

**LA APERTURA AL EXTERIOR DEL SECTOR DEL MUEBLE ANDALUZ.
AN OPENING TO THE OUTSIDE WORLD OF THE ANDALUSIAN
FURNITURE SECTOR.
SANTOS-ROLDÁN, Luna***

Resumen

Este trabajo examina el escenario actual de los mercados de exportación del sector del mueble andaluz, considerando los mercados destino y las singularidades propias del sector. El estudio nace de la observación realizada sobre la progresiva tendencia del contexto empresarial específico del mueble hacia el comercio exterior.

Abstract.

This paper explores the current situation of export markets in the furniture industry in Andalucía, we have considered the target markets and the peculiarities of this sector. The study starts from the observation of the progressive tendency of the specific furniture context to the foreign trade.

Palabras clave: exportaciones, mercados destino, muebles.

Key words: exports, target markets, furnitures.

Códigos JEL: F14, L73

1. Introducción.

La Comunidad Autónoma de Andalucía parece mantenerse en un continuo reto de desarrollo. Más que nunca, se encuentra sumergida en “la era de la internacionalización”, una proyección totalmente imparable a la que Andalucía pertenece, viendo crecer sus exportaciones un 27,6% durante 2010 con respecto a 2009, lo cual es un nuevo récord en las ventas de esta región al exterior considerando todos los sectores. Las ventas al extranjero de Andalucía fueron el 9,9% del total español, configurándose como la cuarta Comunidad Autónoma, tras Cataluña, Madrid y Comunidad Valenciana, reduciendo su diferencial respecto del año anterior. La economía andaluza exige de inmediato un mayor fortalecimiento, fijando una evolución ascendente en su internacionalización.

Por otro lado, la importancia del sector del mueble queda evidenciada por ser prioritario en términos de desarrollo regional y generación de puestos de trabajo, por pertenecer a la industria manufacturera, tan expandida en la Comunidad Autónoma andaluza, por la existencia de un clúster (Lucena, Córdoba). Pero también, porque el fin del *boom* inmobiliario ha causado “daños colaterales” que afectan a sus hitos presentes y futuros. El sector del mueble está inmerso en un cambio radical de su negocio tradicional.

* Luna Santos Roldán. luna.santos@uco.es (Córdoba, 1984) Licenciada en Derecho y en Administración de Empresas, Máster en Comercio Exterior e Internacionalización de Empresas y perteneciente al Área de Organización de Empresas de la Universidad de Córdoba. Su principal línea de investigación es el estudio de la propensión exportadora. Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Puerta Nueva s/n. Área de Organización de Empresas. Universidad de Córdoba (Spain).

Porque, es hoy ya una realidad, que su supervivencia depende de un mayor ahínco en su apertura al exterior.

Realizando un símil con el estudio de Sánchez y Arévalo (2007), las debilidades de la industria andaluza se explican a partir de su especialización en ramas tradicionales de escaso contenido tecnológico y de la insuficiente contribución final a la productividad agregada de la región. Según estos autores se hace necesario entender los factores de crecimiento de una periferia industrial anclada en sectores tradicionales, contradiciendo la teoría sectorial del crecimiento económico, la cual explica que la reasignación de recursos a favor de las actividades industriales más dinámicas favorece el crecimiento agregado de la economía.

Por todo ello, este artículo pretende analizar la realidad de la intensidad exportadora del sector del mueble andaluz, detallando sus características, el progreso en las exportaciones y los países receptores. Para concluir se presentan las conclusiones que se desprenden del estudio, enfatizando el deficiente rendimiento actual del nivel de exportaciones.

2. Situación y características del sector del mueble en Andalucía.

En su globalidad, la balanza comercial de Andalucía obtiene valores negativos, las importaciones son con relativa frecuencia mayores que las exportaciones. La balanza comercial andaluza de las partidas muebles de hogar, de oficina y de cocina de los años 2004 a 2010, refleja el cambio producido a partir de 2005 (año en el cual el saldo de la diferencia entre exportaciones e importaciones de mobiliario fue de 11. 170,50 miles de euros), desde entonces reportando unos resultados negativos (por valor de -23.784,05 miles de euros en 2010).

Cuenca (1995) describe el sector exterior andaluz con características tales como: un bajo nivel de apertura al exterior, relaciones comerciales estables con pocos países, escasas empresas con vocación exportadora y gran concentración de las exportaciones en unos pocos productos. Ciertamente, el carácter periférico de Andalucía restringe las posibilidades de exportación, pero esto no implica obstáculos insalvables (Delgado y González, 2000). Tal y como asegura el Consorcio Andaluz de Desarrollo Económico de la Diputación de Córdoba (2004), el sector del mueble andaluz está realizando esfuerzos por abrirse en países extranjeros, y aunque el mercado más inmediato es el nacional, ya hay empresas que se han decidido a emprender fuertes estrategias para crecer en el exterior, intentando ofrecer una buena calidad del producto a precios competitivos.

El sector del mueble en Andalucía tiene una amplia representación, es el territorio con mayor número de empresas. A lo largo de esta década, ha sido una constante el crecimiento del número de empresas, si bien, dicho número también se ha visto resentido y en los dos últimos años ha caído de forma preocupante. (Cuadro 1). A esta característica se añade que es la quinta Comunidad en volumen de exportaciones, resultando de todo ello unas previsiones con un potencial bastante alentador.

Cuadro 1: Evolución del número de empresas fabricantes de muebles en Andalucía.

Año	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nº	2747	3014	3214	3347	3459	3558	3628	3646	3645	3534	3294	2980

Fuente: Directorio Central de Empresas (INE).

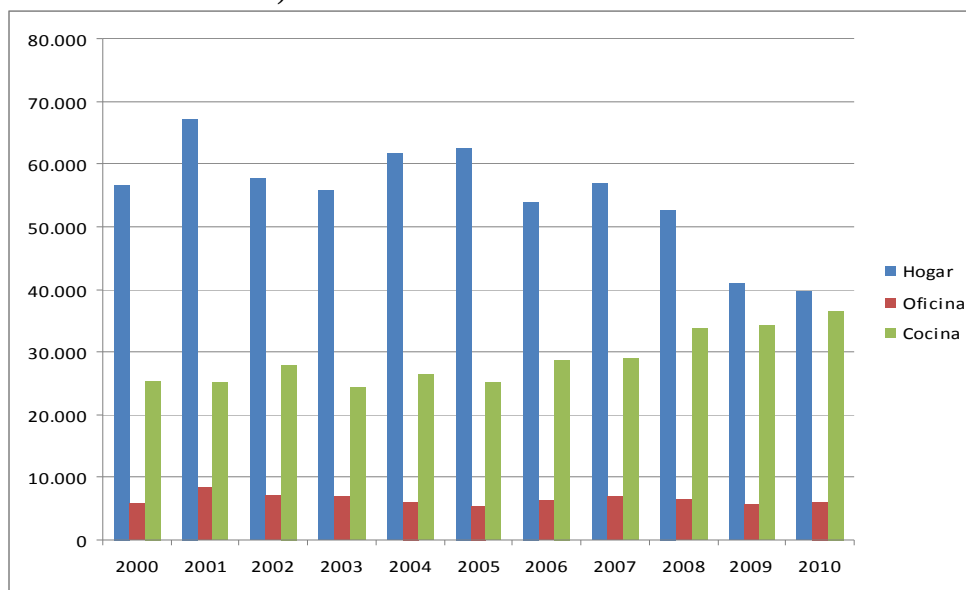
De forma manifiesta hay gran localización en Córdoba, Sevilla, Málaga y Jaén. Asimismo, hay focos que concentran la vasta mayoría de las empresas, es el caso de Lucena, que acoge a casi la mitad de las empresas del sector de Córdoba, y junto con la capital y Villa del Río suma el 60% a nivel provincial. Otros núcleos son Mancha Real en Jaén, Écija y Pilas en Sevilla (Consortio Andaluz de Desarrollo Económico de la Diputación de Córdoba, 2004).

3. Evolución de las exportaciones.

Al estudiar la evolución de las exportaciones andaluzas de mobiliario en el período 2000 – 2010, se perciben muchos altibajos, como se refleja en la gráfica 1. El mobiliario de oficina y cocina incrementaron un 6,83% y un 6,59% respectivamente sus ventas en el extranjero en 2010 con respecto al año precedente. Por el contrario, es el mobiliario de hogar el que ha disminuido su peso, con el gran inconveniente de ser el que presenta un mayor volumen de exportaciones de los tres tipos de mueble. Cabe plantearse los motivos de esta disparidad, aún estando ambos sectores muy ligados a la misma rama de actividad.

Gráfica 1: Exportación de mobiliario en Andalucía período 2000 – 2010.

(Unidades: miles de euros)



Fuente: elaboración propia a partir de Estacom.

Analizando cada mobiliario individualmente, vemos que en primer lugar, el perteneciente a oficina es el que ha seguido una tendencia más estable. Este tipo de mueble se engloba dentro del no residencial y su desarrollo depende de la evolución de la inversión en capital fijo de las empresas, de la evolución de la construcción no residencial y de las expectativas de beneficios empresariales. Las exportaciones andaluzas de mobiliario de oficina en 2010 se dirigen principalmente a Francia (con 2.227 miles de euros), Portugal (con 675 miles de euros) y Gibraltar (con 628 miles de euros). Para los productores, que se dividen en los familiares de tamaño reducido y en grandes empresas internacionales, es vital la diferenciación del producto mediante un trato personalizado al cliente.

En segundo lugar, el mueble de cocina depende de la construcción de vivienda residencial; probablemente esto mismo explique el aumento de su nivel de exportación, ante la escasez de la construcción de viviendas en el mercado interno. Las exportaciones andaluzas de mobiliario de cocina se dirigen principalmente a Francia (con un valor de 25.721 miles de euros), Marruecos (con un valor de 3.414 miles de euros) y Portugal (con un valor de 3.380 miles de euros).

En tercer y último lugar, el mueble de hogar de nuevo se liga a la construcción de vivienda residencial, aunque existen también los casos de renovación. A diferencia del sector de cocina, las exportaciones han disminuido debido a la crítica situación de la construcción de residencias. La explicación se encuentra en las características propias de los muebles de cocina y los de hogar; aquéllos suelen ser de menor volumen y coste, facilitando así su transporte, siendo los muebles de hogar los que con amplio margen ostentan una mayor facturación en el exterior. Debido al pequeño tamaño medio de las empresas españolas de mueble de hogar se hace dificultoso automatizar los procesos productivos e invertir en diseño. Las ventas en el extranjero van a Reino Unido (con 8.125 miles de euros), Portugal (con 5.135 miles de euros) y Francia (con 4.343 miles de euros). Nuevamente, predomina un comercio intraindustrial, en el que países compradores y vendedores son desarrollados (Subdirección General de Análisis, Estrategia y Evaluación, 2007).

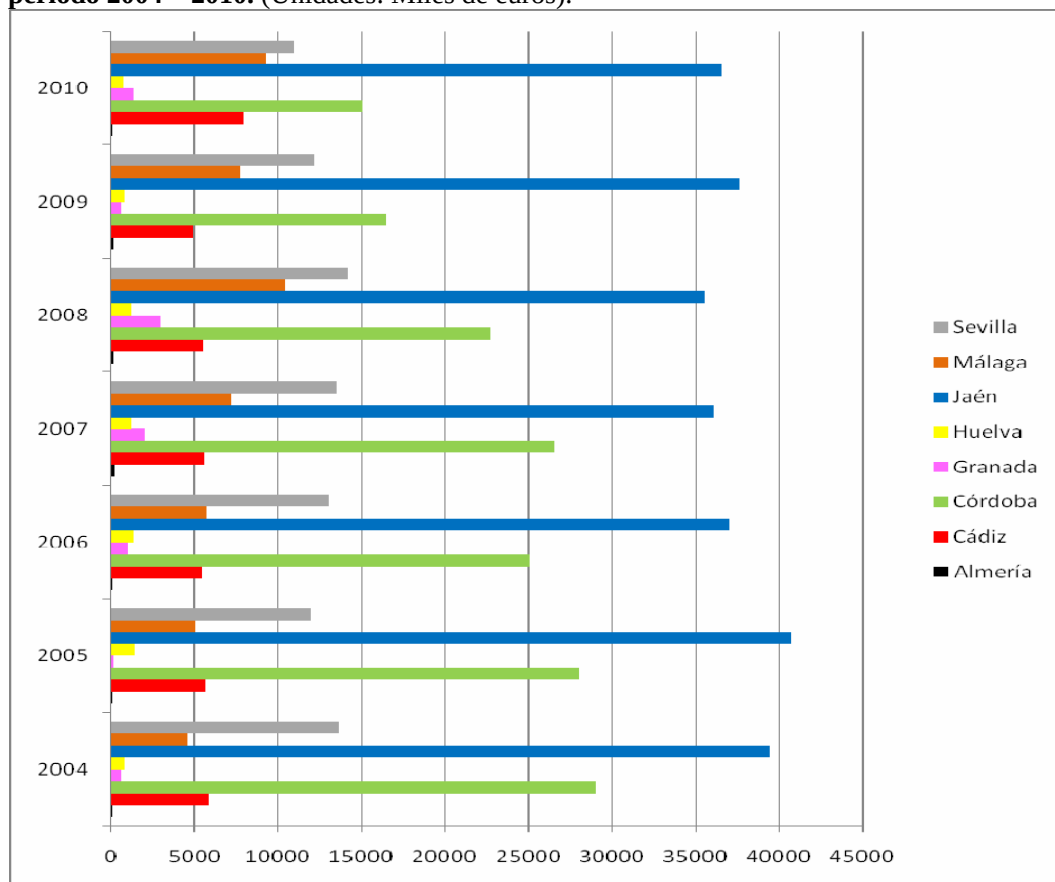
Cuadro 2: Evolución del peso de cada provincia andaluza sobre el total regional de exportaciones de mueble en el período 2000-2009.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Almería	0,15%	0,13%	0,13%	0,31%	0,26%	0,28%	0,18%
Cádiz	6,27%	6,07%	6,14%	6,03%	5,99%	6,20%	9,65%
Córdoba	30,81%	30,06%	28,17%	28,65%	24,42%	20,42%	18,37%
Granada	0,68%	0,22%	1,20%	2,25%	3,23%	0,83%	1,74%
Huelva	0,88%	1,62%	1,62%	1,35%	1,34%	1,03%	0,93%
Jaén	41,81%	43,61%	41,59%	38,97%	38,25%	46,57%	44,51%
Málaga	4,89%	5,43%	6,46%	7,86%	11,21%	9,58%	11,33%
Sevilla	14,51%	12,86%	14,69%	14,57%	15,30%	15,09%	13,29%

Fuente: elaboración propia a partir de Estacom

Hay que distinguir el comercio exterior de las distintas provincias andaluzas más importantes en volumen. La gráfica 2, así como el cuadro 2, representan las exportaciones de cada una en el período de 2004 a 2010. Teniendo en cuenta esto, en comparación con 2004, las provincias que de forma más sustancial han aumentado su peso han sido en primer lugar Málaga (con una variación de 6,44%), en segundo lugar Cádiz (con una variación de 3,38%). Por el contrario, las provincias en donde más ha disminuido el peso exportador con respecto al total andaluz han sido Córdoba (con una variación de -12,44%) y Sevilla (con una variación de -1,22%).

Gráfica 2: Evolución de las exportaciones de mobiliario de las provincias andaluzas en el período 2004 – 2010. (Unidades: Miles de euros).



Fuente: elaboración propia a partir de Estacom.

Se destaca claramente la alarmante situación de Córdoba. Una provincia con un próspero potencial en materia de exportación de muebles, atendiendo al número de empresas localizadas en esta provincia y a la productividad de las mismas. Sobresale el protagonismo del mueble de hogar, este tipo es el más elaborado con amplia diferencia por los fabricantes cordobeses. Se trata de un clúster dinámico y desarrollado, pero entonces, ¿qué está fallando? La respuesta precisa de una alusión a múltiples motivos: en primer lugar, la debilidad propia del sector ante la actual recesión de la Economía; en

segundo lugar, el sector del mueble cordobés tiene escasas barreras de entrada, mano de obra cualificada para la producción abundante, numerosas empresas pequeñas, pero demasiado individualistas, con una deficiente visión estratégica y donde falta personal cualificado para el comercio exterior; en tercer lugar, aún están implantadas algunas prácticas algo desfasadas de hermetismo y no cooperación entre empresas.

4. Mercados de destino de las exportaciones de mueble.

En lo relativo a los países destino de las exportaciones de todas las provincias andaluzas de muebles, en 2010 estuvieron encabezados por Francia, Reino Unido y Portugal (cuadro 3).

Cuadro 3: Países destino de la exportación andaluza en 2010 de muebles de hogar, oficina y cocina. (Unidades: miles de euros)

1	Francia	32390	9	Angola	990
2	Reino Unido	9478	10	Egipto	885
3	Portugal	9190	11	Finlandia	853
4	Marruecos	8108	12	Rusia	847
5	Gibraltar	4914	13	R. Dominicana	793
6	Alemania	2378	14	Italia	645
7	Estados Unidos	2079	15	Emiratos Árabes Unidos	593
8	Noruega	1136			

Fuente: Estacom.

Desglosando esta información por tipo de mueble y según las principales provincias andaluzas exportadoras, obtenemos que los más demandados en cada país no son iguales, como tampoco lo es atendiendo a cada provincia (cuadro 4). De estos datos se deducen varias conclusiones:

1. En primer lugar, llama la atención que a distintas provincias les corresponda el mayor volumen de ventas de cada tipo de mobiliario. Córdoba realizó las ventas más altas de mobiliario de hogar a Reino Unido, Sevilla de mobiliario de oficina a Francia, y Jaén de mobiliario de cocina a Francia nuevamente.
2. Aquellos países en donde se han efectuado las cantidades mayores de ventas de cada tipo de mobiliario, se hicieron con una enorme diferencia. La cantidad de 6.333 miles de euros del Reino Unido es seguida por los 1.519 miles de euros en Marruecos, con respecto al mobiliario de hogar. El total de 1.438 miles de euros de Francia es seguido por los 623 miles de euros en el Reino Unido, en relación al mobiliario de oficina. Por último, la cifra de 25.511 miles de euros de Francia es seguido por los 1.313 miles de euros en Marruecos, en el mobiliario de cocina, siendo ésta la diferencia más amplia.
3. En ocasiones, dentro de un mismo tipo de mobiliario los principales países destino de exportación se repiten. Así sucede con el mobiliario de hogar, donde Córdoba, como Jaén, coinciden en el ranking de ventas a Reino Unido y Portugal; igual sucede con Marruecos y Portugal en Jaén y Sevilla. El mobiliario de oficina queda mucho más disperso y únicamente Francia es el país que se repite en Sevilla y Jaén. Finalmente, las ventas exteriores de mobiliario de cocina hacia

Marruecos provienen de Córdoba y Sevilla, y las dirigidas a Portugal tiene participación de las tres ciudades.

4. El número de operaciones revela que son frecuentes las compras de reducido volumen en los tres tipos de mobiliario. No siempre el primer país destino coincide con el territorio donde se llevaron a cabo más operaciones.

Cuadro 4: Principales países destino de las principales provincias exportadoras de mueble de Andalucía, según tipo de mobiliario en 2010.

<i>Mueble de hogar</i>			
	País	Miles de euros	Nº operaciones
Córdoba	Reino Unido	6.333	16
	Noruega	940	40
	Portugal	853	90
Jaén	Marruecos	1.519	99
	Reino Unido	1.416	10
	Portugal	987	28
Sevilla	Portugal	1.009	167
	Marruecos	672	39
	Francia	556	227

<i>Mueble de oficina</i>			
	País	Miles de euros	Nº operaciones
Córdoba	Noruega	61	2
	Marruecos	43	4
	Bielorrusia	8	2
Jaén	Francia	740	15
	Costa Rica	19	1
	Guinea Ecuatorial	5	1
Sevilla	Francia	1.438	14
	Reino Unido	623	10
	Portugal	618	13

<i>Mueble de cocina</i>			
	País	Miles de euros	Nº operaciones
Córdoba	Marruecos	1.313	77
	Portugal	1.073	127
	Reino Unido	246	15
Jaén	Francia	25.511	12
	Alemania	1.151	11
	Portugal	891	12
Sevilla	Marruecos	1.083	62
	Portugal	740	49
	México	117	8

Fuente: elaboración propia a partir de Estacom

Para analizar el progreso que ha habido en los países receptores de las exportaciones, el siguiente cuadro 5 muestra la evolución de 2004 a 2009. En él se percibe que los únicos países en los que la región estudiada ha visto en el último año aumentar su volumen de exportaciones de forma considerable han sido Marruecos, República Dominicana, Finlandia, Estados Unidos y Panamá. Por otro lado, resalta la persistencia de los tres primeros destinos de las exportaciones andaluzas a Francia, Reino Unido y Portugal, aunque en el último año estos tres países han evolucionado negativamente.

Seguidamente, se prestará especial atención a cada uno de los tres principales países.

En primer lugar, Francia, siguiendo los estudios de mercado del ICEX (2007), presenta una producción de muebles con tendencia a la baja y cada vez son menos las empresas dedicadas a este sector. España ocupa el cuarto lugar como proveedor de Francia, estando por delante Italia, Alemania y China. La industria francesa, definida por su heterogeneidad y por su tradición artesanal, ha tenido un retardo en sus modalidades de producción y sus prácticas comerciales frente a rivales como Italia y Alemania. Por todo ello, el mercado francés no es autosuficiente y necesita de sus proveedores europeos y chinos para abastecerse.

Cuadro 5: Principales países destino de la exportación andaluza en el período 2004-2009 de muebles de hogar, oficina y cocina. (Unidades: miles de euros)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1. Francia	28.986	29.716	32.027	32.514	32.355	32.322
2. Reino Unido	14.268	15.948	14.403	12.566	11.085	11.685
3. Portugal	18.747	15.746	14.912	13.457	11.642	11.653
4. Marruecos	2.176	1.489	2.312	4.235	6.166	6.172
5. Gibraltar	4.407	4.842	4.858	6.101	5.763	5.763
6. Rusia	4.796	2.531	1.411	3.052	3.128	3.128
7. Alemania	2.684	2.243	2.577	3.856	3.005	2.983
8. Suecia	2.282	4.171	2.436	3.105,43	2.560	2.556
9. Rep.Dominicana	173	41	157	54,92	2.270	2.270
10. Dinamarca	3.498	2.200	1.626	1.196,28	1.331	1.309
11. Finlandia	719	812	1.057	833,16	1.188	1.183
12. Estados Unidos	966	594	806	711,91	1.155	1.155
13. Andorra	508	884	1.263	906	796	796
14. Panamá	0	63	48	41	774	774
15. Noruega	82	127	207	1.270	754	754,

Fuente: Estacom.

En segundo lugar, el sector de la fabricación de muebles de madera en Portugal ha sufrido una alteración con la finalidad de adaptarse a las condiciones del mercado. Los muebles grandes y fabricados en maderas pesadas, están cediendo su posición a otros

muebles multiusos, más adaptados a las dimensiones reducidas de las viviendas modernas. Portugal importa mobiliario de madera principalmente de países comunitarios, siendo sus más importantes proveedores, España, Francia e Italia.

En segundo lugar, el consumidor portugués valora el diseño y la imagen de la marca, eligiendo los muebles importados para encontrar esa distinción. Además, pese a que España es también cliente de Portugal, lo es en niveles inferiores, siendo la comparación entre las exportaciones de Portugal a España y las importaciones de España a Portugal muy favorables para nuestro país.

En esencia, es la proximidad del mercado y el conocimiento del mismo lo que convierte a Portugal en uno de los fundamentales objetivos de las empresas del mueble andaluzas. En último lugar, el Reino Unido se configura como una buena opción, ya que la percepción del producto español ha mejorado significativamente, empezando a compararse con la de los productos italianos. Es un mercado con predilección por el mueble clásico, pero también por el contemporáneo recientemente.

5. Conclusiones.

En el momento actual, el nivel de exportaciones de muebles se encuentra en un punto crítico, al disminuir en los últimos cinco años. Parece que no se está sacando el máximo provecho a la posibilidad del comercio exterior en este campo, prefiriendo otros sectores como el de las materias primas, productos industriales y bienes de equipo con un 60%, seguido por el agroalimentario con un 33% del total de bienes exportados en 2010 por Andalucía.

Hoy día, en la complicada situación económica de España en general, la industria del mueble no se encuentra protegida. Sufre las consecuencias de la disminución de inmuebles que se venden, por lo que no requieren ser amueblados y la debilidad del consumo de los hogares (que disminuyen la renovación de su decoración). Sin duda, las empresas que sean capaces de exportar a los países que antes salgan de la crisis económica serán las que antes se recuperen de esta coyuntura.

El sector del mueble andaluz presenta claroscuros, tiene escasas barreras de entrada, mano de obra cualificada para la producción abundante, numerosas empresas pequeñas, pero demasiado individualistas, con una deficiente visión estratégica y donde falta personal cualificado para el comercio exterior.

Sin embargo, es un sector dinámico, emprendedor y muy flexible, que empieza a contar con instrumentos potencialmente muy potentes como el CITMA (Centro Tecnológico de la Madera), CEMER (Consorcio Escuela de la Madera), la ayuda dispensada por el ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) o Extenda (Agencia Andaluza de Promoción Exterior), y que estaría preparado en poco tiempo para ajustar la producción a lo que los mercados puedan demandar (productos con diseño más moderno, elaborados con materias primas renovables y a un precio competitivo). Podemos aventurar que en los próximos años se producirá una selección natural en el sector sobreviviendo sólo las empresas de tal orientación.

Bibliografía.

Consorcio Andaluz de Desarrollo Económico de la Diputación de Córdoba (2004): “El sector del mueble”. *Boletín ICE Económico: Información Comercial Española*, 2823, pp. 157-166.

Cuenca, E. (1995): “El sector exterior de la economía andaluza”. *Boletín Económico de Andalucía*, 20, págs. 43-52.

Delgado, J.; González, F. (2000): “[Un análisis de la relación existente entre ciertos factores empresariales y la exportación en la empresa manufacturera andaluza](#)”. *Boletín Económico de Andalucía*, nº 28 y 29, págs. 257-269.

Instituto español de Comercio Exterior ICEX. Sánchez Moral, S. y Arévalo Sánchez, P. (2007): “Globalización, industria tradicional y territorio en Castilla-La Mancha”. *Anales de Geografía*, 27, 1, pp. 103-124.

Instituto Nacional de Estadística INE. Directorio Central de Empresas

López de la O., J. A. (2007): “Clusters industriales andaluces: los retos de las redes de empresas”. *II Congreso RETA Andalucía ante el reto de la innovación*, pp. 1-24.

Subdirección General de Análisis, Estrategia y Evaluación (2007): “Diagnóstico del sector del mueble en España”. *Boletín Económico de ICE*, 2902, págs. 3-17.