

Panorama de la comercialización de muebles para el hogar en Norteamérica y Europa

Línea Temática: Patrones y Tendencias de Mercado del sector muebles del hogar y oficina en casa en Iberoamérica

María Emilia Peña-Pollastri¹

María del Pilar Caliva²

Gilda Eliana Albrieu³

Universidad Nacional de Chilecito Argentina

Resumen

Presentación de tipos y modelos de mobiliario para el hogar, de las principales empresas que ofrecen muebles, pertenecientes a una muestra de países integrada por Alemania, Canadá, Francia, Gran Bretaña e Italia. Se revelaron datos de las publicaciones en sus sitios web y se analizaron patrones y tendencias a partir del mobiliario que venden exitosamente. Se identificaron características frecuentes, entre ellas el servicio al cliente, el origen familiar de las empresas, las ventas en varios países, la oferta variada y abundante y la conciencia ambiental como base del modelo de negocio. Por otra parte, surgieron rasgos compartidos solo entre empresas del mismo país. La información obtenida podrá ser utilizada por empresas iberoamericanas para identificar vías de crecimiento o para estimular la creatividad en el desarrollo de nuevos productos o modelos.

Palabras clave: tendencias en mobiliario, mercado del mueble, fabricantes de muebles.

Abstract

Presentation of different types and models of furniture for home, from main companies that offer furniture, in same countries such as Germany, Canada, France, Great Britain and Italy. Data from their publications in official websites was collected and patterns and tendencies in furniture that is sold successfully were analyzed.

1. Universidad Nacional de Chilecito (Argentina), mariaemilia.pena@gmail.com
2. Universidad Nacional de Chilecito (Argentina), pilar.caliva@gmail.com
3. Universidad Nacional de Chilecito (Argentina), eliana.albrieu@gmail.com

Frequent characteristics were identified, including customer service, family business origin, sales in several countries, varied and abundant offer and environmental awareness as the basis of the business model. On the other hand, other shared features emerged only in companies from the same country. This information may be used for Ibero-American companies to identifying growth routes, also may stimulate creativity for the development of original products or designs.

Keywords: furniture trends, furniture market, furniture manufacturers

INTRODUCCIÓN

El presente estudio se realizó en el marco del segundo año de funcionamiento de la red iberoamericana RITMMA, durante el cual se comienzan a ejecutar rutas para el desarrollo de las empresas fabricantes de muebles que integran la red. En esta instancia, se espera que el conocimiento de las características de la oferta de muebles en países referentes ajenos a RITMMA, pueda ser de utilidad para que analicen comparativamente su situación y enriquezcan su enfoque de las prioridades y aspectos a desarrollar. El artículo se organiza en una breve introducción teórica y metodológica, luego presenta los datos relevantes y finaliza con conclusiones que sintetizan la esencia de lo observado.

1. CONTEXTO TEÓRICO

10

¿Qué es una buena marca de diseñador de muebles? Para Testavis (2018), una organización francesa de promoción de consumo responsable, es aquella que ofrece mobiliario con tres cualidades fundamentales: estético, sólido y ergonómico. Sin embargo, las concepciones y percepciones acerca de lo que significan dichos atributos, cambian con el paso del tiempo. Por otra parte, una buena marca debería poder ofrecer muebles a medida o una gama completa de productos. Esto permitirá al consumidor crear un conjunto de muebles homogéneos de la misma colección (mesa de comedor, mesa de café, gabinete de almacenamiento, silla, mueble de televisión, entre otros).

¿Cómo puede avanzar en la calidad de su oferta una empresa fabricante de muebles? Hay varias posibilidades de uso corriente, como por ejemplo el diseño técnico de productos y procesos, el asesoramiento de sus proveedores y las encuestas o estudios cualitativos a clientes. Una alternativa, tal vez menos difundida que las anteriores, es analizar lo que hacen otros fabricantes de muebles. Esto ayuda a enfocarse en la dimensión estratégica o de negocio, detectando señales de cambio, amenazas y oportunidades, tendencias, estrategias y reacciones de la competencia. El *benchmarking* es el estudio de los líderes y referentes del mercado. En cambio, si se estudia a los competidores directos de una marca, se ingresa claramente al terreno de la inteligencia competitiva.

Hernández Rodríguez y Cano Flores (2017) analizan el surgimiento y evolución del concepto de *benchmarking* citando numerosas definiciones. Una bastante tradicional, propuesta por Camp

(1993), indica que “es la búsqueda de las prácticas de la industria que conducen a un desempeño excelente”. Otra más reciente, formulada por Coldling (2000), señala que el *benchmarking* es un proceso de evaluación de productos, servicios y procesos entre organizaciones, mediante el cual una de ellas analiza cómo otra realiza una función específica. Concluyen los autores en que “compararse con las mejores organizaciones es tener la oportunidad de crecer, de satisfacer las expectativas de los clientes y, finalmente, fortalecer la calidad en el servicio”.

La norma sobre gestión de I+D+i (investigación, desarrollo e innovación) denominada UNE 166.006:2011, define a la inteligencia competitiva del siguiente modo: “Proceso ético y sistemático de recolección y análisis acerca del ambiente de negocios, de los competidores y de la propia organización, y comunicación de su significado e implicaciones destinada a la toma de decisiones” (Asociación Española para la Calidad, 2012). Otra definición indica que “inteligencia competitiva es el proceso de obtención, análisis, interpretación y difusión de información de valor estratégico sobre la industria y los competidores, que se transmite a los responsables de la toma de decisiones en el momento oportuno” (Gibbons y Prescott, cit. por Escorsa y Cruz, 2008).

El presente documento podrá ser caracterizado como un aporte de *benchmarking* o de inteligencia competitiva, según cuál sea la posición estratégica del lector respecto de las empresas contenidas. Cabe destacar que se trata de un estudio puntual y limitado, que debería actualizarse sistemáticamente si se espera que alimente una auténtica gestión de I+D+i.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se ha planteado una investigación de tipo exploratoria, mediante el relevamiento de datos secundarios y el estudio de casos. Estos se han seleccionado por conveniencia; partiendo de un sondeo previo de alrededor de 50 casos, se llegó a conformar una muestra no probabilística de 16 empresas que ofrecen mobiliario para el hogar en los siguientes países: Alemania, Canadá, Francia, Gran Bretaña e Italia.

Primero se escogieron países que se consideraron buenos referentes del sector según diferentes criterios. Debido a su relevancia económica se incluyeron a Alemania e Italia, por ser los principales fabricantes y exportadores de muebles de Europa, según los datos presentados por el Centre for Industrial Studies (CSIL) en el seminario World Furniture Outlook 2018 celebrado en Milán, Italia (Acomza, 2018). Con un criterio histórico, se han seleccionado los países de Francia e Inglaterra por su innegable influencia en los más tradicionales estilos de arquitectura y decoración. Finalmente, si bien Estados Unidos es el exponente de mayor protagonismo en América del Norte, se ha preferido estudiar Canadá para acceder a un ámbito menos difundido.

Luego, para seleccionar las empresas, se incluyeron casos de los dos tipos de actores que propone Testavis (2018), para el sector: diseñadores y distribuidores de muebles. Los diseñadores de muebles son las marcas que idean y fabrican sus productos; pueden comercializarlos a través de distribuidores o por canales propios. Los distribuidores son las marcas que venden muebles que provienen de diferentes diseñadores.

Se identificaron marcas reconocidas consultando *rankings* y noticias del país. También mediante el buscador Google, evaluando los primeros 20 resultados naturales o patrocinados que surgieron al aplicar las siguientes frases de búsqueda en el idioma del país: “les meilleurs meubles en france”, “i migliori mobili d’italia”, “mobili italiani per la casa”, “successful stores in Canada”, “trendy furniture in Great Britain”, “möbel online kaufen”, “möbelfachhändler”. Los casos elegidos cumplieron los siguientes requisitos: tener sitio web con catálogo en línea, vender en el país bajo estudio, ofrecer piezas de mobiliario que atrajeran la atención de las investigadoras. Se procuró conformar una muestra con empresas de diversas trayectorias y gamas de calidad-precio.

Por último, se recorrieron intuitivamente los sitios web, de manera similar a como lo haría un comprador potencial que busca muebles para su hogar. Se leyeron textos, usando la herramienta Google Traductor cuando fue indispensable. Se seleccionaron fotos, en algunos casos se obtuvieron precios expresados en su moneda de origen. Finalmente se arribó a un panorama general de las características más sobresalientes de cada empresa y de su oferta.

3. RESULTADOS

Se presenta a continuación un breve apartado por cada país estudiado, donde se sintetizan las características sobresalientes del mobiliario que se comercializa en el mismo y se ilustra con fotografías de algunas piezas escogidas.

12

3.1. Alemania

Finebuy comenzó en el año 2006. Es una de las principales tiendas en línea de muebles y decoración de Alemania. Ofrece muebles de diferentes estilos con materiales de primera clase y procura que comprar muebles sea una experiencia satisfactoria para el cliente.



Figura 1. Set mesa de comedor.
Fuente: FineBuy



Figura 2. Mesa de café.
Fuente: FineBuy

Decker comenzó en 1915 como una empresa familiar, con el lema que aún mantiene: “sostenibilidad ecológica”. Actualmente, maneja toda la producción de muebles en su propia compañía, utilizando técnicas de vanguardia, en Borgentreich y Natzungen. El mobiliario muestra que el material, la sostenibilidad, el diseño y la funcionalidad no tienen por qué ser mutuamente excluyentes. Los muebles se distribuyen exclusivamente a través de sus minoristas.



Figura 3. Mesa de trabajo para laptop.
Fuente: Decker



Figura 4. Muebles de madera maciza.
Colección Lagura
Fuente: Decker

3.2 Canadá

El distribuidor Urban Barn otorga gran valor a la perfección en los diseños y detalles diferenciales. Brinda muchas opciones en cuanto a estilos, como el industrial y clásico. Aspira a la venta de piezas atemporales, que soporten cambios climáticos y tendencias, con carácter y formas cuadradas.

Roveconcepts se diferencia de sus competidores en las terminaciones de sus muebles, al comercializar piezas hechas a mano en un destacado taller artesanal. De esta manera, pretende mantener el control en la entrega del mobiliario y así respaldar la calidad. Los muebles tienen diseños prácticos y funcionales, aunque Roveconcepts conserva la base nórdica en el estilo, con cortes limpios, bases sólidas y superficies espaciosas para propiciar banquetes, típicos en la zona por sus bajas temperaturas.

Newell Furniture posee un servicio al cliente preponderante, en el cual ofrece la opción de devolver el producto a los 30 días, sin necesidad de dar explicaciones. En su página web puede verse la gran interacción con sus clientes a través de los comentarios que realizan, para que estén seguros de la inversión que hacen.



Figura 5. Silla de comedor Fairmont Trent Brown.

Fuente: Urban Barn



Figura 6. Silla de Comedor Fairmont Meyer Dove.

Fuente: Urban Barn



Figura 7. Mesa de Centro Megan Natural que se despliega para otras funciones.

Fuente: Newell Furniture



Figura 8. Mesa Jonás con patas que simulan ramas de árboles.

Fuente: Rove Concepts

3.3 Francia

Roche-Bobois es un fabricante de alta gama con tiendas en todo el mundo. Cuenta con piezas referentes del diseño exclusivo. Destaca por el protagonismo de los tapizados, las formas geométricas no tradicionales, las colecciones de diseñador, el colorido y la modularidad para componer mobiliario a partir de piezas simples.

BoConcept también es un fabricante de alta gama, que comercializa muebles en Francia y otros países. Se decanta por líneas minimalistas y materiales puros, ofreciendo productos de larga vida útil.

El distribuidor Maisons du Monde declara valores y una sólida política de Responsabilidad Social Empresaria. En su oferta predominan los muebles de diseño tradicional de mediana gama. La empresa brinda productos respetuosos del medioambiente, gestionando los impactos ambientales a lo largo de su ciclo de vida.

De la Maison es un fabricante y distribuidor de muebles y accesorios que ofrece un vastísimo y variado catálogo con más de 20.000 productos, de diseños tradicionales y funcionales a precios muy convenientes.



Figura 9. Módulos para configurar mobiliario de sala diseño Mah Jong.
Fuente: Roche-Bobois



Figura 10. Cama funcional en MDF laqueado a €360.
Fuente: De la Maison



Figura 11. Mesa de madera con forma de hexágono irregular.
Fuente: Roche-Bobois



Figura 12. Mesa auxiliar que combina madera cruda y metal, desde €279.
Fuente: BoConcept



Figura 13. Original sillón fácil de trasladar.
Fuente: Roche-Bobois



Figura 14. Armario con renovado concepto de la tradicional puerta de tableros.
Fuente: Roche-Bobois



Figura 15. Aparador en pino reciclado, a €1.150.
Fuente: Maisons du Monde

3.4 Gran Bretaña

La empresa Nest ofrece muebles en los que se puede ver un diseño contemporáneo y moderno, con la particularidad de gran variedad de mesas que pueden ser extensibles, algo que es común en Gran Bretaña.

Se destacan diferentes líneas en el área de comercialización, como la Fritz Hansen que tiene un estilo modernista danés, que posee renombre por sus toques vanguardistas.

En Dwell, la idea que se promueve es la de crear experiencias a partir de un mueble, con unidades exclusivas que se adaptan a las necesidades del cliente. Se acentúan los diseños prácticos para espacios pequeños, que luego pueden usarse para más personas, buscando la funcionalidad como un valor agregado.

En Get Furnished, la madera de roble es protagonista, y en combinación con materiales como vidrio, enfatizan patas con diseños distintivos. En esta empresa, la esencia inglesa aspira a trascender con mixtura de estilos rústicos y contemporáneos, en variedad de piezas hechas a mano.



Figura 16. Juego de comedor piramidal.
Fuente: Nest



Figura 17. Mesa extensible a £1,995.
Fuente: Get Furnished



Figura 18. Silla de roble ahumado.
Fuente: Nest



Figura 19. Mesa cervecera de nogal.
Fuente: Dwell

3.5 Italia

El mobiliario italiano se distingue por la originalidad del diseño, presente en todas las gamas de precio. Provasi ofrece muebles de lujo a pedido; cada pieza es única. Son muebles clásicos de materiales nobles que se fabrican combinando equipamiento de alta tecnología con las finas terminaciones manuales de expertos artesanos de la ebanistería, pintura, metales, entre otras especialidades.

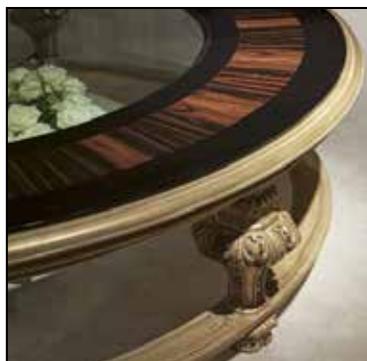


Figura 20. Detalle de mesa de sala. **Figura 21.** Biblioteca modular instalada en el muro.

Fuente: Provasi



Fuente: Lago

Lago diseña y fabrica muebles con diseño modular, en una innovadora biofábrica cuya arquitectura prioriza al trabajador y a la sostenibilidad ambiental. En sus procesos productivos reduce al mínimo los residuos y el consumo de energía y usa pinturas al agua sin solventes, favoreciendo la mejor calidad del aire y la salud de los ambientes.

17

Mobili Mazza es un prestigioso distribuidor de las mejores marcas en Italia y en el extranjero.

Casa Italia es una plataforma de comercio electrónico especializada en la venta en línea a precios de fábrica. También ofrece instalación, servicio postventa y transportistas especializados en el movimiento de muebles valiosos.



Figura 22. Cama moderna con una sola pata.

Fuente: Lago



Figura 23. Sillas de formas geométricas con respaldo de altura regulable.

Fuente: Lago



Figura 24. Aparador para la sala a €1.499.

Fuente: Casa Italia



Figura 25. Habitación clásica de estilo siciliano en madera maciza con superficies de mármol, compuesta de armario, cama, cómoda, mesitas de noche y espejo, a €13.800.

Fuente: Mobili Mazza

4. CONCLUSIONES

El estudio realizado permitió identificar interesantes particularidades en las empresas seleccionadas. Algunas de ellas se observan sostenidamente, más allá de las fronteras nacionales. Sobresale el servicio al cliente como factor que agrega un sustancial valor intangible a las características materiales y funcionales del mobiliario: entregas a domicilio, instalación profesionalizada, asesoramiento y garantías extensas son algunas de sus manifestaciones. Es corriente que el origen de la organización sea una empresa familiar, el cual se preserva y ostenta como rasgo de identidad, compromiso y superación que impregna a todos sus miembros actuales, especializados y profesionalizados. Muchas de las grandes empresas comercializadoras operan simultáneamente en varios países europeos y cuentan con catálogos de extraordinaria abundancia. Asimismo, la conciencia ambiental se manifiesta como mucho más que un aspecto importante a gestionar: en varios casos, es la base única y fundamental del modelo de negocio de la empresa.

Por otra parte, se han logrado distinguir algunos rasgos característicos comunes entre las empresas de un mismo país. Abundan muebles transformables y combinación de la madera con otros materiales en Gran Bretaña. Piezas sólidas y durables, inspiradas en la naturaleza en Canadá. Diseño ingenioso con intervenciones tecnológicas en Italia. Belleza y pureza estética en Francia. Formas rectas y simétricas en Alemania.

La diversidad encontrada en la oferta, invita a alentar la creatividad de los pequeños y medianos empresarios del sector madera y muebles, que son objeto y finalidad de los estudios que realiza la red RITMMA. Las expectativas del consumidor evolucionan en un contexto globalizado, accesible desde sus dispositivos digitales. No se trata de modas pasajeras, son tendencias crecientes del mercado. Muestra de ello es el "nesting", estilo de vida que avanza entre las personas que

procuran mejorar su calidad de vida disfrutando la calma de su hogar, trasladando allí parte importante de su vida social y laboral. Elección favorecida por los apremios económicos, los problemas de seguridad y la enorme oferta de dispositivos electrónicos y servicios a domicilio. Satisfacer a ese segmento creciente del mercado, al igual que otros, es una excelente oportunidad para desarrollar el protagonismo de las empresas de mobiliario para el hogar.

5. AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Guillermo Ramón Stick, el empresario fabricante de soluciones en madera que constituye nuestro mejor estímulo para querer aprender más acerca de su rubro. Y a la coordinadora general de RITMMA, Dra. Hilda Estrada López, que además de ser nuestro mayor referente en investigación, se ha transformado en una muy querida amiga.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acomza (2018). *La producción mundial de muebles, con buenas perspectivas*. Visualizado el 22-04-19 en: <https://acomza.com/la-produccion-mundial-de-muebles-con-buenas-perspectivas/>
- Arredamenti Casa Italia: sitio web. Visualizado el 22-04-19 en <https://www.arredamenticasaitalia.com/>
- Asociación Española para la Calidad (2012). *Vigilancia tecnológica*. Visualizado el 22-04-19 en: https://www.aec.es/c/document_library/get_file?uuid=e1db6bb7-e447-40a4-8bb9-32c3fde8cee2&groupId=10128
- BoConcept: sitio web. Visualizado el 15-04-19 en <https://www.boconcept.com/fr-fr/> De la Maison: sitio web. Visualizado el 15-04-19 en: <https://www.delamaison.fr/> Decker: sitio web. Visualizado el 22-04-19 en <https://www.decker.de>
- Camp, R. C. (1993). *Benchmarking*. México: Editorial S.A.
- Coldling, S. (2000). *Benchmarking*. Madrid: Editorial AENOR, Asociación Española de Normalización y Certificación.
- Dwell: sitio web. Visualizado el 22-04-19 en <https://dwell.co.uk/>
- Escorsa P. y Cruz E. (2008). *Vigilancia tecnológica e Inteligencia Competitiva*. Asociación Multisectorial de Empresas AMEC, Barcelona. Recuperado de https://www.academia.edu/2098057/De_la_vigilancia_tecnologica_a_la_inteligencia_competitiva
- Finebuy: sitio web. Visualizado el 22-04-19 en <https://www.finebuy.de/>
- Get Furnished: sitio web. Visualizado el 22-04-19 en <https://www.getfurnished.co.uk/>
- Hernández Rodríguez, C. y Cano Flores, M. (2017). La importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad en el servicio en las organizaciones. En *Ciencia Administrativa*, 2, 31-42.
- Lago: sitio web. Visualizado el 18-04-19 en <https://www.lago.it/>
- Maisons du Monde: sitio web. Visualizado el 15-04-19 en <https://www.maisonsdumonde.com/FR/fr>
- Mobili Mazza: sitio web. Visualizado el 22-04-19 en <https://www.mobilimazza.eu/>

Nest: sitio web. Visualizado el 22-04-19 en <https://www.nest.co.uk/>

Newell Furniture: sitio web. Visualizado el 21-04-19 en <https://newellfurniture.com/>

Provasi: sitio web. Visualizado el 22-04-19 en <http://www.provasi.com/>

Roche-Bobois: sitio web. Visualizado el 15-04-19 en <https://www.roche-bobois.com/fr-FR>

Roveconcepts: sitio web. Visualizado el 21-04-19 en <https://www.roveconcepts.com/>

Testavis (2018). *Référentiel des meilleures marques de meubles 2018*. Visualizado el 15-04-19 en <https://testavis.fr/marques/meuble/>

Urban Barn: sitio web. Visualizado el 21-04-19 en <https://www.urbanbarn.com/>

Cómo citar este artículo:

Peña-Pollastri, M., Caliva, M., Albrieu (2018). Panorama de la comercialización de muebles para el hogar en Norteamérica y Europa. En: Vargas González, V. Estrada López, H. & Cáceres Martelo (Comp.), Tendencias de mercado, innovación y aprovechamiento de residuos sólidos del sector muebles en países de Iberoamérica (pp.9-20) Barranquilla: Sello Editorial Universidad del Atlántico.