

Se recupera el mueble italiano

Después de la recesión del 93, 1994 registró señales de recuperación en el sector del mobiliario en Italia. El nuevo «boom» de las exportaciones y una débil recuperación de la demanda interna, permitieron finalizar el año con un aumento total de la cifra de negocios alrededor del 9%.

El sector del amueblamiento en Italia (muebles, colchones y lámparas) obtuvo en 1994 una cifra de negocios cercana a los 26.3 billones de liras (2 billones de pts).

La dinámica del consumo en el mercado nacional queda además comprimida por la situación macroeconómica general, aunque la verdadera locomotora para el mueble italiano continúa siendo la exportación.

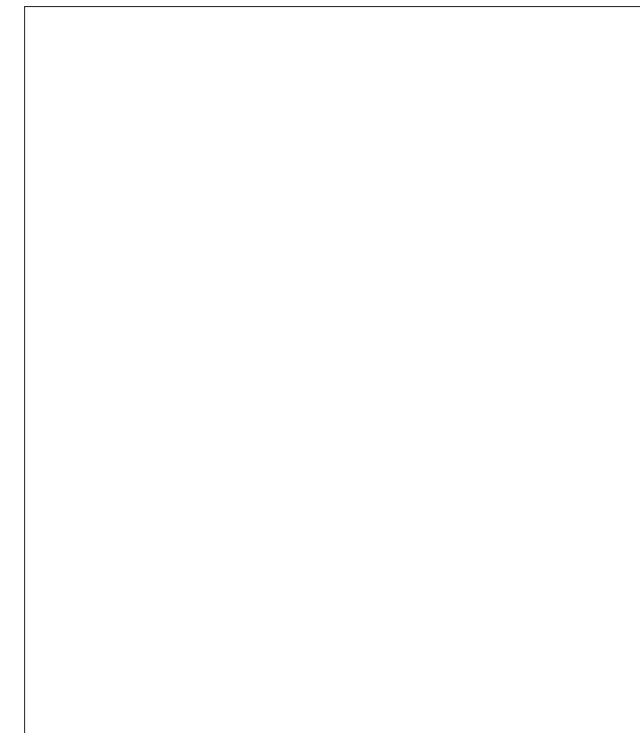
El crecimiento de las exportaciones ha sido en valor un 18% con respecto a 1993, año que ya había registrado un crecimiento significativo respecto a 1992.

En valor absoluto las exportaciones de muebles alcanzaron en 1994 un valor total estimado en 8,6 billones de liras si se consideran también otros apartados como el de los colchones o las lámparas.

Las importaciones de muebles no fueron significativas (3% de las ventas domésticas), adquiriéndose del exterior fundamentalmente sillas.

Es destacable el ascenso de los productores de muebles italianos en el mercado internacional, que acaparan un porcentaje muy elevado del total de las exportaciones europeas.

Alemania es la principal salida para el mueble italiano, el 27% de las exportaciones totales se dirigen a este país. El mercado francés absorbe el 15% de las exportaciones italianas, Estados Unidos es el tercer destino de estas exportaciones (alrededor del 7,5% del total), y en conjunto estos tres primeros destinos acaparan más del 50% de



todo el flujo de las exportaciones italianas de mobiliario.

Al mismo tiempo, se abren nuevos mercados: Rusia, Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, Austria, Finlandia, Suiza e India.

En el interior del país, en 1994 numerosos indicadores comenzaron a seguir una tendencia positiva, y ese año estuvo marcado por una recuperación en las inversiones.

En cuanto a las inversiones en maquinaria para madera, el sector del amueblamiento registró una recuperación traducida en la demanda, tanto en los mercados extranjeros como en el nacional.

Después de la crisis coyuntural del 93, 1994 se presentó para los sectores de la Madera y el Muebles como el año de la reorganización y de la reestructuración de las empresas, lo que pone de manifiesto la capacidad del sector italiano para dominar la competitividad sobre los mercados internacionales, a pesar de la crisis general. La recesión de los últimos años ha acelerado los cambios en

este sector.

El tamaño medio de las empresas ha aumentado en los últimos años y asimismo ha aumentado el nivel de concentración del sector. Las empresas de más de 200 empleados se han revelado especialmente dinámicas.

Los cambios estructurales son consecuencia del nuevo marco de las estrategias: crecimientos de los acuerdos sobre la distribución, cambios tecnológicos, optimización de los costes de producción, innovaciones en las estrategias de marketing, etc.

La crisis ha promovido una especie de selección natural: las empresas más dinámicas han sobrevivido y se han revelado capaces de operar en gran medida sobre los mercados internacionales europeos y extra-europeos y de reconvertir sus estrategias según los cambios coyunturales.

En Italia el sector maderamueblamiento en su conjunto da trabajo a alrededor de 500.000 personas con cerca de 3.000 empresas industriales de más de 20 personas.

El sector en su conjunto constituye una cuota importante de todo el sistema de producción italiano. Se trata ante todo de un sector joven. De hecho, el paso de una estructura artesanal a una industrial se produce entre los años 50 y 60. Es en el curso de estos dos decenios cuando nacen en Brianza, Venetie, Pesaro y Toscana numerosas unidades de producción que se afirman rápidamente en los mercados internacionales, al punto que en algunos años las posiciones de amueblamiento «made in Italy» llegan a la posición de líderes mundiales.

Se trata por consiguientes, de una industria relativamente joven, pero que ha experimentado todas las etapas de evolución. A pesar de ello, conserva una medida de producción relativamente pequeña, en contraste con el ensanchamiento de los mercados.

El diseño ha encontrado una medida de expresión particularmente apropiada, donde la asociación y la utilización de materiales diferentes (madera, cristal, metales, tejidos o pieles) han permitido satisfacer todas las exigencias de funcionalidad, confort y seguridad.

No existen muchos países donde Italia no esté presente con sus productos de madera. Como muestra puede citarse el asentamiento comercial que se está experimentando en la India. Una presencia donde el objetivo no es sólo el aumento de la exportación en ese país, sino también la creación de «joint ventures» con empresas locales. No hay que olvidar que en la India hay 150 millones de personas que disponen de un poder adquisitivo parecido al europeo, y se puede mantener el mismo argumento sobre China.