

## EL SECTOR ESPAÑOL DEL MUEBLE CIERRA EL EJERCICIO 2010 CON UNA FACTURACIÓN DE 5.183 MILLONES DE EUROS, UN 6,1% MENOS

La capacidad productiva de la industria española de mobiliario se ha situado en el 58,2 por ciento

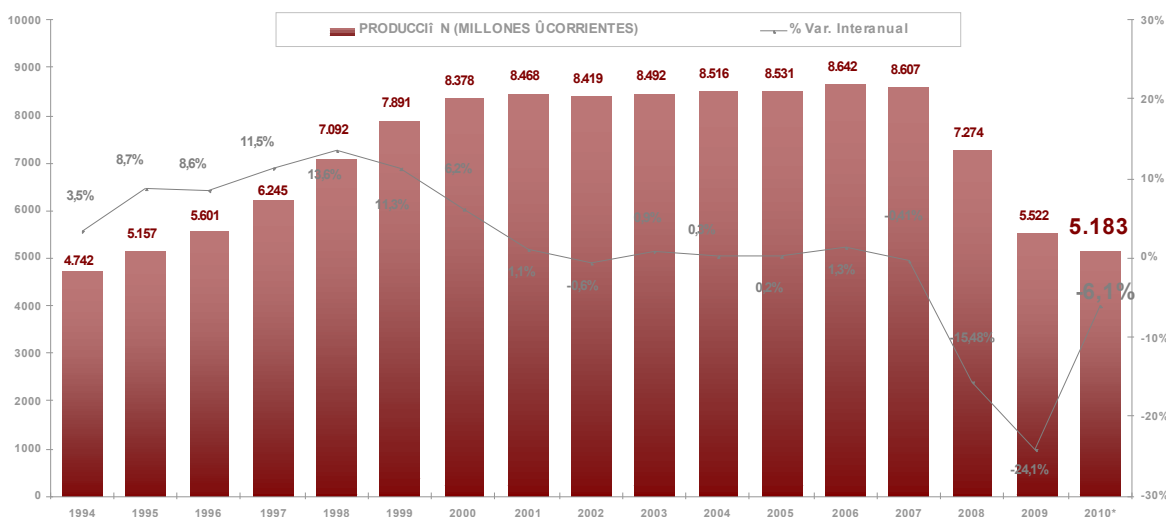
**Gabinete de prensa. 15 de Febrero de 2011.-** El sector español de fabricación de muebles ha visto reducida un año más su producción el pasado ejercicio respecto de 2009. La facturación del sector ha caído sobre datos consolidados de 2010 en 6,1 puntos porcentuales, alcanzando los 5.183 millones de euros (5.183.710.130), según refleja el último informe del Observatorio Español del Mercado del Mueble (OM) que elabora el Instituto Tecnológico del Mueble, Madera, Embalaje y Afines, AIDIMA.

El análisis económico trimestral del sistema de información del OM indica que aunque es una caída relativa –se facturaron 5.522 millones de euros en 2009-, está marcada por factores que afectan a la economía en su conjunto, y donde el consumo es una pieza clave en la generación de expectativas de recuperación. De hecho, el documento señala que precisamente esta importante disminución del consumo en España podría favorecer a medio plazo una recuperación en el sector, al apostar los hogares por una renovación del mobiliario en la vivienda habitual.

El informe indica que la ralentización del decrecimiento observada en 2009 hacía esperar una ligera recuperación en 2010, que parece que tardará más de lo esperado "por problemas estructurales de los modelos de negocio en la industria del mueble, frenada, además, por la situación económica", precisa.

Por otro lado, el incremento en el ahorro -derivado en un consumo de productos básicos, principalmente alimentación, y unido al escaso dinamismo de las empresas en exportación-, hace aflorar estas deficiencias estructurales, asegura el documento de AIDIMA, que explica que el reducido consumo interno y las dificultades exportadoras imposibilitan una recuperación a corto plazo.

### **Evolución de la producción de muebles en España en miles de millones de euros. 1994-2010.** (TASA DE CRECIMIENTO EN TÉRMINOS NOMINALES).



Fuente: Observatorio del Mercado Español del Mueble de AIDIMA. 2011.

Un dato significativo que refleja el estudio se refiere al porcentaje de utilización de la capacidad productiva de la empresa, con un índice que ha cerrado ejercicio con el 58,2 por ciento, lo que puede confirmar un incremento progresivo de la recuperación de la producción durante 2010.

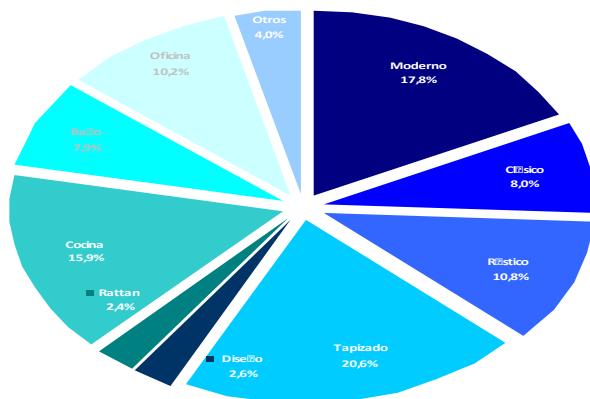
La estadística establece también una posición relativamente más optimista respecto a los días de producción asegurados para los primeros compases de este 2011, que se sitúa en una media 30,8 días entre todos los subsectores del mueble. Este índice altamente fiable se calcula en función de la cartera de pedidos de la empresa a fecha de la consulta. Por otra parte, el plazo de entrega de producto se ha establecido en 23,6 días, una reducción que también puede aportar ventajas competitivas de cara a la distribución de producto.

Por otro lado, la visión que tienen los empresarios sobre la situación de las ventas para el inicio del año representa un dato elocuente sobre un entorno más optimista. El 45,9 por ciento de las empresas españolas de mobiliario considera que las ventas se mantendrán, frente al 36,9 por ciento que piensa que decrecerán, y el 17,2 por ciento que considera que aumentarán.

Por el contrario, la mayoría de empresarios está convencido de que los precios se mantendrán invariables, un 56,2 por ciento, frente al 37,2 por ciento que aseguran que se incrementarán y el 6,6 por ciento que entiende que los precios de mobiliario van a bajar durante los próximos meses.

El informe económico también destaca como valor fundamental la evolución de las plantillas, donde el 76 por ciento está convencido de que van a poder mantener la estructura actual de trabajadores, frente al 20,7 por ciento que piensa que no podrán hacer frente a la situación de recesión en los niveles de empleo actuales, y un 3,3 por ciento que tiene la expectativa de incremento de plantilla para los próximos meses.

**Porcentaje por subsectores del volumen de producción en 2010**



Mercado Español del Mueble de AIDIMA. 2011.

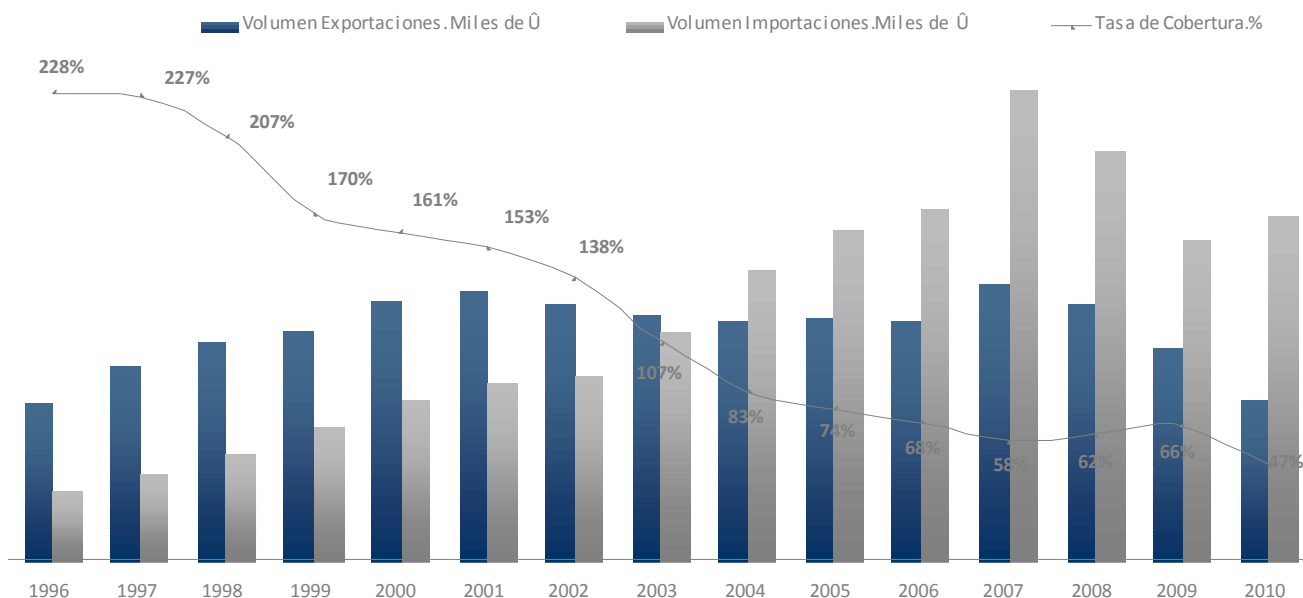
Con todo, el panel de las más de 2.000 empresas del sector sobre las que se realiza la encuesta, asegura que la facturación para los tres primeros meses del año mejorará y verá reducida su caída hasta el 2,6 por ciento, abriendo una expectativa próxima para el primer semestre del año que podría arrojar cifras positivas, como ya ocurriera en algunos subsectores y provincias españolas durante el pasado ejercicio, siendo baño y oficina los más optimistas, con un crecimiento previsto del 1,3, y el 5,5 por ciento, respectivamente, para el primer trimestre de 2011.

### **Balanza comercial**

Respecto a las ventas de mobiliario en el exterior, los datos sitúa la previsión de las exportaciones españolas en 2010 con un volumen de negocio de 951 millones de euros, lo que supone un retroceso de las ventas en el exterior del 0,85 por ciento respecto al ejercicio de 2009. La venta de mobiliario al exterior supuso el pasado ejercicio el 18,34% de la facturación de las empresas españolas del sector del mueble.

Las importaciones, por el contrario, se mantienen por encima de las exportaciones con un incremento del 6,9 por ciento, lo que ha supuesto entrada de muebles por nuestras fronteras por un valor de 2.018 millones de euros. De este modo, la balanza comercial de mueble en España, que disminuyó su ratio de cobertura por primera vez en la historia por debajo del 100% en 2004, continúa la misma tendencia, y ha acabado el periodo 2009-2010 en el 47 por ciento, según muestra la tabla.

### Evolución de la tasa de cobertura nacional. Periodo 1999-2010. %.



Fuente: Observatorio del Mercado Español del Mueble de AIDIMA.

### Efecto “cocooning”

El informe destaca que a pesar de la disminución de los subsectores del mueble directamente vinculados a la construcción de primeras viviendas, como baño y cocina, la evolución del consumo de mobiliario se inclinará hacia la renovación de la vivienda habitual como consecuencia del denominado efecto “cocooning” (fenómeno sociológico que hace referencia a una actitud del individuo que refuerza su identidad con el hogar en detrimento de una actividad social en espacios públicos que supongan un gasto familiar).

Así lo aseguran diversas encuestas realizadas, que ponen de manifiesto que cerca del 40 por ciento de los españoles se declaran a favor de hacer “vida en casa” por la actual situación de crisis. Además, diversos informes establecen que se ha incrementado considerablemente el consumo de distintas opciones de ocio dentro del hogar. Esta circunstancia “derivará previsiblemente en un aumento del consumo de distinto tipo de mobiliario para habilitar la confortabilidad de sus miembros, familiares y amistades”, precisa el informe de AIDIMA.

Por último, el documento subraya que las empresas deben aprovechar este momento de dificultad para afrontar el futuro con otra visión de negocio, con prioridad a la proyección social, asumiendo los cambios de conducta y hábitos socio-económicos, y atendiendo a la perspectiva como punto de referencia. En este sentido, la coordinación y cooperación entre todos los agentes sectoriales, patronales, administraciones, sindicatos, y centros de investigación es esencial para reactivar la industria.