



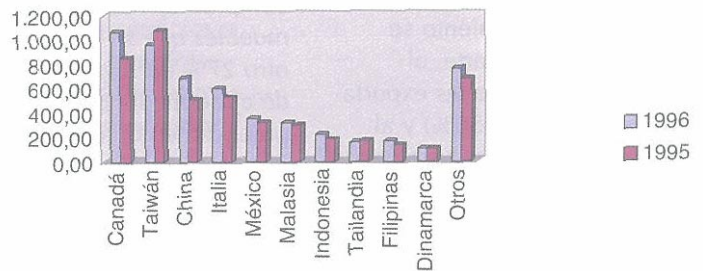
M E R C A D O

# EL MUEBLE

## en distintos países

### EE.UU., un buen mercado

La industria doméstica no cubre la totalidad del consumo y el 20% de las importaciones provienen de Asia, mientras que de Europa sólo llega el 5%.



Cifras en millones de dólares USA

ATIM

EE.UU. con una población de 263 millones de personas y una renta de 26.980 \$ por persona, es el mercado más importante del mundo. Desde 1990 el PIB ha crecido un 2% de media y para 1998 el FMI ha predicho un crecimiento del 2,2%, con un incremento de un 3% en los precios. Esta favorable situación económica está influyendo favorablemente sobre el mercado del mueble. En 1996 cien millones de familias americanas compraron muebles para el hogar por un valor de 25.500 millones \$, unos 3,8 billones de pta. Las expectativas económicas para los próximos 15 años son buenas. Con un crecimiento anual del número de familias de 1,2 millones la demanda

de muebles, prevista por la Asociación Americana de Fabricantes de Muebles (AFMA), crecerá un 2% en 1998. La industria doméstica no cubre la totalidad del consumo: alrededor del 20% proviene del exterior. Entre 1996 y 1995 las importaciones han crecido un 11% y los principales países suministradores son Canadá, China, Taiwán, Italia y México. Canadá suministra el 20% con un crecimiento del 26% respecto a 1996, sin embargo fue China la que más aumentó: un 36%. El 20% de las importaciones provienen de Asia, mientras que de Europa sólo aporta el 5%. Las exportaciones de los EE.UU. también son

importantes; cerca de 180 mil millones de pta. en 1996, siendo Canadá el mayor comprador, seguido de Japón y México. La industria de los EE.UU. se caracteriza por la alta concentración, tanto en la producción como en la distribución. Hay unas 5.000 empresas fabricantes con un total de 200 mil empleados, pero sólo 25 de ellas hacen el 50% de la producción. Esta situación en gran parte es consecuencia de las fusiones y absorciones de empresas locales obligadas a defenderse de la invasión del sudeste asiático en la década de los 80. Se ha tratado de aumentar la competitividad explotando el resultado de las

economías de escala. En cuando a la distribución, sólo 10 empresas venden el 15% de los muebles. Casi un 40% de los muebles se venden en tiendas independientes: un 17% por cadenas y galerías tradicionales y una cantidad algo menor, un 12%, por detallistas especializados. En definitiva un 70% se vende en canales especializados. El resto son canales genéricos, no especializados, como grandes almacenes, que distribuyen muebles de menor calidad, pero a precios muy competitivos. Esta relación 70/30 se ha ido modificando; hace una década era del 95/5, y probablemente siga avanzando