

## Evolución de la distribución del mueble en Europa

«Si no nos distinguimos con nuestras marcas en cada zona y país, las grandes empresas mandarán en nuestro mercado, ya que ellas también están desarrollando sistemas de distribución a través de comercios de dimensiones más reducidas, pero con los mismos servicios que las grandes exposiciones», afirma Kristian J. Opdebeeck.

El sector del mueble ha sufrido una evolución muy fuerte en el campo de la distribución, apareciendo varios factores nuevos que, según sea su evolución, van a condicionar de una forma definitiva el sector, incluyendo inevitablemente a España en los plazos y a los niveles en que se vayan desarrollando estas nuevas variables:

- Aparición de las grandes superficies con nuevos sistemas y formas de comercialización mucho más agresivas.
- Los grupos financieros que se habían dirigido a la distribución del mueble están analizando sus resultados, para replantearse su dedicación al mismo, con las modificaciones necesarias, o retirarse de este sector.

- Los grandes almacenes están disminuyendo el espacio dedicado a la exposición del mueble al encontrar más rentable dedicar ese espacio a artículos más comerciales y con mayor rotación.

- La competencia entre comercios se está haciendo muy agresiva; ya no es una competencia entre compañeros sino un ataque directo para arrebatar la cuota de mercado a la competencia es eliminándola del mercado posible. No se lucha por crear nuevos mercados sino por apoderarse del único que se tiene en este momento.

- En los últimos 30 años ha ido creciendo el mercado, con sus altibajos, pero ya se ha llegado a un periodo de madurez de este sector y el camino que queda es más fácil.

El sector industrial es el que mayor competencia está sufriendo; es

más maduro que el de la distribución, y es el primero que va a notar el descenso de su actividad en los niveles tradicionales.

- El porcentaje de gasto en muebles sobre el presupuesto familiar en Europa es del 8%, mientras que en España tiene uno de los más bajos: el 6% y Bélgica uno de los más altos con el 10%.

- En España uno de los factores que reducen la disponibilidad de parte de la economía para gastos como el mueble es la dedicación a la compra de la vivienda, siendo propietarios 2 de cada 3 unidades familiares, mientras que en el centro de Europa esta proporción se invierte.

- En España empiezan a desembarcar las grandes cadenas de la distribución del mueble, por lo que para subsistir va a resultar decisiva la fuerza de las agrupaciones de comerciantes, y sólo para aquellos que sepan utilizar la sinergia que supone en encontrarse en un grupo fuerte.

En Alemania, los 11.500 comercios existentes, han sufrido la aparición de las grandes cadenas de la distribución: 3 empresas acaparan el 15% del mercado, y los 20 primeros comercios abarcan el 40% del mercado. En un mercado con menor preparación profesional y de subsistencia estos resultados pueden originar situaciones más peligrosas.

Fuente: Kristian J. Opdebeeck.  
Noticias del Mueble

## J. Manuel Boronat, elegido presidente de Eurologna

### Actividades de Eurologna

Entre las actividades hasta ahora realizadas por Eurologna cabe destacar la realización de más de 200 intercambios de estudiantes entre las Universidades y Centros con las empresas europeas de los países participantes en el proyecto. Asimismo destaca la elaboración de distintas publicaciones dirigidas a conocer los sistemas educativos de los diferentes países, y difundir las actividades y la importancia de los sectores madera y mueble.

### Asamblea

En su última Asamblea General, que tuvo lugar a finales de junio en Seinäjoke (Finlandia) se adoptaron entre otras las siguientes decisiones:

- Crear una base de datos para el inicio de un estudio en el que se analizarán los diferentes niveles de cualificación obtenida de los distintos centros de formación y su adecuación a las empresas europeas. Este proyecto podrá dar lugar en el futuro a un reconocimiento mutuo de las enseñanzas impartidas en los mismos.

- Continuar con los intercambios de estudiantes entre los Centros y las empresas de los países que integran EUROLIGNA.

- Se presentó un informe sobre las actividades de investigación y Desarrollo (+D) que lleva a cabo cada Centro, decidiéndose crear una comisión para poner en marcha varios proyectos de investigación y Desarrollo en colaboración con empresas de toda Europa.

- Aprovechamiento de los materiales y recursos de formación existentes en cada país miembro y adaptación de los mismos a las características de cada nación.

J. Manuel Boronat, elegido presidente de EUROLIGNA en esta Asamblea, sucede en el cargo al Dr. Zang, rector de la Fachhochschule Rosenheim (Alemania), posiblemente la Escuela Técnica de mayor prestigio del mundo en el sector de la madera y el mueble.

La nueva presidencia de EUROLIGNA ha recaído en AIDIMA, representada por J. Manuel Boronat.

EUROLIGNA es una Asociación Universidad-Empresa Europea del sector del mueble y afines, que en la actualidad engloba prácticamente a la totalidad de las escuelas existentes en Europa que imparten formación especializada en la industria de la madera y el mueble.

Creada en el marco del programa «Comet», esta asociación europea comenzó sus actividades en el año 1987 y fue fundada por cinco países: Alemania, Francia, Gran Bretaña, Italia y España. España está representada en Eurologna por AIDIMA.

Posteriormente se integraron otros cinco países: Austria, Suiza, Finlandia, Suecia y Dinamarca.

EUROLIGNA tiene como objetivo fundamental la promoción de la cooperación entre la Universidad y la Empresa en el sector de la madera y el mueble, y el intercambio de experiencias formativas entre los Centros que la componen.