modernización y su consiguiente atraso con respecto a las industrias de la mayoría de nuestros vecinos europeos.

El periodo 1960-1975 se distinguió por ser una etapa de gran desarrollo, tanto en la inversión, tamaño de las empresas, como en la generación de empleo.

A partir de 1977, comienza un periodo de recesión caracterizado por la caída de la inversión, aumento de los costes laborales y de materias primas y un comportamiento negativo de la demanda, lo que ha originado una disminución del número de empleos y de la competitividad del sector. Esta situación se ha prolongado hasta mediados de la década de los ochenta, acentuando de esta forma el diferencial de desarrollo industrial del sector con respecto a otros países europeos.

Desde mediados de los años ochenta hasta 1992, entramos en un periodo de bonanza basado en crecimientos de la producción y el empleo, situación que empieza a ceder este último año para entrar en una crisis importante que produjo una caída notable de la producción como consecuencia del desplome de la demanda.

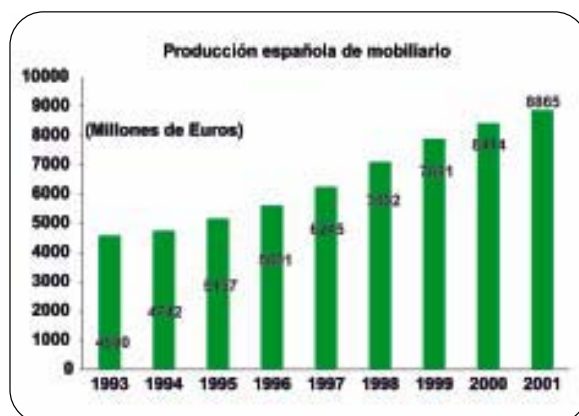


Gráfico 5.- Fuente: AIDIMA «Informe Sectorial del Mueble 2001»

La falta de competitividad con respecto a la mayoría de la industria del mueble europeo, hizo temer una pérdida del mercado nacional importante como consecuencia de una posible invasión de mobiliario extranjero, apoyada por sus modernas y potentes redes de distribución. De los agoreros pronósticos se ha pasado a una actitud de relativo relajamiento, provocado por el excelente comportamiento de la exportación.

A partir de 1993 se inicia una tímida recuperación de la demanda nacional, con una tasa de crecimiento en la facturación para el periodo 1993-1994 del 3,5%, a partir de cuyo periodo se inició el crecimiento.



Gráfico 7.- Fuente: COMEX



Gráfico 6.- Fuente: AIDIMA «Informe Sectorial del Mueble 2001»

**Producción**

A partir de 1994, la producción de mobiliario crece muy rápidamente, así en el periodo 1994-1995 ascendió al 8,7%, y continuó su crecimiento hasta alcanzar un máximo del 13% en el periodo 1997-1998, derivado del buen momento de la economía en España, año éste último en el que se sobrepasó el billón de pesetas de facturación (7.091 millones de euros). A partir de esta fecha se inicia un descenso en la tasa interanual, hasta alcanzar el 5,4% en el año 2001, a pesar de que, en los años sucesivos la producción siguió creciendo, tal como podemos observar en el gráfico 5, alcanzando un volumen de facturación superior a los 8.864 millones de euros en el año 2001.

A pesar de ese periodo de bonanza del que hemos disfrutado, el desarrollo del sector sigue estando gravado por un exceso de atomización. La reducida dimensión de nuestras empresas ofrece también algunas ventajas como su flexibilidad y la posibilidad de cooperación y subcontratación, modalidades que ya se han empezado a utilizar en los últimos años, y que

se vislumbran como la mejor alternativa posible a la salida definitiva de nuestro retraso histórico.

A partir del año 1998, como hemos dicho anteriormente, se inicia una recesión en el crecimiento, cifras que ralentizan aún más el crecimiento del sector del mobiliario en los últimos años si tenemos en cuenta el efecto de los precios y la inflación, es decir, si tomamos como referencia el crecimiento real, tal como podemos observar en el gráfico 6, a pesar de lo cual España sigue situado como el quinto productor europeo de mobiliario.

El número de empresas del sector del mueble registradas actualmente se aproxima a las 12.200, a las que hay que añadir más de 8.000 empresarios autónomos, lo que significaría un total de 20.200, con una facturación superior a los 8.800 euros y un volumen de empleo en torno a 126.000 puestos de trabajo directos.

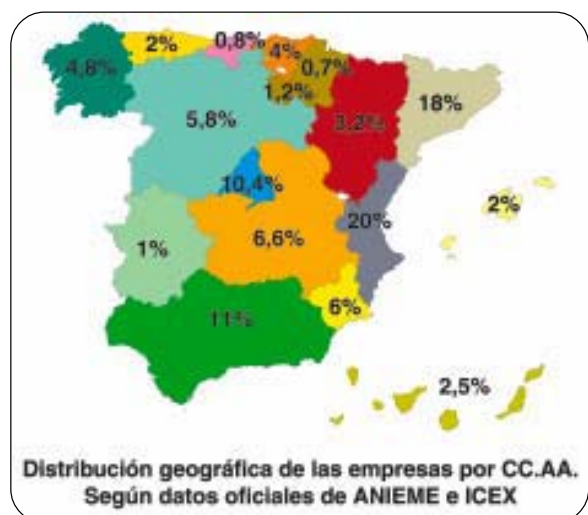


Gráfico 8.- Fuente: AIDIMA «Informe Sectorial del Mueble 2001»



Gráfico 9.- Fuente: COMEX

Además del número de empresas tan elevado, hemos de destacar su pequeña dimensión, tal como ya hemos indicado, tan sólo un 11,5% de las empresas tienen más de 20 trabajadores y el 20% más de 10. El número de empresas exportadoras o con capacidad de emprender esta actividad, es todavía mucho más reducido, a pesar de que la internacionalización del sector del mueble en España ha variado sustancialmente en los últimos años, quedando atrás los tiempos que la exportación era considerada una acción esporádica.

La distribución por tipología de mueble fabricado, según los últimos datos oficiales disponibles, muestran cómo el 50,5% de los fabricantes se dedican a la producción de mueble de hogar, jardín y otros, el 26% a la sillería, el 14,5% al mueble de cocina y baño y el 9% fabrican muebles de oficina y de locales comerciales. El volumen de producción de muebles por subsectores se puede ver en el gráfico 7.

Aunque existe producción de mueble en todas las CC.AA. hay una clara concentración en algunas de ellas, siendo la Comunidad Autónoma Valenciana la de mayor producción, seguida de Cataluña, Andalucía y Madrid, tal como se refleja en el gráfico 8, en el que se representa la distribución geográfica de la producción de mobiliario por Comunidades Autónomas en porcentaje.

### Consumo, importaciones y exportaciones

En el gráfico 9 se muestra el consumo aparente en España, que tuvo un crecimiento moderado en los últimos años, alcanzado en el año 2000 los 7.795 millones de euros, destinándose alrededor del 70% de la producción a muebles de hogar, segmento en el que la demanda para amueblamiento de la primera vivienda representa un 40% del consumo total. Sin embargo, el consumo per cápita de mobiliario en España, aunque

ha mejorado en los últimos años, sigue siendo bajo con respecto a la media comunitaria.

En cuanto a la internacionalización, el sector del mueble ha cambiado mucho en los últimos años, tanto en los proveedores de materiales como en los fabricantes de muebles. Este sector ha estabilizado su posición en los mercados internacionales a través de acuerdos de distribución o con la fabricación propia. En definitiva, los fabricantes de mobiliario se han profesionalizado progresivamente, mejorando las estructuras organizativas y de gestión.

Las importaciones de mobiliario ascendieron a 1.019 millones de euros en el año 2000, registrándose un aumento sostenido desde 1995, siendo especialmente significativo en el periodo 1999-2000 con un crecimiento del 26%. Este incremento fue debido a la mejoría del consumo registrado en España, que se ha traducido en una recuperación de la demanda de mobiliario tras una fuerte caída entre 1992 y 1994. Los datos de 2001, reiteran un crecimiento interanual también superior al 15%.

El mueble de importación es, fundamentalmente, de origen europeo, aunque la presencia de otros países como China, Indonesia y en menor medida EE.UU., tienen crecimientos porcentuales superiores a la media, tal como se refleja en el gráfico 10. Las importaciones cubren tan sólo el 13% del consumo nacional, manteniendo el sector un amplio superávit comercial.

La tendencia de las importaciones a medio y largo plazo es todavía incierta, aunque es previsible (como demuestra el incremento de la tasa de crecimiento de los últimos años) que el mobiliario de importación aumente su presencia en el mercado nacional en consonancia con la mejoría del consumo. Los cambios en la estructura de distribución del mercado nacional con la presencia de algunas cadenas importantes como Ikea, Habitat y Conforama, de gran influen-



Gráfico 10.- Fuente: COMEX

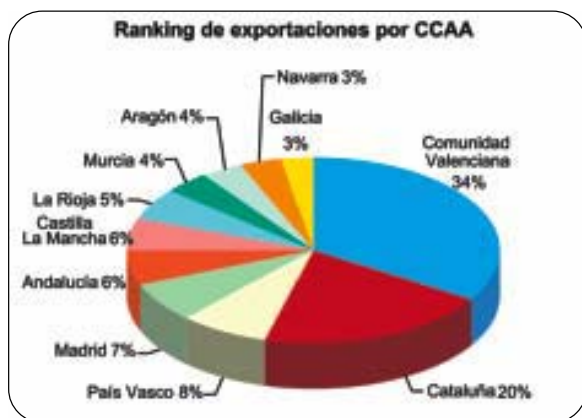


Gráfico 11.- Fuente: COMEX

cia en los hábitos de compra, y cuya diversificación de proveedores extranjeros es muy alta, representa un elemento de influencia en las importaciones.

Las exportaciones españolas totales de mobiliario en el año 2000 ascendieron a 1.638 millones de euros, cifra que confirma un cambio de tendencia, y posiblemente, la estabilidad y la superación definitiva de la crisis habida en años anteriores en las exportaciones españolas de mobiliario. La tasa de incremento interanual ha aumentado de un 4,2% en 1999 a un 17,9% en 2000, representando no solamente un cambio de tendencia muy positivo, sino que se considera con ello superadas las oscilaciones porcentuales tan elevadas, desde el 39,4% en 1994 al 4,2% en 1999, lo que puede suponer además la base de la superación definitiva de la crisis de la exportación habida en años anteriores. Aunque se sabía que era prácticamente imposible mantener dicho crecimiento (en torno al 40% interanual) debido a su magnitud y a la modificación cambiaria que se produjo precisamente en aquellos años, queda todavía el sabor amargo y la huella de la crisis internacional en la industria del mobiliario sufrida de 1997 a 1999.



Gráfico 12.- Fuente: COMEX

Los resultados para el año 2000, persisten en afirmar el éxito del mueble español, como lo indica el crecimiento interanual de cerca del 18%, reflejado también en la tendencia positiva para las exportaciones de muebles en el año 2001, a pesar de la recesión económica general.

Por tipos de mobiliario exportado, el de hogar (excluido el mueble de cocina), comprende la mayoría de las exportaciones, destacando los muebles de madera para comedores y cuartos de estar con un 13,5% sobre la exportación total, otros muebles de madera con el 11% y los muebles de madera para dormitorio con el 10%. Respecto al mobiliario destinado a la cocina, oficina y otro tipo de mobiliario de uso diverso (clínico, asientos para automoción, etc.) no superan, individualmente, el 6% en el mejor de los casos. Aunque algunos tipos de mueble como los de cocina y los de plástico (principalmente destinados a terraza y jardín) tienen crecimientos muy superiores a la media.

Las exportaciones están muy concentradas en el conjunto de las empresas de la Comunidad Valenciana con el 34%, seguida por Cataluña con el 20%, el País Vasco con el 8%, siguiendo a continuación Madrid (7%), Andalucía (6%), Castilla-La Mancha (6%), la Rioja (5%), Murcia (4%), Aragón (4%), Navarra (3%) y Galicia (3%), según se muestra en la representación gráfica 11.

Tal como se representa en el gráfico 12, durante el año 2000, las exportaciones españolas de mobiliario tuvieron como destino los países de la UE, alcanzado un 65,2% del total de las exportaciones de mobiliario, siendo Francia el primer destino con un porcentaje del 21,4 del total, seguido de Portugal con un 14%, Alemania con un 10,67%, Reino Unido con 6,4% y EE.UU. con 4,65% del total de las exportaciones. En el resto de zonas geográficas destacan también algunos países de Europa Oriental, como Rusia y Polonia. También merecen mención América del Norte, Japón, Oriente Próximo, la Península Arábiga, Brasil, Méjico y un conjunto de países del Lejano Oriente.

La evolución de los mercados de destino en los últimos cinco años marca una tendencia hacia una mayor diversificación, aunque el crecimiento en términos absolutos ha sido también importante para las exportaciones destinadas a la UE, principalmente a Alemania, aunque entre 1993 y 1999 se ha producido una pérdida de la importancia porcentual de este destino, así como en Rusia y Japón, aumentando sin embargo, la importancia de Portugal, EE.UU. y Reino Unido, América Central y países asiáticos y África (principalmente Angola).

Francia, Portugal, Alemania, Reino Unido y EE.UU. son los países que, por diversas razones geo-



Gráfico 13.- Fuente: AIDIMA «Informe Sectorial del Mueble 2001»

gráficas y económicas y también culturales, entre otras, pueden ofrecer una mayor accesibilidad en el futuro, y un mayor interés para el empresario español que se inicia en la exportación. Estos cuatro países suman conjuntamente más del 56% del total de las exportaciones españolas.

En los últimos años, países como Portugal, Reino Unido y EE.UU. se han destacado como los mercados más dinámicos para las empresas españolas, especialmente éste último, que con un incremento del 36,6% ha pasado de ocupar el quinto lugar en el ranking de destino en el año 2000.

Hay que destacar también el incremento producido en las exportaciones en el último periodo 1999-2000 a los Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudí, con crecimientos marcadamente superiores a la media global, que para el año 2000 han ascendido a un crecimiento superior al 18%.

#### Los materiales y acabados del mueble

Entre los diferentes materiales utilizados por los muebles de madera, se consideran cuatro materiales gené-



Gráfico 14

ricos básicos: madera maciza, melamina, chapa de madera natural y mimbre o rattan. A su vez estos materiales engloban a otros más específicos dentro de cada material. Podemos ver, por ejemplo, que hay una gran variedad de tableros alistonados, contrachapados, aglomerados o de fibras, que pueden estar melaminizados, recubiertos con chapas, lacados, etc, además de las distintas especies de madera maciza.

Los materiales más utilizados en España son los tableros derivados de la madera con el 56,1% del total de los materiales, acabados con chapa natural en un 35,6%, y melamina en un 20,3%, la madera maciza con un 31,6% ocuparía el segundo lugar, además se emplean otros materiales de menor importancia como el mimbre, el vidrio, el hierro, la tela y otros.

En cuanto a los acabados superficiales, las preferencias según las ventas, muestran al acabado *mate* con un 42%, como el más vendido, principalmente en los muebles de diseño, moderno y de oficina. A continuación, se sitúan en preferencia el *satinado* con un 32,6%, el acabado *brillo* con un porcentaje sobre el total del 16%, que es el que más se vende en los muebles de baño. Y por último, el texturizado y metalizado con un 6,6% y 3% respectivamente. Los porcentajes de las preferencias en los materiales y en los acabados del mueble se pueden ver en la representación gráfica 13.

La apariencia externa se refiere no sólo al material y al acabado, sino también al color. En este sentido, la tendencia en la apariencia externa en el mobiliario han sido los tonos claros. Por eso, las maderas con colores claros, como el cerezo, el haya, los pinos, peral, fresno, maple o los lacados, han sido las apariencias más vendidas, aunque sin olvidar algunas maderas de tonos más oscuros como el nogal o el roble.

#### LA INDUSTRIA DE MOBILIARIO EN GALICIA

El subsector de ebanistería, mueble y elementos varios de mobiliario es el que cuenta con un mayor número de empresas en la cadena de la madera en Galicia. Actualmente está formado por 994 empresas de mobiliario y 465 empresas de ebanistería y fabricación de elementos de carpintería y mobiliario, con un total de 1.459 empresas y empresarios autónomos, que en su conjunto facturan cerca de 290 millones de euros y da empleo directo a 5.750 trabajadores.

El mayor número de empresas de fabricación de mobiliario por provincias corresponde a A Coruña con el 40%, le sigue en importancia Pontevedra con el 25%, Lugo con el 19% y Ourense con el 16%, tal como se puede ver en el gráfico 14.

Por nivel de facturación, ocuparía también el primer lugar A Coruña con un porcentaje del 40%, el segundo lugar sería para Pontevedra con el 30%,

## EL MUEBLE DE COCINA Y BAÑO EN GALICIA

El mueble de cocina es, dentro del sector del mobiliario, junto al de oficina y el mueble modular para hogar, el que ha llevado a cabo un mayor desarrollo y mayor grado de integración. Este proceso ha contribuido a una mayor industrialización, innovación y diseño, que ha facilitado estrategias de imagen y marca mucho más desarrolladas que en otros tipos de mueble.

Una de las características más significativas de la producción de mobiliario de cocina y baño es su atomización, estimándose la existencia de aproximadamente 3.200 empresas en España y 540 en Galicia, que dan empleo a 14.000 trabajadores en España y 2.700 en Galicia.

Aunque en todos los países siguen existiendo pequeñas empresas productoras de mobiliario de cocina junto a firmas altamente industrializadas, en general en España, y muy particularmente en Galicia, este sector está marcado por la tremenda importancia de la microempresa, tanto en número como en porcentaje de producción.

El desarrollo de una industria auxiliar especializada de componentes de madera, cascós, herrajes, cajones, encimeras, electrodomésticos, etc., ha facilitado la aparición de muchas firmas caracterizadas por una producción de escaso valor tecnológi-



co, de efímera presencia en el mercado y cuyas ventas se realizan en un ámbito local.

Así, tanto en España como en Galicia se puede hablar de una dualidad empresarial: junto a un gran número de microempresas con las características ya comentadas, existe un número reducido de empresas con más de 50 empleados, con un avanzado proceso industrial, imagen de marca, diseño de producto, permanencia y estabilidad en el mercado, y con vocación de exportación o con posibilidades de efectuarla.

La facturación del sector de muebles de cocina y baño, tanto en España como en Galicia es muy difícil de conocer, debido a la dispersión y atomización ya comentadas, pero se estima en cerca de 950 millones de euros de facturación anual para España y 150 millones en Galicia.

A pesar de todo ello, en los últimos años, en Galicia se ha producido una gran evolución tanto de la producción como de las exportaciones en el mobiliario de cocina, que ha estado marcada por la expansión de un número reducido de empresas pioneras del sector en Galicia, que han sabido dar un gran impulso a sus industrias, basado principalmente en la productividad industrial, la comunicación y en la agresividad comercial, sobre todo en lo que a exportación se refiere, incorporando además alta tecnología a sus procesos de fabricación y calidad y diseño propio a sus productos.



Ourense ocuparía el tercero con el 16% y Lugo le correspondería el 14% de la facturación total de Galicia, tal como se puede observar en el gráfico 15.



Gráfico 15

**Producción, exportación e importación**

Uno de los principales problemas que presenta esta actividad es la del minifundismo, donde 9 de cada 10 son artesanales, y el tamaño medio de las empresas no alcanza los 4 trabajadores, estructurándose de la forma siguiente:

- ◆ Empresas de reducida dimensión y escasa capacidad productiva, que tienen menos de 10 empleados y que comprenden al 90% del sector. En su mayoría son empresas individuales o sociedades de responsabilidad limitada, con una marcada presencia familiar en la mayoría de sus empleados y cuyos negocios se realizan casi exclusivamente en el mercado local. El 50% de estas empresas tienen menos de 3 trabajadores y no superan los 180.000 euros de facturación anual, y el 50% restante no superan los 300.000 euros.
- ◆ Por otro lado, estaría un segmento medio que tiene entre 10 y 20 empleados, formado en su mayoría por empresas de responsabilidad limitada o empresarios individuales, que abarca al 6,2% de las empresas, dedicadas a la fabricación de muebles de hogar, principalmente para salón, dormitorio y cocina y baño. Cerca del 92% de estas empresas no superan una facturación anual de 1.200.000 euros.
- ◆ El tercer grupo englobaría a un sector industrializado, que comprende al 3,5% de las empresas, constituidas como sociedades anónimas o limitadas y con un número de trabajadores entre 20 y 100 empleados. Este grupo de empresas tiene un elevado nivel tecnológico y



Gráfico 16

más de la mitad de las empresas facturan más de 1.250.000 euros anuales, y su mercado comprende tanto el ámbito nacional como el internacional.

- ◆ Finalmente, estarían las empresas constituidas como sociedades anónimas que superan los 100 trabajadores, que representan tan sólo el 0,3% en Galicia, están dedicadas a la fabricación de mueble de hogar, ebanistería y decoración de alto standing y mobiliario de cocina y baño. Estas empresas se caracterizan por tener un mercado nacional e internacional y un gran nivel de competitividad.

La estructuración del subsector del mobiliario según el número de empleados se representa en el gráfico 16.

Con respecto a la producción de los distintos subsectores de mobiliario, en el gráfico 17 se señala el volumen de cada uno de los grupos en que se han dividido, siendo el de mayor tamaño el de mueble de cocina y baño con el 50% de la facturación total, en segundo lugar se encuentra la ebanistería y elemen-

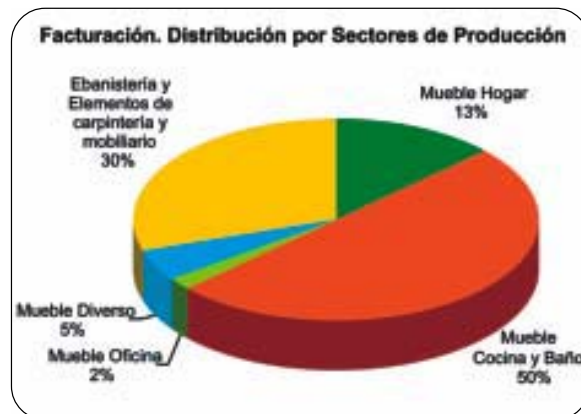


Gráfico 17



Gráfico 18.- Fuente: COMEX

tos de mobiliario y carpintería con el 30%, el tercero sería para el mueble de hogar con el 13%, y finalmente el mobiliario de oficina y otros con el 7% de la facturación total.

En cuanto a la evolución del comercio internacional del sector del mueble de Galicia, se puede decir que ha variado sustancialmente en los últimos años. La exportación directa y esporádica como proceso de penetración en los mercados exteriores cuando la situación del mercado interno era mala, abandonando los mercados internacionales y posicionándose nuevamente en el mercado nacional cuando ésta mejoraba, ha sido sustituida por la continuidad a través de distribuidores fijos, puntos de venta directa o acuerdos con empresas locales, propiciando la aparición de oportunidades, que muchos fabricantes gallegos han sabido aprovechar para realizar parte de sus ventas en el exterior de una forma continuada. Los países donde se ha incrementado más el mercado externo fue en Portugal y los países Latinoamérica, además de los ya mencionados de la UE.

Tal como se puede ver en el gráfico 18, los subsectores más dinámicos en el comercio internacional son los de fabricación de mueble de hogar en las importaciones y cocina y baño y hogar en las exportaciones.

**Los materiales**

El uso de los materiales depende del tipo de producto fabricado, de forma que la producción de mueble de hogar está relacionada con la madera maciza y los tableros, mientras que las empresas que fabrican muebles de cocina y baño o mueble de oficina utilizan en mayor medida tableros derivados de la madera.

En Galicia, como en el resto de España, los materiales más utilizados son los tableros de fibras, de partículas y el tablero contrachapado que en su conjunto representan al 68% del total de los materiales

utilizados en la industria del mobiliario, acabados en su mayoría en la superficie con chapa natural y melamina. La madera maciza sería el segundo material empleado en la fabricación del mobiliario con el 30%, además se emplean otros materiales de menor importancia como el tablero alistonado (madera encolada), el mimbre, el vidrio, el acero, el hierro forjado, el aluminio, el plástico, la tela y otros, tal como se puede ver en el gráfico 19.

Con relación a los aprovisionamientos, casi todas las empresas del sector realizan individualmente las compras, existiendo tan sólo un reducido número de empresas asociadas para realizar conjuntamente sus compras. Este dato es indicativo de la escasa colaboración existente entre las empresas del sector.

El origen de las compras de materias primas está muy concentrado en proveedores de Galicia, aunque la procedencia final de la materia prima tiene un origen muy diverso. Así, el 94% de la madera sólida para la fabricación del mobiliario tiene procedencia foránea, siendo el 88% importado del extranjero y el 6% de otras zonas de España, y tan sólo el 6% de la materia prima utilizada como madera sólida es de origen gallego.

Todo lo contrario sucede con los tableros derivados de la madera, ya que 88% del tablero utilizado en la fabricación del mueble es de procedencia gallega y el 12% de fuera de nuestra Comunidad Autónoma.

Para poder evitar en parte esta fuerte dependencia de la materia prima del exterior del subsector del mobiliario gallego, bien en forma de madera sólida o de chapa decorativa plana, los profesionales y la industria deberán adaptar sus procesos y diseños a las materias primas que produce el monte gallego, por ejemplo, la utilización del eucalipto blanco en forma de: chapa decorativa, tableros derivados de la madera y otros elementos de madera para carpintería y el mo-



Gráfico 19



biliario sería un gran paso adelante para el conjunto de la cadena de la madera de Galicia.

Para que esto sea posible, el CIS-Madera ha venido investigando sobre esta especie con resultados, en los últimos años. A lo largo de estas investigaciones, se ha podido constatar que la madera de dicha especie posee unas propiedades mecánicas excepcionales, además de muy buena aptitud para recibir acabados protectores y decorativos, lo que unido a su tonalidad clara, hace que esta madera sea muy apropiada para trabajos de carpintería y mobiliario, pudiendo sustituir a muchas de las maderas de importación.

Pero para que se pueda aprovechar por la industria de transformación, será necesario promover por parte de la Administración una silvicultura que produzca madera de calidad de forma sostenible, propiciando un aumento de los turnos de corta en las masas existentes. Concepto que debe ser aplicado a todas las especies, con el fin de que se permita tener árboles de cierta edad, permitiendo de esta forma aumentar la productividad del monte, y obtener una mayor diversificación en el uso, mejorando el aprovechamiento del recurso por todos los eslabones de la cadena empresarial, al mismo tiempo que se conseguiría un desarrollo armónico del sector y un mayor valor.

#### La dotación tecnológica

Salvo en algunos subsectores, como el de cocina y baño, y en menor medida en el mueble de hogar, el grado de especialización y la automatización del sistema productivo de las empresas gallegas del sector del mobiliario es muy reducido, ya que la dedicación exclusiva a un solo producto no es una estrategia adoptada por la mayoría de las empresas de esta actividad. La diversificación en la producción permite disminuir el riesgo y una mayor adaptación a la demanda, teniendo además ventajas para la realización de obras singulares y, posiblemente a precios superiores; pero no es menos cierto, que la especialización ayuda a establecer ventajas competitivas, permitiendo dotar los procesos de fabricación de una tecnología más avanzada, además de aprovechar mejor la experiencia.

En Galicia todavía predomina la fabricación a medida sobre la producción en serie, salvo en las empresas industriales de tamaño medio y alto, donde esta

forma de trabajar ha permitido una mayor estandarización de la producción y reducción de costes. Este sistema permite además lanzar grandes volúmenes de producción y aprovechar economías de escala, pero también exige una mayor inversión en maquinaria y equipos de alta tecnología.

Mención especial merecen las empresas pioneras del sector en Galicia, que aunque escasas, han sabido dar un gran impulso tecnológico a sus empresas, incorporando máquinas de control numérico y líneas de fabricación y acabado de producto muy automatizadas.

#### Los recursos humanos

El limitado nivel formativo de los directivos es otro de los grandes problemas del sector del mobiliario gallego. En general, las empresas del sector cuentan entre sus directivos con un reducido porcentaje de titulados medios o superiores, siendo aun más escaso el nivel de formación técnica entre los directivos o mandos intermedios, además de lo que calificaríamos como de *suficiente* nivel de formación profesional específica de los trabajadores del sistema productivo, por lo que a corto y medio plazo habrá que pensar en incidir en la formación continua especializada, para poder hacer frente a los nuevos cambios tecnológicos y a la competencia profesional.

La edad media alta del personal en la mayoría de las empresas, puede crear dificultades de adaptación a las nuevas tecnologías y resistencia a los cam-





bios en general, pero también, debido a su “saber hacer”, debiera servir para enseñar al personal más joven.

Por otro lado, la falta de definición de algunas estructuras organizativas, creadas sobre una base de marcado carácter familiar en muchas de las empresas, además de la convivencia de más de una generación, crean dificultades en la organización y, en la mayoría de los casos, limita las posibilidades de crecimiento.

No obstante, las cosas están cambiando muy rápidamente, en los últimos años en Galicia hay una tendencia progresiva a la profesionalización de las empresas, existiendo actualmente un paulatino ingreso de personal especializado en la gestión de las empresas, principalmente con perfil administrativo.

Por otro lado, existe una relativa capacidad de asimilación y adaptación del personal a las tecnologías existentes, por la cualificación básica del personal y las propias características de las tecnologías, que no son excesivamente complejas.

Además, se está llevando a cabo la implantación progresiva en Galicia de programas de enseñanza profesional relacionados con la madera, existiendo actualmente dos escuelas universitarias de enseñanza relacionada con la madera, además de un centro tecnológico y una tradición en torno a las actividades relacionadas con la madera, que aunque en parte se había perdido, en los últimos años hay una tendencia a su recuperación.

### Los cambios en el sector

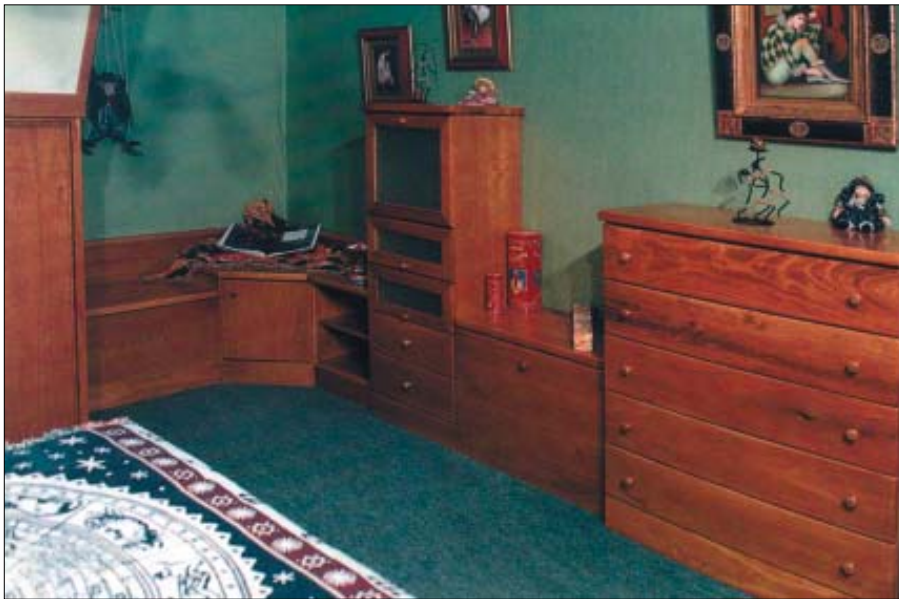
En los últimos años han sido muchos los cambios realizados y los avances conseguidos en el sector del mobiliario en Galicia:

- ♦ Se ha producido la incorporación de las nuevas tecnologías, tanto en la administración como en el proceso productivo.
- ♦ Se han mejorado la calidad, implantado sistemas de gestión de la calidad ISO 9002, y además algunas empresas han conseguido la certificación de producto, con la marca N de AENOR.
- ♦ Y aunque de una forma tímida, se está empezando a introducir el diseño de forma permanente, como una posibilidad de distinción y personalización del producto, además de servir como una herramienta más de competitividad.

Sin embargo, estos cambios requieren tiempo para su asimilación y puesta en práctica, dadas las precariedades de las que partía el sector en la mayoría de los casos. Aunque también es preciso señalar que este proceso no ha hecho más que empezar, ya que no se ha producido ni en todas los segmentos productivos ni con la misma intensidad en todas las empresas.

En este sentido, el mayor impulso se ha producido, primero y en mayor medida, en el mueble de cocina y baño, en el de hogar, moderno y modular de segmento medio-alto y en menor medida y con más retraso en el mueble clásico y tapizado. El mueble tradicional está siendo, en líneas generales el de mayor demora en la incorporación de estos cambios productivos, además de la utilización de los nuevos materia-





les y el marketing. El mueble de inferior calidad se ha estancado en un nivel medio de desarrollo debido a su simplificación productiva y al menor componente de imagen que conlleva.

A pesar de los cambios reseñados, el mundo de la pequeña y mediana empresa, sigue jugando un papel importante: compone la inmensa mayoría del sector en todo el territorio gallego, representan la mayoría de los puestos de trabajo y se aprovechan del conocimiento y la cercanía del cliente, además de su mayor flexibilidad y agilidad.

## LA NORMATIVA

### La normativa técnica

La mayoría de los países de la UE disponen de unas reglamentaciones que varían en complejidad dependiendo del grado preocupación sobre la protección del consumidor. Dichas normas pueden ser de obligado cumplimiento o no pero en este último caso, de uso general en el mercado y de exigencia habitual por el importador o cliente (normas DIN en Alemania, NF en Francia, BS en Reino Unido, UNE en España, etc.).

En general, se puede establecer que los países poco industrializados suelen disponer de una normativa técnica menos exigente si bien de mayor dificultad de localización. En el caso de los países más industrializados opera al contrario: si bien existe una mayor desarrollo legislativo sobre los productos y mayor importancia de la barreras, existe una mayor información.

Además de la legislación a nivel nacional, existen normas a nivel internacional (como es el caso de las normas ISO) o bien aplicables a grupos de paí-

ses como es el caso de las normas EN aplicables en el ámbito de la Unión Europea.

Para dar fe del cumplimiento de la norma es preciso obtener la certificación/homologación en instituciones reconocidas que verifican su cumplimiento mediante ensayos técnicos.

### La normativa Comunitaria

Con el objetivo de armonizar las reglamentaciones técnicas de cada uno de los miembros de la Unión Europea, existe un Comité Europeo de Normalización cuya misión es la elaboración y publicación del catálogo de Estándares Europeos (CEN) a través de normas EN, que actúan como documentos técnicos de aplicación de las Directivas.

Hasta el momento, dicho comité ha publicado diversas normas EN, cuya mención, dada su amplitud, rebasaría el objetivo meramente introductorio de este artículo. No obstante, mencionaremos que la mayoría de ellas hacen referencia al mobiliario de oficina (especialmente asientos), mobiliario infantil, mobiliario tapizado y colchones y somieres. Algunas de las normas emitidas tienen carácter transitorio por motivos tecnológicos (ENV), y otras son proyectos de normas (prEN).

Como ya se mencionó, existen normativas nacionales de obligado cumplimiento, que el exportador no puede ignorar, y que es preciso prever con antelación a la hora de plantearse el introducirse en un determinado mercado. Dichas normativas, en el ámbito de la UE, están abocadas a la desaparición, cuando se complete la futura publicación de normativas EN.

También de carácter nacional pero no de obligado cumplimiento, es común la existencia de marcas de calidad basadas a partir de las normas internacionales DIN. Así, son de usual exigencia las marcas GS en Alemania, NF en Francia, FIRA en el Reino Unido, Mobelfakta en Suecia, CATAS en Italia, y AIDIMA en España. Fuera del contexto europeo, las normas más conocidas son las estadounidenses ASTM/ANSI/BIFMA. La popularidad y el reconocimiento de algunas de estas marcas (GS, por ejemplo) pueden rebasar las fronteras nacionales y ser muy populares en otros países que no han desarrollado su propia marca de calidad.

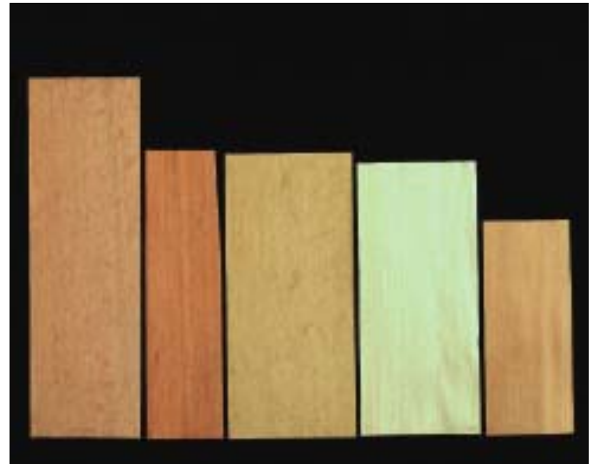
Además, en los años próximos será de obligatorio cumplimiento el mercado CE (conformidad europea) para todos los productos y materiales de madera que se utilice en la construcción o tengan como destino edificios públicos o privados. Para la madera estructural está ya en vigor la norma, para los tableros será obligatoria a partir del año 2004 y para el resto de los productos no existen fechas todavía del cumplimiento del mencionado mercado CE.

### CONCLUSIONES

Sin entrar en las particularidades de cada segmento de fabricación del mueble, podemos extraer dos grandes conclusiones del análisis de este sector, en Europa, España y Galicia: la recuperación de la confianza en la industria del mobiliario y la ebanistería por parte de los empresarios y la sociedad de la UE en general y gallega en particular, así como la constatación de sus posibilidades de futuro, que junto a la carpintería, son los subsectores que cuentan con mejores perspectivas de crecimiento y de generación de valor en la cadena de la madera de Galicia. Según se puede observar en el gráfico 20, que nos muestra el efecto multiplicador de la cadena en sus sucesivas transformaciones.



Gráfico 20



Esta afirmación viene avalada también por el valor que ha adquirido la producción de la industria de la ebanistería y del mobiliario en España y Galicia en los últimos años, además del incremento de la calidad de los productos fabricados y la creación o ampliación de una serie de empresas, que, a través de la innovación, han sabido convertirse en muy poco tiempo en punteras a nivel nacional en su segmento de mercado.

Sin embargo, la industria del mobiliario gallego, en general, tiene también grandes deficiencias, como el minifundismo, el limitado nivel formativo (sobre todo en los cuadros directivos), la escasa dotación tecnológica de la mayoría de las empresas, la ausencia de diseño y de marketing y, el deficiente abastecimiento de madera sólida y de suministros complementarios.

Además, el sector del mobiliario gallego tiene un reto muy importante que deberá afrontar de inmediato, la adaptación al gran mercado europeo. Las nuevas circunstancias derivadas del gran mercado de la UE y la internacionalización del comercio, exigen una mejora constante de la competitividad, capacidad empresarial y calidad de los productos, obligando a este sector a enfrentarse a una nueva realidad de mercado que diluye las individualidades, evolucionando hacia un concepto de mercado único, abierto y global.

La nueva realidad obliga más que nunca a disponer de una industria de mobiliario competitivo y equilibrado, examinando y fortaleciendo sus debilidades para poder satisfacer una necesidad común como es el desarrollo de la cadena de la madera en su conjunto, fomentando la cooperación interempresarial, la solidaridad, la competencia ante terceros, la moralidad, la fidelización profesional y la disponibilidad de infraestructuras comunes.



Será necesario, por lo tanto, lograr que las industrias del mobiliario gallegas adquieran las dimensiones que les permitan competir en una economía de libre mercado, meta que debe ser alcanzada a medio plazo.

Además, un sector sólido y equilibrado requiere de un suministro de materia prima en cantidad, calidad y diversidad de especies, pero también de una asistencia continua de las actividades laterales de apoyo, servicios, equipamiento, suministros complementarios, materias primas auxiliares, ferretería, productos protectores, de acabado decorativo etc, lo que permitiría descentralizar las producciones y multiplicar la oferta final de productos.

En definitiva, para lograr una industria de transformación de mobiliario competitiva, ágil, moderna, y con posibilidades de crecimiento y desarrollo sostenible, se requiere la conjunción de una serie de factores destacando los siguientes:

Propiciar el restablecimiento del equilibrio de la producción de madera del monte gallego mediante la reordenación del Plan Forestal, para que se pueda satisfacer la demanda de la industria de transformación en su conjunto, tanto en cantidad como en calidad, poniendo especial atención en la madera de coníferas y otras frondosas.

En este sentido, es urgente corregir la fuerte dependencia externa de la carpintería y del mobiliario gallego en cuanto al aprovisionamiento de madera maciza y chapa decorativa, que alcanza en estos mo-

mentos un déficit entorno al 88%. A pesar de tener Galicia el 48% de monte arbolado, sólo superado por Suecia y Finlandia en la Unión Europea, y una de las capacidades productivas de madera más elevadas de Europa (95 m<sup>3</sup>/ha) de volumen maderable medio.

Pero estas acciones de planificación forestal no deben ser realizadas sin la opinión de todos los interesados: Silvicultores, Cluster de la Madera, Federación de Aserradores y Rematantes, Federación de Ebanistería, Carpintería y Mobiliario, Asociación Monte-Industria, además de las Universidades y Centros Tecnológicos y de Investigación de la Madera de Galicia, donde la Administración debe tener un papel importante de liderazgo y coordinación, estableciendo entre todos un plan de prioridades a medio y largo plazo.

Poner a disposición del sector tecnologías y campañas de promoción para la diversificación de la utilización del eucalipto por toda la cadena de la madera, debe ser una prioridad básica por parte de la Administración, las Universidades y los Centros Tecnológicos. En este sentido, el CIS-Madera en los últimos años ha venido realizando varios proyectos de investigación y desarrollo tecnológico, dirigidos a conseguir una mayor diversificación de los usos de la de la madera de eucalipto blanco, llevando a cabo al mismo tiempo una labor divulgativa, tanto a través de la Revista CIS-Madera, como de publicaciones monográficas, cuyos resultados se pueden apreciar en los prototipos realizados por el CIS-Madera, algu-





nos de los cuales se pueden ver en las fotografías de las páginas, 24, 25 y 26 de este artículo.

Fomentar nuevas enseñanzas especializadas de formación profesional y mejorar las existentes, debe ser también un reto a conseguir por parte de los gobernantes de Galicia, como base indispensable para el desarrollo futuro del sector del mobiliario.

Otra de las iniciativas importantes debe ser la creación de departamentos de diseño y marketing, además de realizar conjuntamente estudios de nuevos mercados por parte de las empresas gallegas, divulgando el conocimiento del mobiliario gallego y la cultura de la madera en general con apoyo de la Administración.

Impulsar la cooperación de las empresas de mobiliario entre sí, y éstas con otros eslabones de la cadena de la madera a través del Cluster de la Madera de Galicia, con una mayor implicación de los empresarios, debatiendo en este foro las estrategias y estableciendo un plan general de acciones para el futuro del sector, debe ser otro de los objetivos básicos para la industria del mobiliario y la cadena de la madera en general.

Sin embargo, para que se pueda aumentar el ritmo inversor en las empresas existentes y hacerlo extensivo a nuevas empresas, se impone una reflexión estratégica al objeto de reforzar a medio y largo plazo el sistema productivo, evitando su deslizamiento hacia posicionamientos de dependencia y debilidad.

Apostando por una línea de actuaciones integradas de apoyo y promoción de los sistemas más estratégicos y productivos de la industria de transformación de la madera de Galicia, dirigiendo las políticas de fomento a reforzar el tejido empresarial en su conjunto y no a empresas individuales, facilitando de esta forma que se aborde la problemática de la competitividad de una forma integrada.

Y, finalmente, el futuro del desarrollo del sector del mobiliario debe enmarcarse dentro del desarrollo armónico de todo el conjunto de la cadena de la madera, y estar basado en el respeto al medio natural y a la filosofía de desarrollo sostenible.

### BIBLIOGRAFÍA

- ☞ Analistas Financieros Internacionales. *Análisis sectorial del mueble*. 2000.
- ☞ AIDIMA. *Información sectorial del mueble*. 2001.
- ☞ CIS-Madera. *Base de datos del sector de la madera*.
- ☞ CTBA. *La Filière ameublement en France et en Italie*. 2000.
- ☞ ICEX. *El sector del mueble, notas sectoriales*. 1998.
- ☞ ICEX. *Estadística sobre el mueble*. 2000
- ☞ CTBA. *Les raisons de la compétitivité du meuble Italien*. Revista de enero de 2002.
- ☞ Jaime D. Bermúdez. *La industria de la madera en Galicia*. Revista CIS-Madera Nº 0. 1997.

**Nota:** El autor quiere expresar su más sincero agradecimiento a la Federación de Ebanistería, Carpintería y Mueble por su colaboración. Agradecimiento que hace extensiva a todos los industriales del sector por la información facilitada. A todos ellos va dedicado este artículo y esta revista del CIS-Madera.