

Recuperando terreno en el exterior

La cifra de exportación del mueble de cocina español cuenta con un pasado reciente repleto de altibajos. Si en el 2015 protagonizaba una caída del 12,4%, en 2016 logró remontar y crecer por encima de sus previsiones más optimistas hasta los 132 millones de euros de facturación.



Es, seguramente, lo más destacable del 2016 para este sector: recuperarse del revés del ejercicio anterior y demostrar a propios y ajenos que la estrategia sigue y seguirá siendo la conquista de nuevos mercados.

En concreto, el export aumentó en un magnífico 25% en un año, dejando atrás no solo la cifra del

2015, sino también las de los años anteriores. Se trata de una gran noticia, sobre todo si tenemos en cuenta que esta apuesta por los mercados internacionales siempre ha sido tildada de arriesgada por una industria muy centrada en España.

No es de extrañar; nuestro mercado interior dio durante mucho tiempo de comer a esta y las demás industrias de la construcción, por un lado. Por otro,

Desde el 2013, el mercado interior aparente del mueble de cocina ha aumentado en un 9%

el sector del mueble de cocina está tradicionalmente dirigido por los dos grandes fabricantes europeos: Italia y Alemania.

Era difícil abrirse un hueco entre ambos, pero esto es, precisamente, lo que está logrando la industria del mobiliario español. Con una relación calidad-precio envidiable, y una personalidad propia, las empresas de nuestro país conquistan los corazones de los consumidores de todo el mundo.

Abarcar mucho, pero sin dejar de apretar

La contrapartida de este interés por llegar cada día más lejos, por abastecer de mueble español a los rincones más remotos del planeta, es la falta de presión sobre aquellos importadores que llegan al mercado español.

Dicen que el que mucho abarca, poco aprieta, y este es el peligro que se cierne sobre la industria del mueble de cocina español. La prueba de ello es el crecimiento de la cifra de importación en el 2016. Concretamente, este valor aumentó un 9%, pasando de los 44 millones de euros del 2015 a 48 millones en doce meses.

Como vemos, no es una subida espectacular, pero sí es un toque de atención para unas firmas que, sin dejar de volcarse en el exterior, tampoco deben olvidar su propio mercado.

Un mercado aparente que sigue creciendo

Y es que, efectivamente, el mercado español está despertando y despezándose rápidamente. De hecho, en 2016, el mercado interior aparente creció un 3% con respecto al 2015, hasta

alcanzar los 557 millones de euros de facturación. Un 3% no parece demasiado espectacular, pero esto se debe a las subidas de los últimos ejercicios.

En comparación con el 2013, año en el que el sector dejó atrás, por fin, la recesión, en 2016 se facturaron 46 millones de euros más.

Convencer al cliente español

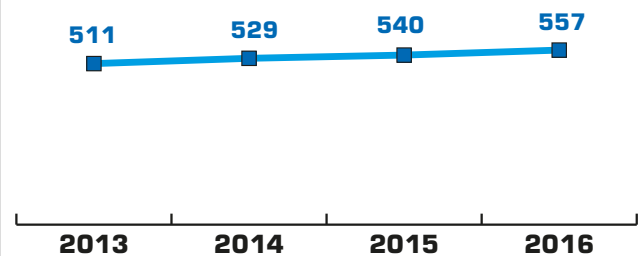
Para convencer a los clientes de nuestro mercado de adquirir una cocina con mueble de diseño español, las compañías deben de aunar varios requisitos. En primer lugar, deben ofrecer al consumidor aquello que desea. Esto, según los principales diseñadores del sector, se concreta actualmente en una cocina funcional, con capacidad de almacenaje, en la que se usen materiales nobles en combinación con otros de carácter industrial, y revestimientos de azulejos pequeños.

En segundo lugar, es preciso invertir en la comunicación de la marca Made in Spain como algo positivo. La reputación del mueble italiano o alemán tiene mucha historia, mucha tradición, y puede empujar al cliente

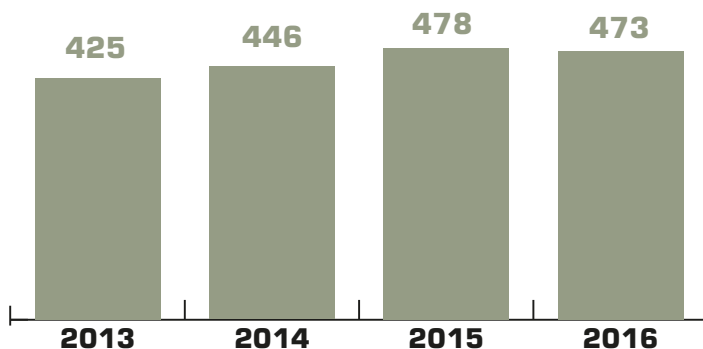
El export aumentó en un 25% en un año, dejando atrás no solo la cifra del 2015, sino también las de los años anteriores

español a recurrir a este tipo de cocinas. En el otro extremo estaría el mobiliario proveniente de Asia, que también cuenta con una reputación, en este caso basada en el precio, principalmente, que resulta atractiva para otro tipo de consumidor. Es por eso que la industria española necesita explicar sus diseños, su calidad, su precio, para que un mueble de cocina de nuestro país se gane el cliente indeciso. Es una labor a largo plazo, comenzada por las firmas hace ya algunos años, y que parece estar dando sus primeros frutos, como demuestran las cifras. Sin embargo, todavía queda camino por recorrer, y esas mismas cifras positivas no pueden dejar que el sector se relaje en este cometido. ■

Mercado interior aparente (millones de euros)



Evolución de la producción (millones de euros)



Evolución de las exportaciones / importaciones (millones de euros)

