

COMERCIO DE MUEBLES

(Marzo 2015)

- ✓ Moderado descenso de las ventas en 2014.
- ✓ A corto plazo se prevé un repunte de la demanda en todos los segmentos del mercado y una mejora de los márgenes.

Tendencia Prevista

Mueble de hogar ↔↑	Mueble de oficina ↔↑	Mueble de cocina ↔↑	Rentabilidad ↔↑
--------------------	----------------------	---------------------	-----------------

Evolución de la Actividad

(Mill. euros)	2011	2012	2013	% var. 13/12	2014 (a)	% var. 14/13
Mueble de hogar	2.130	1.935	1.755	-9,3	1.744	-0,6
Mueble de cocina	320	270	245	-9,3	240	-2,0
Mueble de oficina	270	230	215	-6,5	219	1,9
Otros muebles (b)	155	135	125	-7,4	122	-2,4
TOTAL	2.875	2.570	2.340	-8,9	2.325	-0,6

(a) provisional. (b) mueble de baño, terraza y jardín.

Fuente: DBK sobre fuentes diversas.

- En 2014 se moderó significativamente el ritmo de descenso de las ventas de mobiliario en España respecto a lo registrado en ejercicios precedentes, observándose una incipiente mejora de la demanda durante el segundo semestre del año. Así, frente a la caída del 8,9% contabilizada en 2013, la facturación del comercio minorista de muebles disminuyó menos del 1% en 2014, situándose en unos 2.325 millones de euros.
- Se estiman ligeros descensos de ventas en todos los segmentos de producto excepto en el de mueble de oficina, en el cual experimentaron un moderado aumento en un contexto de repunte de la inversión empresarial y ascenso de la contratación de espacios de oficinas en las principales ciudades españolas.
- Los mayores retrocesos correspondieron a los segmentos de mueble de baño, terraza y jardín, y mueble de cocina, con caídas de ventas en torno al 2%, mientras que en el caso del mobiliario de hogar la facturación se redujo alrededor del 0,5%. Pese al aumento de las operaciones de compraventa en el mercado inmobiliario residencial, en 2014 se mantuvo la tendencia descendente del número de viviendas terminadas, hasta situarse en el período enero-septiembre en poco más de 38.000, un 10,3% menos que en los nueve primeros meses del año anterior.

Rentabilidad

- La atonía de la demanda y la fuerte competencia entre las empresas para mantener sus cuotas de mercado impidieron una mejora de la rentabilidad sectorial en 2014. Según el Índice de Precios al Consumo, el precio medio de los muebles disminuyó un 0,3% en 2014, frente al estancamiento registrado en 2013 y el incremento del 1% experimentado en 2012.
- En el período mayo 2014-enero 2015, el Grupo BoConcept incrementó sus ventas en Europa un 2,3%, si bien su EBIT empeoró significativamente, situándose en -56,3 millones de coronas danesas (alrededor de -7,6 millones de euros), como consecuencia de los gastos incurridos en el proceso de reestructuración de su red de puntos de venta. En España, el grupo cerró en dicho período un total de cinco establecimientos, reduciéndose a cinco el número total de tiendas operativas.

Previsiones

(Mill. euros)	2014	2015	% var. 15/14	2016	% var. 16/15
Mueble de hogar	1.744	1.790	2,6	1.860	3,9
Mueble de cocina	240	244	1,7	254	4,1
Mueble de oficina	219	227	3,7	237	4,4
Otros muebles (a)	122	124	1,6	129	4,0
TOTAL	2.325	2.385	2,6	2.480	4,0

(a) mueble de baño, terraza y jardín.

Fuente: DBK.

- Después de siete años consecutivos de descensos, las previsiones para 2015 apuntan a una moderada recuperación de las ventas de mobiliario en España, estimándose una facturación en el escalón minorista de 2.385 millones de euros, lo que supone alrededor de un 2,5% más que en 2014.
- En 2016 se consolidará esta tendencia, de forma que en dicho ejercicio el crecimiento del volumen de negocio sectorial podría situarse en torno al 4%. Se esperan ascensos de ventas en todas las familias de producto, tanto en 2015 como en 2016, en un marco de aumento del consumo final de los hogares y mejora de la actividad empresarial.
- El repunte del volumen de negocio, unido a la contención de los costes y a las medidas de ajuste de capacidad y control de gastos implementadas por los operadores en los últimos años, permiten adelantar una moderada mejora de la rentabilidad del comercio minorista de muebles a corto plazo.
- Por otro lado, el cambio en el perfil de la demanda impulsará las estrategias de los operadores para ofrecer una oferta multicanal. Ikea, por ejemplo, ha inaugurado recientemente un nuevo formato de tienda en Valladolid y ha abierto un primer punto de entrega en Navarra, en el cual los clientes de la compañía podrán recoger y abonar los pedidos realizados a través de su página web.