

La cocina alemana, crecimiento sostenido

Como una gran roca, fuerte y resistente, así es la industria del mueble de cocina alemán. Su secreto, sin embargo, no es mostrarse insensible a las circunstancias, sino adaptarse a ellas, reaccionar y compensar los resultados con las elaboradas estrategias que solamente un sector con tanta historia es capaz de llevar a cabo.



Los datos de la industria alemana no dejan lugar a dudas: se trata de un sector prácticamente invencible a cualquier tormenta, ya sea nacional o internacional. En 2014 rozó el 2% de crecimiento hasta los 4.275 millones de euros.

Lejos de ser un porcentaje espectacular, demuestra la fortaleza de una industria que resiste muy bien a los cambios de la

economía, a las tendencias entre los consumidores de todo el mundo. Allí dónde un mercado pasa por un buen momento, allí estarán presentes las empresas germanas para aprovecharlo. En los primeros seis meses del 2014, uno de los mercados que estaban en racha era precisamente el alemán. Una circunstancia que se ha dado en los últimos de manera intermitente, coincidiendo con los cíclicos aumentos de la confianza en la economía.

El sector de la cocina alemana rozó el 2% de crecimiento hasta los 4.275 millones de euros en 2014

Prudencia y ahorro

El alemán es un pueblo ahorrador y prudente, que prefiere esperar al mejor momento para reformar o comprar. A esto hay que sumar la convicción de los alemanes de que es mejor adquirir un producto tan importante como una cocina cuando se puede pagar algo más y obtener un modelo de mayor calidad, que durará una media cercana a los 20 años en el hogar.

Pues bien, el primer semestre del 2014 fue uno de estos momentos en los que el alemán recobró la fe en la economía y se lanzó a comprar cocinas. El crecimiento fue del 3% en esos momentos, y se frenó hacia finales del año hasta cerrar el ejercicio con un nada desdeñable plus del 1,4%. Además, como asegura la empresa dedicada a los estudios de mercado GfK, los alemanes invirtieron más en cocinas de gama media-alta y alta. Según GfK, la facturación para los distribuidores especializados en muebles y en cocinas creció cerca del 8% hasta el cuatro trimestre del 2014.

La cocina vuelve a brillar

La misma compañía afirma que el lacado fue la tendencia que volvió con mayor fuerza al mercado, al crecer un 30% en 2014. Sobre todo el alto brillo, olvidado en las últimas temporadas en pos de los materiales más sobrios y naturales, fue un caballo ganador para los alemanes. De hecho, según el mismo estudio, un 80% de los compradores de cocinas se decidieron por una cocina en alto brillo, con un

precio medio de 10.000 euros, un 50% más alto que el precio medio de todas las cocinas vendidas.

Vuelven los mercados tradicionales

Aunque la evolución del mercado alemán fue en 2014, como vemos, muy buena, no se trata del único mercado que le dio alegrías al sector de la cocina. De hecho, los fabricantes se mostraron quizá aún más satisfechos de la situación de mercados exteriores como el holandés.

Y es que las ventas en los Países Bajos, por ejemplo, crecieron un 2% en los primeros meses del año. Un dato muy esperado por las firmas alemanas, para las cuales este mercado es muy importante y que han tenido que ver cómo en los años de crisis las ventas habían caído drásticamente.

Otro mercado que ha vuelto al universo de la exportación alemana es Bélgica. El comercio creció un 6% en los primeros meses del 2014. Si tenemos en cuenta que Holanda es el segundo país más importante para la exportación de cocinas

El lacado fue la tendencia que volvió con mayor fuerza al mercado, al crecer un 30% en 2014, según GfK

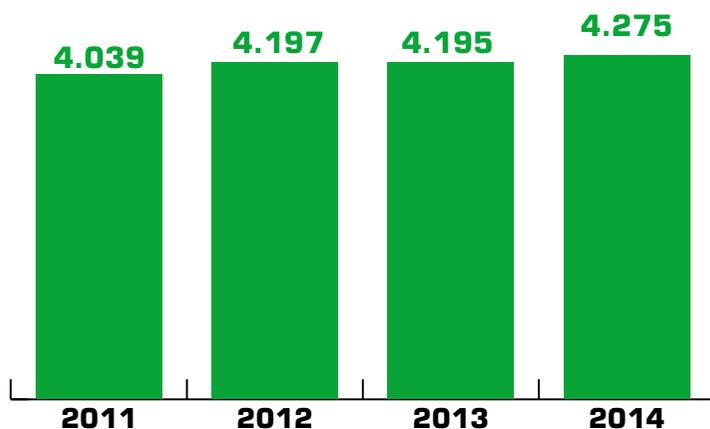
alemanas, y Bélgica el tercero, podremos entender la gran importancia que tienen estos crecimientos para el total de la industria alemana.

Otros mercados importantes y muy perjudicados en los últimos años son el británico, el español y el ruso. Según datos de la asociación alemana de la cocina VdDK, el primer semestre se cerró con un crecimiento de un 14,5%, un 19,7% y un 11,3%, respectivamente.

Cierto es que el segundo semestre del 2014 fue menos positivo para algunos de estos mercados. Un ejemplo de ello es Rusia, cuya economía fue afectada por la crisis en Ucrania.

Sin embargo, si el primer semestre la facturación en el extranjero se cifró en un 3,18% según la VdDK, a finales de año la subida se situó en el 2,91%, es decir, sufrió solamente una leve variación. Esta buena cifra en el apartado de la exportación es muy importante para un país para el cual el export es clave de estabilidad y crecimiento como demuestra una cuota de exportación del 30,56% en el sector de la cocina. ■

Facturación del mercado interior alemán
(millones de euros)



Evolución de las exportaciones / importaciones (millones de euros)

