



BOLETÍN

Edición Digital
nº 17
Enero-Abril 2015

ÍNDICE

INFORMACIÓN DEL SECTOR	PAG. 3
ARTÍCULOS DE INTERÉS	PAG. 15
DECRETOS, PROGRAMAS, AYUDAS	PAG. 29
EVENTOS	PAG. 38
OFERTA Y DEMANDA TECNOLÓGICA	PAG. 43
OFERTA Y DEMANDA DE COOPERACIÓN	PAG. 44

INFORMACIÓN DEL SECTOR

1. DATOS DEL SECTOR DEL MUEBLE ESPAÑOL RELATIVO AL EJERCICIO 2014

A nivel nacional, las exportaciones españolas de muebles mostraron un crecimiento de 5,5% superando los 1.691 millones de euros en 2014. La exportación de muebles fabricados en la Comunidad Valenciana asciende a más de 395 millones de euros, lo que supone un crecimiento de 3,1% en 2014 en comparación con el ejercicio 2013. La balanza comercial del sector del mueble de la Comunidad Valenciana presenta un superávit de más de 133 millones de euros y una tasa de cobertura superior al 150%.

Exportación de muebles a nivel nacional

Enero-Diciembre'14: La exportación nacional de muebles aumenta un 5,5%

Durante el año 2014, las ventas al exterior del mueble español han alcanzado la cifra de 1.692 millones de euros, cifra que ha supuesto un incremento de 5,5% con respecto al volumen registrado en 2013.

	2013	2014	D% 14/13
Enero	95.679,5	114.449,5	19,6%
Febrero	121.809,7	133.293,4	9,4%
Marzo	120.862,5	133.521,8	10,5%
Abril	171.654,4	142.440,9	-17,0%
Mayo	145.698,8	140.874,8	-3,3%
Junio	137.841,8	142.632,8	3,5%
Julio	124.963,5	151.953,0	21,6%
Agosto	132.161,0	136.330,1	3,2%
Septiembre	136.963,6	148.402,7	8,4%
Octubre	155.450,1	176.248,5	13,4%
Noviembre	132.522,6	137.492,4	3,8%
Diciembre	127.562,1	133.937,6	5,0%
TOTAL	1.603.169,5	1.691.577,4	+5,5%

* Miles de euros

FUENTE: ESTACOM

Enero-Diciembre'14: La importación nacional de muebles aumenta un 15,2%

Durante el año 2014, España importó muebles por valor de 2.254 millones de euros, lo que representa un aumento de 15,2% con respecto a 2013.

Con estos datos tenemos que el saldo de la balanza sectorial arroja un déficit de 562,3 millones de euros, situándose la tasa de cobertura en un 75%.

Enero-Diciembre'14: Principales países origen de la importación española de muebles

Ranking de países. Importación española

	Enero-Diciembre 2013	Enero-Diciembre 2014	% sobre total	Crecimiento
China	410.901,0	510.584,4	22,7%	24,3%
Portugal	261.826,6	298.559,1	13,2%	14,0%
Alemania	244.014,3	261.188,7	11,6%	7,0%
Italia	186.783,3	213.059,6	9,5%	14,1%
Polonia	127.521,9	160.505,1	7,1%	25,9%
Francia	136.421,3	160.071,1	7,1%	17,3%
Marruecos	55.327,4	70.392,2	3,1%	27,2%
Rumanía	63.420,7	69.808,5	3,1%	10,1%
República Checa	69.698,6	51.193,7	2,3%	-26,5%
Eslovaquia	40.908,3	45.952,4	2,0%	12,3%
TOTAL	1.955.877,7	2.254.050,4	100%	+15,2%

• Miles de euros

FUENTE: ESTACOM

Como se puede observar en el cuadro anterior las importaciones españolas de muebles han aumentado un 15,2% en 2014.

Destacar la reactivación de las importaciones españolas de mueble chino que ha pasado de presentar un descenso de 9,3% en 2013 a reflejar un incremento de 24,3% en 2014, lo que hace que China continúe siendo el principal proveedor de mueble de importación en España.

Por detrás de China, ocupando los siguientes puestos en el ranking de proveedores de muebles a España, se sitúan diferentes países europeos como Portugal, Alemania, Italia, Polonia y Francia.

Enero-Diciembre'14: Resultados exportación de muebles por Comunidades Autónomas

Exportación de muebles por Comunidades Autónomas

	Ene-Diciembre 2013	Ene-Diciembre 2014	% sobre total	Crecimiento
Cataluña	399.385,3	431.397,8	25,5%	8,0%
Comunidad Valenciana	384.066,0	395.819,6	23,4%	3,1%
Madrid	136.174,4	172.237,3	10,2%	26,5%
Galicia	143.045,3	138.293,0	8,2%	-3,3%
Andalucía	142.129,8	133.797,8	7,9%	-5,9%
Aragón	118.371,7	120.271,5	7,1%	1,6%
Pais Vasco	66.948,5	67.884,9	4,0%	1,4%
Murcia	50.207,0	66.455,1	3,9%	32,4%
Navarra	53.768,8	49.559,0	2,9%	-7,8%
Castilla y León	39.407,9	28.843,4	1,7%	-26,8%
Castilla-La Mancha	23.953,6	25.560,0	1,5%	6,7%
Rioja	20.367,3	24.005,5	1,4%	17,9%
Asturias	9.230,8	16.161,0	1,0%	75,1%
Baleares	3.256,3	6.445,9	0,4%	97,9%
Extremadura	1.746,8	2.933,2	0,2%	67,9%
Canarias	2.596,1	1.722,1	0,1%	-33,7%
Cantabria	829,6	856,0	0,1%	-7,9%

* Miles de euros

FUENTE: ESTACOM

Según los datos facilitados por ESTACOM, en 2014 Cataluña crece un 8% en sus exportaciones de mueble y se sitúa en el primer puesto del ranking de CC.AA. exportadoras de mobiliario con una cuota del 25,5% sobre el total exportado a nivel nacional.

La Comunidad Valenciana ha aumentado un 3,1% sus ventas al exterior y se sitúa en el 2º puesto con una cuota del 23,4% sobre el total exportado, lo que hace que el volumen de mueble exportado sea muy similar al de Cataluña y que ambas CCAA acorten distancias en el ranking de manera importante.

A destacar que Cataluña y la Comunidad Valenciana totalizan el 48,9% sobre el conjunto de la exportación nacional de muebles, lo que supone que actualmente casi la mitad del total de mueble español exportado ha sido fabricado en estas dos CC.AA.

Otras CC.AA. que también han visto crecer sus exportaciones en 2014 de manera importante han sido, entre otras, Madrid (+26,5%) y Murcia (+32,4%).

Según declaraciones del Presidente de ANIEME, -Juan Carlos Muñoz-, "La positiva evolución de las exportaciones españolas de muebles, que cierran el año 2014 con un crecimiento de 5,5%, refleja el esfuerzo que los fabricantes españoles de muebles vienen realizando a lo largo de los últimos años para incrementar sus ventas al exterior y diversificar los destinos de sus exportaciones".

Con una reducción de la base empresarial del sector del mueble español y una producción minorada, el aumento de las ventas de mueble español al exterior es reflejo del importantísimo esfuerzo de los empresarios del sector por fortalecer sus departamentos de exportación y por diversificar destinos, viajando a nuevos mercados y ampliando sus canales de distribución".

FUENTE: ANIEME

2. EL MERCADO DEL MUEBLE EN UCRANIA 2014

Ucrania se encuentra actualmente sumida en un proceso de cambio y aproximación a la Unión Europea. Las turbulencias políticas en el inicio del año 2014 y el conflicto armado que se desarrolla en las regiones del este del país están afectando y afectarán negativamente a la economía nacional a corto plazo. La evolución del PIB ha influenciado históricamente al sector del mueble, tanto en el comercio internacional como en la producción nacional. Las estimaciones del PIB para 2014 indican una fuerte caída en la economía ucraniana por lo que, previsiblemente, la demanda de muebles se contraerá a niveles superiores a los dos dígitos porcentuales. A ello hay que sumarle la depreciación de la moneda local, que encarece el producto extranjero y desincentiva las importaciones.

El mueble europeo tiene una presencia importante en el mercado ucraniano y suele ser de calidad media y alta. El mueble español se caracteriza por ser más tradicional y estar dirigido al segmento alto del mercado. Italia y Alemania son los principales competidores internacionales del mueble español y tienen una presencia consolidada en Ucrania. La producción nacional ucraniana está dirigida a los segmentos bajo y medio y no es competencia directa del mueble español, dado que el cliente ucraniano del segmento alto busca una combinación de calidad y prestigio que se asocia a la oferta procedente del extranjero.

Es recomendable exportar a Ucrania a través de un importador local que gestione todos los trámites administrativos. Los grandes importadores son los mejor situados para dirigirse al segmento alto del mercado y pueden dar salida tanto a muebles dirigidos al hogar como a oficina. El medio de pago habitual es el prepago, al que el cliente ucraniano ya está acostumbrado.

En conclusión, Ucrania presenta un mercado del mueble que se contraerá a corto plazo y donde el producto extranjero será mucho más caro por la depreciación de la moneda local.

En el segmento del mueble de lujo las empresas italianas y alemanas ya están posicionadas, y en un entorno recesivo es muy difícil que nuevos competidores puedan hacerse un hueco en el mercado.

Los datos históricos muestran que el mercado es muy volátil; si Ucrania consigue estabilizarse y alcanzar altos niveles de crecimiento, puede convertirse en un mercado en expansión con mucho potencial, aunque este es un escenario poco probable en los próximos años. La empresa española que quiera entrar en el mercado puede hacerlo ahora con la perspectiva de posicionarse de cara al futuro, pero con pocas expectativas a corto plazo.

Características y competidores más significativos

Algunos de los principales fabricantes y distribuidores de muebles ucranianos son: "Merks - Меркс" (muebles de hogar y de oficina), "Енран - Энран" (muebles de hogar y de oficina), "Liga Nova - Лига-Нова" (muebles de hogar y de oficina), "Progress - Прогрес" (muebles de hogar), Narbutas & Ко (muebles de oficina de diseño), "Snait - Снайт" (muebles infantiles), "Есмі - Эсми" (muebles de hogar), "Novi Stil - Новый стиль" (especializado en muebles de oficina), o "Artmetall-furnitura – Артметаллфурнитур" (muebles de hogar y de oficina). En el mercado trabajan tanto operadores grandes como pequeños y es difícil determinar la cantidad exacta de ellos, ya que muchos no están registrados o trabajan en un área muy limitada, pero se calcula que hay unas tres mil empresas operando en el mercado. Los pequeños productores son responsables de hasta el 80% de las ventas y muchos de ellos trabajan en malas condiciones y utilizando componentes baratos. Como resultado, en el mercado aparece un gran número de productos de baja calidad, imitando los muebles italianos o nacionales de marcas conocidas por el consumidor.

Las dos asociaciones más importantes en la industria del mueble en Ucrania son la "Asociación Ucraniana de Muebles - Українська Асоціація Мебельщиків" (UAM - УАМ) y la Asociación de muebles y carpintería de empresas de Ucrania "Mebelderevprom - Мебельдеревпром". La UAM reúne a más de 130 empresas, entre otras los principales fabricantes y minoristas de muebles, accesorios, colchones y herramientas de trabajo, además de organizadores de ferias y medios de comunicación especializados. "Mebelderevprom" reúne a 40 empresas líderes del sector del mueble, productores de madera conglomerada y otras empresas de la industria, con una producción total superior a los 500 millones de dólares.

En cuanto a la capacidad competitiva, la producción nacional ucraniana sufre en general, y con algunas excepciones, de los mismos males que la mayoría de fábricas del país, es decir, envejecimiento de la maquinaria y falta de capital suficiente para invertir en mejoras y optimizar las técnicas productivas. Pese a ello, la producción nacional ha estado desplazando con éxito durante los últimos años a los productos importados aunque aún no ha podido entrar en competencia con los segmentos más altos del mercado. En los segmentos medio-alto y alto la importación ha crecido y destacan los productos de origen italiano y alemán.

Para el consumidor ucraniano de gama alta, el diseño del mueble y la calidad se asocian al producto extranjero. Y dentro del producto extranjero existe una fuerte preferencia por lo italiano. Esto se observa tanto en las estadísticas, como al visitar comercios. Y se da para todo tipo de mueble, sin importar estilo, utilidad del mueble, material,... La presencia de Italia es muy fuerte, al igual que su imagen, y representa la mayor competencia para el exportador español. El segmento alto de la sociedad, muy influida por la imagen y el prestigio, prefiere los muebles de dicha procedencia.

Tras los italianos, otros países del oeste de Europa compiten con el producto español. La importancia de cada país varía dependiendo del

producto concreto, del material y estilo. Así se puede encontrar importación de Alemania, Francia o Reino Unido. El mueble procedente de países como Polonia o Estonia ha aumentado su calidad y compite aprovechando sus ventajas en precio.

Percepción del producto español

Los datos de comercio entre ambos países difieren dependiendo de si la fuente de la información son las autoridades ucranianas o españolas. En los datos de comercio bilateral a continuación se utilizan exclusivamente datos provistos por las autoridades aduaneras de España, que difieren ostensiblemente. El comercio bilateral entre España y Ucrania se caracteriza por ser históricamente deficitario para España. Las principales exportaciones españolas, un 34% del total, son de vehículos y maquinaria. Las importaciones a España de productos ucranianos son principalmente de cereales y aceites, partidas que combinadas representan el 74% del total.

El valor de las importaciones de muebles ucranianos a España ascendió a 2,85 millones de dólares en 2013, una cifra que representa el 0,19% del total importado desde Ucrania ese año.

Importaciones españolas de muebles ucranianos: TARIC 9401 + 9403

	2013	2012	2011	2010	2009
	\$2.849.266	\$2.293.921	\$2.725.906	\$4.065.565	\$5.397.831

Fuente: Comtrade

El valor de las exportaciones de muebles españoles a Ucrania fue de 5,3 millones de dólares, valor superior al de las importaciones con origen ucraniano y con un peso relativo mayor, un 0,96% del total.

Exportaciones españolas de muebles a Ucrania: TARIC 9401 + 9403

2013	2012	2011	2010	2009
\$5.325.821	\$5.243.240	\$6.322.357	\$4.961.867	\$7.257.928

Fuente: Comtrade

El análisis por subpartidas arancelarias muestra que las exportaciones españolas más importantes son los muebles de madera y los de metal, especialmente tapizados. La partida arancelaria más importante es la “940360 - Los demás muebles de madera” con un valor de exportación de 2,5 millones de dólares en 2013.

Ranking exportaciones españolas a Ucrania por subpartidas TARIC

TARIC	DESCRIPCIÓN	2013	2012	2011
940360	Los demás muebles de madera	\$2.500.934	\$3.317.984	\$2.988.212
940161	Asientos de madera tapizado	\$714.692	\$362	\$23
940171	Asientos de metal tapizado	\$378.604	\$6.399	\$119.588
940320	Muebles de metal (excluidos los utilizados en oficinas, asientos, mobiliario para medicina, cirugía, odontología o veterinaria)	\$351.357	\$335.745	\$180.287
940310	Muebles de metal del tipo utilizado en oficinas	\$195.477	\$116.170	\$67.554
940350	Muebles de madera del tipo utilizado en dormitorios	\$128.445	\$141.524	\$362.202
940370	Muebles de plástico (excluidos asientos, mobiliario para medicina, cirugía, odontología o veterinaria).	\$72.240	\$10.731	\$120
940151	Asientos de bambú o mimbre	\$35.325	\$34.298	\$16.466
940340	Muebles de madera del tipo utilizado en cocina.	\$22.572	\$5.537	\$293
940159	Asientos de mimbre rojo o material similar, distintos a bambú o mimbre	\$16.532	\$7.512	\$8.342
940140	Asientos convertibles en cama, diferentes de los usados para jardín y camping	\$16.002	***	***
940179	Asientos de metal no tapizado	\$7.146	\$219	\$9.353
940330	Muebles de madera del tipo utilizado en oficinas.	\$1.216	***	\$4.278
940169	Asientos de madera no tapizado	\$1.182	\$9.013	\$1.666
940130	Asientos giratorios con altura variable, excluyendo los de dentistas, barberos, etc.	***	***	***
TOTAL		\$4.441.724	\$3.987.506	\$3.760.395

Fuente: Comtrade

Un análisis más detallado de las exportaciones del “TARIC 940360 - Los demás muebles de madera” muestra que las mercancías más exportadas en la subpartida son los muebles de madera para comedores y cuartos de estar y los muebles de madera utilizados en tiendas y almacenes. El precio medio por kilogramo de la mercancía indica que el mueble de madera destinado al hogar es el que tiene mayor valor añadido, con un precio medio notablemente superior al destinado a oficina.

Exportaciones españolas de las subpartidas del TARIC 9403.60

TARIC	DESCRIPCIÓN	2013	2012	2011
9403.60	Los demás muebles de madera	\$2.500.934	\$3.317.984	\$2.988.212
9403.60.10	Muebles de madera de los tipos utilizados en comedores y cuartos de estar	\$ 970.254	\$ 1.474.517	\$ 1.439.058
9403.60.30	Muebles de madera de los tipos utilizados en tiendas y almacenes	\$ 958.435	\$ 704.477	\$ 728.309
9403.60.90	Los demás muebles de madera	\$ 572.245	\$ 1.138.990	\$ 820.845

Fuente: aduanas.cameras.org

Valor medio exportaciones españolas de las subpartidas del TARIC 9403.60

TARIC	DESCRIPCIÓN	2013	2012	2011
9403.60	Los demás muebles de madera			
9403.60.10	Muebles de madera de los tipos utilizados en comedores y cuartos de estar	23,84 \$/Kg	28,47 \$/Kg	28,11 \$/Kg
9403.60.30	Muebles de madera de los tipos utilizados en tiendas y almacenes	5,92 \$/Kg	4,29 \$/Kg	3,72 \$/Kg
9403.60.90	Los demás muebles de madera	9,88 \$/Kg	8,23 \$/Kg	8,18 \$/Kg

Fuente: aduanas.cameras.org

Hay 97 empresas registradas en la base de datos de comercio exterior como exportadoras de la partida arancelaria “940360 - Los demás muebles de madera” en el año 2012 a Ucrania. En la partida arancelaria “940161 - Asientos de madera tapizado” hay 18 empresas, 7 empresas en la partida “940171 - Asientos de metal tapizado” y 39 empresas en la partida “940320 - Muebles de metal (excluidos los utilizados en oficinas, asientos, mobiliario para medicina, cirugía, odontología o veterinaria)”.

FUENTE: ICEX. NOVIEMBRE 2014

3. EL MERCADO DE MUEBLE DE OFICINA EN LA FEDERACIÓN RUSA 2014

El sector de mobiliario de oficina en la Federación Rusa ha sufrido grandes transformaciones en el transcurso de los últimos años. En las épocas en las que la importación era nula o prácticamente nula, la producción nacional mantenía unos estándares de baja calidad, sin grandes apuestas en cuanto a diseño se refiere, lo cual no aportaba diferenciación alguna dentro de la oferta existente.

La aparición de la oferta extranjera supuso una auténtica revolución, y muchos consumidores rusos, en parte por oposición a la situación anterior, comenzaron a valorar enormemente la posibilidad de diferenciación. Esto provocó un desarrollo dentro del sector “Fit Out”, siendo éste un factor favorable para la aparición de nuevos perfiles de empresa especializados en aportar dichas soluciones al espacio de oficina.

La oferta nacional, entretanto, enfrentada a problemas estructurales difíciles de superar y a la creciente competencia extranjera, no ha sido capaz de adaptarse rápidamente a las nuevas situaciones, y ha perdido cuota de mercado con velocidad, hasta quedarse actualmente alrededor del 42% del total.

El mercado del mueble de oficina en la Federación Rusa presenta como característica más destacada la división en varios subsectores, con diferencias entre ellos mucho más marcadas que en otros mercados:

- Mobiliario de despacho para el hogar (Home Office), con características muy semejantes a las del mueble de hogar.

- Mueble de alta dirección, en el que predomina el mueble de importación.
- Mueble para oficinistas, copado prácticamente por la producción nacional y la importación procedente de las antiguas repúblicas soviéticas y el sudeste asiático.

En este contexto, el país más beneficiado de este proceso ha sido Italia, que ocupa una posición de liderazgo en este sector, a pesar de que su cuota de mercado disminuye año tras año en beneficio de países exportadores de mueble más barato. Países como China, y en menor medida Polonia y Ucrania, exportan a Rusia principalmente mueble barato, pero de mayor calidad que el ruso.

Así, el producto ruso se encuentra protegido por una maraña de reglamentaciones y aranceles que encarecen notablemente la importación, y sin las que el mueble ruso no podría conservar ni siquiera las relativamente modestas posiciones que mantiene. En enero de 2010, con la entrada en vigor de la nueva Unión Aduanera con Bielorrusia y Kazajistán, se produjo un ligero descenso en los aranceles aplicables a la mayor parte del mueble de hogar y de oficina.

La distribución, por su parte, está evolucionando también con enorme rapidez, pasando en pocos años de una estructura en la que el poder del canal residía en el vendedor, a otra en que es el importador-mayorista quien lo ostenta, debido, principalmente, a los procesos de integración hacia atrás que se han llevado a cabo. En este sentido, el mercado está dominado por cinco empresas: Felix, Solo, Fronda, Kraft y Unitex, que no sólo importan y distribuyen prácticamente por todo el país, sino que también fabrican un

producto cuya calidad mejora poco a poco. A pesar de esto, el producto importado es todavía de mejor calidad y se destina, prácticamente en su totalidad, al mueble de alta dirección.

Igualmente, hay que prestar especial atención a la conveniencia de establecer una presencia directa de las empresas españolas en Rusia. En el momento actual, el mueble español está presente principalmente a través de importadores rusos, lo cual hace su posición bastante vulnerable, en particular, en caso de un cambio de proveedores. La alternativa reside pues en la apertura de tiendas propias de mueble, fruto de la colaboración entre el fabricante español y el importador ruso. Esta presencia directa podría dar la posibilidad de acceder a proyectos en condiciones quizá mejores de las que podría conseguir un importador ruso, aunque para proyectos grandes o de carácter institucional su concurso seguirá siendo imprescindible.

Por otra parte, resultaría poco rentable centrarse en el segmento bajo o medio-bajo, ya que el fabricante local está ocupando dicho segmento, donde además encuentra fuerte competencia por parte de los países del sudeste asiático. Así, sería recomendable centrarse en sectores donde la oferta exportadora española pueda aportar un valor añadido y una ventaja competitiva difícil de igualar por parte del competidor local o por otros exportadores “low-cost” (sudeste asiático y exrepúblicas soviéticas).

En los últimos años, gracias a la buena situación económica que experimentó el país, el mercado del mueble de oficina creció enormemente. No obstante, desde finales de 2013 se ha detectado una ralentización de dicha expansión, llegándose a una situación de grave crisis en el último trimestre de 2014 y a fecha de redacción de este documento. Como es lógico, el nivel de importaciones depende fuertemente de la situación económica, de

manera que la evolución de la economía y de la divisa rusa durante el año 2015 serán determinantes para el sector.

FUENTE: ICEX. DICIEMBRE 2014

4. EL MERCADO DEL MUEBLE EN ALEMANIA

Las tendencias de consumo en el mercado alemán siguen la corriente de determinados cambios que se están produciendo en esta sociedad. Las “ideas-fuerza” de estos cambios que apuntamos podrían ser: “wellness”, hedonismo y “lifestyle”.

Todos los analistas constatan que los valores tradicionales alemanes están cambiando, y las empresas que sigan esta evolución y apliquen en consecuencia sus técnicas de marketing tienen buenas oportunidades de negocio. Algunas de estas tendencias podrían citarse aquí:

-Gran preocupación por la temática medioambiental, que es, junto con el desempleo, las pensiones y la seguridad alimentaria, el problema más importante.

-La población envejece, y el consumidor de la tercera edad se hace cada vez más presente para el fabricante y la publicidad (cada vez hay más anuncios dirigidos a este grupo objetivo de importancia creciente).

-Por causas laborales (incremento de contratos de media jornada, jubilaciones anticipadas, teletrabajo, excedencias de maternidad, etc.) aumenta el tiempo libre disponible del ciudadano (ello puede explicar, junto con el clima, el auge del bricolaje en Alemania, p.e.).

-Por causas culturales se da un aumento del número de consumidores más preparados (estudios) y más informados (viajes), y en consecuencia, más exigentes.

-Por causas económicas, el nivel de consumo es alto: el ciudadano medio alemán tiene en muchos sectores (p.ej. el mueble), el mayor gasto anual por habitante del mundo.

-El consumidor alemán está preocupado por la salud: sabe que la normativa de protección al consumidor es de las más exigentes y pregunta al vendedor sobre la inexistencia de componentes perjudiciales para la salud en el producto que compra.

Para que un producto reciba una buena acogida en un mercado, debe estar adaptado al máximo a los gustos y necesidades del consumidor. La concepción de un producto supone la combinación de características estéticas y funcionales, por eso al introducir un producto nuevo en un mercado nos debemos preguntar qué características son apreciadas en dicho mercado: la practicidad, la armonía estética, el aspecto ecológico, o incluso aspectos relacionados con el ahorro de energía y el ahorro económico. Según diversos informes del experto en diseño F.A. Reinhardt uno de cada dos consumidores afirma basar su decisión de compra en el diseño del producto. La motivación principal para la compra basada en el factor diseño es el deseo del consumidor de rodearse de objetos especiales y con “estilo”. En definitiva, el consumidor muestra una creciente predisposición a aumentar el gasto en objetos de un alto valor estético.

Según una encuesta realizada en Alemania por las consultoras Unternehmensberatung Titze GMBH y Marketin Dr. Vossen &

Partner en colaboración con la revista especializada Möbel-markt, y dirigida al comercio especializado, la característica más valorada a la hora de adquirir mueble de hogar es el diseño, seguido de los materiales y la tecnología.

Percepción del producto español

El grado de conocimiento de marca del consumidor alemán a la hora de comprar muebles es muy bajo, sobre todo en comparación con otros bienes de consumo. Además, las marcas más conocidas como por ejemplo Ikea no son marcas de fabricante sino de la distribución. Un estudio de la consultora BBE revela que un 48% de las personas encuestadas en toda Alemania fueron incapaces de mencionar una sola marca de muebles; en el este del país el porcentaje alcanza incluso el 60%. El consumidor alemán recopila información previa a la compra de muebles principalmente mediante la visita personal a las superficies de venta, la publicidad postal directa de los fabricantes, la presentación de muebles en los escaparates y las conversaciones con amigos y conocidos. También las revistas especializadas y exposiciones en el propio comercio son importantes. La publicidad en radio, televisión y prensa tienen, sin embargo, menor relevancia.

Respecto al conocimiento o imagen de los muebles según el país de procedencia observamos como los muebles alemanes y suecos tienen un alto grado de simpatía. Afortunadamente encontramos a España en este ranking, con un grado de simpatía del 3,3%, algo por debajo de países como Inglaterra, Italia y Francia, por delante de USA o Japón.

Recomendaciones para la empresa española

Existen cuatro ideas de fuerza que describen el mercado alemán y sus relaciones comerciales:

1. El mercado alemán del mueble se caracteriza por ser un mercado de relaciones comerciales estables, prolongadas y duraderas y el número de interlocutores es limitado.
2. Alemania es la plaza ferial más importante del mundo y es altamente recomendable la presencia en ella. Tal es la importancia que incluso las centrales de compra organizan sus propias ferias para poder observar, probar y tocar los productos.
3. La actividad comercial en Alemania requiere una cierta inversión. Los documentos comerciales deben estar en alemán o en un perfecto inglés, requiere presencia continua en el mercado y contratación de personal con conocimientos de alemán. Es un mercado abierto, maduro, totalmente abastecido y parcialmente saturado en el cual la demanda determina los flujos comerciales.
4. La cortesía comercial y el factor servicio al cliente es indispensable. La atención de pedidos, consultas, reclamaciones, preguntas, transporte, embalaje, son puntos de gran relevancia comercial. Cualquier imprevisto que pueda surgir tiene que ser resuelto con el mayor rigor y puntualidad posible.

FUENTE: ICEX. NOVIEMBRE 2014

5. INFORME DE FERIA. MAISON & OBJET. ENERO 2015

La 40ª edición de Maison & Objet se celebró en el Parc des Expositions Paris Nord Villepinte y ocupó los nueve pabellones del recinto ferial, repartidos en 246.000 m² y dedicados a distintos ambientes.

En esta edición participaron un total de 3.194 empresas frente a las 3.249 de la edición de enero del año pasado, lo que supone una disminución de un 1.69%. En cuanto al reparto de empresas nacionales y extranjeras: las últimas (1.768) superan una vez más a las francesas (1.426).

De éstas, 466 fueron empresas que acudieron por primera vez al evento (24 de las cuales eran españolas).

Dentro de los expositores extranjeros, Italia fue el país más representado en la feria después del anfitrión con un total de 359 empresas. El resto de países se repartieron como sigue:

Países con mayor número de expositores

Ranking	2014	2015	% 2015	% 2014/15
Francia	1.477	1.426	44.64	-3.45
Italia	346	359	11.24	3.76
Reino Unido	203	210	6,57	3.45
Bélgica	177	185	5,79	4.52
Alemania	154	163	5.10	5.84
Países Bajos	110	125	3,91	13.64
España	104	117	3,63	12.5

Fuente: www.maison-objet.com/paris

En esta edición, el número de visitantes se ha visto reducido en un 6,10 % en comparación con la misma edición del año pasado. Esto se debe principalmente a la situación económica actual que frena el consumo. Sin embargo, la procedencia de los visitantes se mantiene en los mismos

porcentajes, con una mayoría de visitantes internacionales frente a los locales.

En Maison & Objet las tendencias se presentan a través del Observatoire de la Maison. A lo largo del año, los miembros del observatorio identifican y analizan los cambios de tendencias e influencias.

El tema de inspiración de esta edición ha sido “MAKE”. El “saber-hacer” tradicional otorga valor a los objetos manufacturados.

En términos generales, la visión global es positiva. Dada la creciente internacionalización de la feria, que la ha convertido en una de las más importantes del sector a nivel mundial, las empresas españolas consideran que han de estar presentes sobre todo por cuestiones de imagen y promoción.

Desde la OFECOME de París, el primer paso que se recomienda a las empresas españolas interesadas en acudir a esta feria en calidad de expositores, es hacer una visita a la feria para poder analizar y calibrar los beneficios de la participación en la misma, así como comprobar si corresponde al sector y al segmento de la empresa.

Es aconsejable traducir todos los documentos así como el catálogo y la página web de la empresa al inglés y al francés, y sopesar la posibilidad de contratar a un intérprete, en los casos que sea necesario.

Fijar una agenda de visitas antes del inicio de la feria es muy recomendable para aprovechar al máximo la feria. Además de dejar la vía abierta a nuevos contactos que visiten la feria y que se muestren interesados en los productos de la empresa.

FUENTE: ICEX. ENERO 2015

6. INFORME DE FERIA. IMM 2015. FERIA INTERNACIONAL DE MUEBLE Y DECORACIÓN

La Feria Internacional de Mueble y Decoración (IMM) de Colonia es el certamen sectorial más importante del mercado alemán y el segundo mayor del mundo, después del Salone de Milán. La 66ª edición ha cubierto por completo la superficie disponible del recinto ferial, más de 280.000m².

El número de expositores mantiene una tendencia ligeramente creciente, alcanzando en el año 2015 más de 1200 empresas provenientes de 50 países. Asimismo, se observa, por un lado, un leve aumento del número de expositores internacionales, de 695 en la edición de 2013, 749 en la edición 2014 a 738 en la edición actual y, por otro lado, un leve descenso del número de expositores

alemanes, de 484 en 2013 a 462 en 2015.

En cuanto al número de visitantes a la feria, este año acudieron 146.000 personas, un 19,7 más que en la edición de 2014. Del total de visitantes, 102.000 eran profesionales y prescriptores del sector.

Tendencias y novedades presentadas

La tendencia “Pimp my home” no muestra señales de disminuir. Se espera, por tanto, un aumento en el volumen de negocio de muebles y artículos para el hogar. Ya se trate de inversiones en jardines o terrazas, iluminación, diseño mural o decoración, cada sector está siendo empujado más lejos, en dirección hacia la personalización y destinado, sobre todo, a frenar el ritmo de la propia vida. Aquí estamos viendo una nueva tendencia a la retención de referencias al pasado. Ya se trate de un pequeño pedazo de piedra visible a través de una pared o el uso de suelos de madera antigua, incluso de segunda mano. Antiguos abrigos de piel persa están siendo utilizados para tapizar un sillón nuevo y techos de vigas rústicas ya no se ocultan con un techo falso. Está pensado como contrapunto a la globalización y al ritmo acelerado de la vida cotidiana. Se denomina “Rough Luxe”.

Ranking de países expositores.

Ranking	País	Expositores
1	Alemania	462
2	Italia	103
3	Holanda	67
4	Dinamarca	60
5	Polonia	49
6	China	46
7	Bélgica	45
8	Suiza	35
9	Rumanía	32
10	Indonesia	31
11	Austria	28
12	Hong-Kong	28
13	España	25
14	Bulgaria	24
15	Portugal	22
16	Taiwán	21
17	Turquía	20
18	Francia	18
19	Ucrania	17
20	Suecia	14

Fuente: IMM Cologne.

Las opciones de diseño personalizado seguirán guiándose esta temporada por la megatendencia “Natura”. La pasión por lo ecológico continúa sin interrupción. Los clientes lo buscan para la decoración en general, accesorios, así como para muebles hechos de materiales naturales que promueven la salud. La preferencia es por los auténticos materiales naturales, no adulterados, genuinos. Se los asocia con un aspecto saludable y transparencia en cuanto a que el cliente sabe si lo que está comprando es realmente bueno. En cuanto a los muebles tapizados, el cuero sigue siendo la gran elección. Adicionalmente, fibras naturales como el algodón, el lino o la lana continúan siendo populares. Hay además una gran cuota de mercado para las fibras sintéticas y los tejidos mixtos, debido principalmente a su durabilidad y resistencia. El cordón está volviendo a ser un material recurrente para tapizados, al igual que los patrones florales.

Valoración de la participación española

Participaron 25 empresas españolas, de ellas 20 del sector del mueble. La oferta española presente en el certamen correspondía a un nivel medio de buena calidad y la presentación y el interiorismo de los stands puede considerarse como muy satisfactorio.

Debe destacarse como competidores de la industria española, las empresas alemanas e italianas, cuyos mercados objetivo coinciden en gran parte con los de las empresas españolas, tanto en Europa como fuera de ella. Además, la presencia de países como los escandinavos se puede considerar como consolidada en el certamen, con productos de rango alto de precio y un diseño muy actual.

En esta feria se muestra todo el espectro de la oferta alemana. Existe, además, una participación representativa tanto de la oferta del resto de países europeos como asiáticos. Como punto destacable, procede mencionar el retorno de la industria italiana por la importancia que le atribuye a la feria.

FUENTE: ICEX. ENERO 2015

ARTÍCULOS DE INTERÉS

1. SIETE ESCENARIOS EN CIUDADES INTELIGENTES PARA LA INDUSTRIA DEL HÁBITAT

El rápido crecimiento de las propuestas destinadas a cubrir las necesidades ciudadano-urbe y que progresivamente se van describiendo, sintetizando e incorporando al amplio concepto de ciudades inteligentes ha tenido un espacio de reflexión en la sede del Instituto Tecnológico Aidima, en el marco de una jornada en la que se explicaron más de un centenar de soluciones para smart cities, la mayoría aplicadas ya en distintas ciudades del mundo.

Desde opciones de eficiencia energética, la potabilización del agua utilizando vallas publicitarias, sensores incorporados a la ropa interior o las más habituales Apps, hasta la gestión de residuos o zonas verdes portátiles, están integradas en las siete macro-tendencias descritas en la jornada "donde hay una parte real y otra parte en construcción, pero donde, sin duda, está emergiendo un mercado específico para la industria del hábitat que hay que descubrir", destacaron en conjunto los responsables del encuentro.

Retomar la ciudad, formas de movilidad alternativas, la ciudad adaptativa, la ciudad sostenible, identidad y turismo, la ciudad

saludable y smart economy son las grandes áreas explicadas en la jornada con potencial para el desarrollo de productos y servicios. "Surgen de la propia evolución e interacción del entorno urbano con el ser humano a través del empuje y soporte de múltiples factores, como demografía, tecnología, política y la propia sociedad, entre otros", indicaron los expertos, quienes coincidieron en señalar que existe un "reto hábitat", como espacio de innovación y de valor añadido, con un nuevo mercado que requiere nuevas categorías de producto. Otro reto es el conceptual "sobre qué fabricamos y cómo se prepara la empresa para, por ejemplo, la demanda de concursos públicos y sus pliegos de condiciones".

La industria del hábitat fabrica soportes para multitud de elementos urbanos, como marquesinas, parques, pavimentos e iluminación, entre otros, y es una gran oportunidad para un nuevo equipamiento orientado a integrar esta realidad y la dimensión humana con diseños innovadores, al igual que sucede con los hoteles, restauración y cafeterías, en el conocido como canal Horeca.

Cada una de las siete tendencias enumeradas tienen sus

correspondientes apartados o micro-tendencias con sus correspondientes oportunidades, con el objetivo de armonizar ciudadano y ciudad, de tal forma que le proporcionen servicios y productos acorde con sus necesidades, pero también con sus inclinaciones, hábitos o formas de pensar y de entender el mundo.

Precisamente durante el encuentro se dieron a conocer los proyectos derivados del taller de productos del hábitat para ciudades inteligentes, celebrado el pasado 17 de marzo, donde se presentó home, "oficina al aire libre", de la empresa Frepat, diseñada por Rafael Vilar de Innova Industrial, entre ocho proyectos más desarrollados por empresas del mueble y la cerámica, y diseñados por nueve estudios.

FUENTE: TECNIMADERA



2. EL 25% DE LA INVERSIÓN TOTAL DE I+D EN ESPAÑA LA REPRESENTAN LAS MEDIANAS EMPRESAS

Pese a que las empresas del “mid-market” son poco reconocidas en España, al contrario que las pequeñas y las grandes empresas, este mercado supone un eje vital de la actividad empresarial; un sendero importante para el crecimiento y la recuperación económica. Así se desprende del Informe Sage sobre el Impacto Económico Europeo 2015 realizado por la multinacional de soluciones de gestión empresarial junto al Centro de Economía e Investigación Empresarial (CEBR), y que pone de manifiesto la aportación vital de las medianas empresas a las economías de Europa y, en concreto, de España.

Prueba del impulso a la economía que supone el sector de las empresas de tamaño mediano en España es su protagonismo en materia de I+D, ya que la cuarta parte de la inversión total del tejido empresarial del país en esta materia lo aportan las compañías de este segmento, pese a suponer tan sólo el 0,6% del total de las compañías. Así, del total de 6.900 millones invertidos en I+D en 2013 (que supone una caída de más del 14% en relación a 2008), el 24% vino de empresas del mercado medio: un total de 1.700 millones de gasto en 2013. Las compañías de este mercado apuestan de forma mayoritaria por los avances tecnológicos y el desarrollo: en 2012, el 56% de las empresas medianas realizaban actividades innovadoras, por el 34% del conjunto de la economía.

Pese a estas importantes inversiones, la actividad española en innovación continua muy rezagada con respecto a la de Europa: de los países que forman parte del Informe de Impacto Económico, España se sitúa en el puesto número 11 en cuotas de innovación, siendo Polonia el único que aparece por detrás, aunque en porcentaje, el 25% de la inversión realizada en este tipo de actividades por empresas medianas sitúa a España en los puestos altos del ranking. Las compañías del mercado mediano de toda Europa gastaron 22.400 millones de euros en actividades de I+D durante 2013; lo que equivale al 15% del total a través de todas las empresas dentro de estos países. El mercado mediano de Alemania presentó más de una cuarta parte de esta

suma, que ascendió a 5.900 millones de euros, sin embargo, esta cifra representó únicamente el 11% del gasto total en I+D empresarial del tejido empresarial alemán. “El hecho de que la innovación esté en el corazón de estas empresas hace que inviertan miles de millones de euros en investigación y desarrollo lo que supone una contribución al crecimiento del tejido empresarial que no es proporcional al número y tamaño de este segmento empresarial respecto al conjunto del tejido empresarial. Sin duda son los héroes anónimos de la economía europea”, subraya Jayne Archbold, CEO de Sage Enterprise Europa.

En España, las empresas del mercado mediano aportaron 74.000 millones de euros al VAB* (Valor Añadido Bruto) durante 2014, en línea con 2013 y lejos de los 95.00 millones que generaron en 2008; un descenso que es reflejo de los años de perturbaciones que ha sufrido la economía española. A través de todos los países estudiados, el VAB aportado por las medianas empresas alcanza un porcentaje comprendido entre el 15% y el 23% del total de la economía comercial, por lo que España (17%), se sitúa en la media. En términos absolutos, el mercado mediano alemán ha realizado una aportación estimada de 298.000 millones de euros en 2014, lo que equivale a cerca del 20% de su VAB comercial total, pero las empresas de este mercado suponen el 32% del total alemán, por el 0,6% que representan en España. Las naciones cuyo mercado mediano es el que más aporta a la balanza comercial del país son los Países Bajos, con el 23% y Polonia, con el 22%. Cabe destacar que en Portugal, pese a que el segmento de medianas empresas apenas engloba a 4.500 empresas, aporta también un 22% a su VAB global.

Se prevé que el VAB aportado por el mercado de empresas medianas españolas se recupere hasta alcanzar los 82.000 millones de euros para 2019, lo que representa un incremento del 11%. Pese a las dificultades sufridas por la crisis y a que solamente representa al 0,6% del total de las empresas, este segmento supone el 17% del VAB, el 13% del empleo y el 19% de la producción para la economía española. La fabricación es el mayor mercado mediano en España en términos absolutos, con una aportación de 24.000

millones de euros en VAB, así como en número de personas empleadas. Mientras que el número de empresas en España ha disminuido alrededor del 11% desde el inicio de la crisis en 2008, en el mercado mediano esa cifra ha caído casi un tercio a lo largo del mismo periodo, pasando de 20.500 a 14.000 empresas, aunque se espera que se creen 75.00 nuevos empleos en los próximos años, lo que supondrá que en 2019 habrá 1,5 millones de puestos de trabajo en este segmento.

Las medianas empresas europeas han contribuido con un VAB* (Valor Añadido Bruto) de 1,3 billones de euros a la economía europea en 2014, aproximadamente el equivalente de la producción económica española. Una cifra que se espera crezca un 3% en 2015, pese a que solamente representan el 1% del tejido empresarial en Europa y, sin embargo, contribuyen con el 20% del total de la facturación. El segmento de empresas medianas de Reino Unido es el que se ha recuperado con más fuerza desde la recesión de 2009, al igual que Alemania y Polonia, que también registraron un fuerte crecimiento del VAB del mercado mediano próximo al 20% a lo largo de los cinco años anteriores a 2014. Por contra, al igual que España, las economías periféricas de Irlanda y Portugal, observaron un VAB del mercado mediano inferior en 2014 al registrado en 2009. Esto refleja la prolongada confusión económica que ha azotado a aquellas naciones a través de los años objeto de análisis en el estudio. Igualmente, Reino Unido, junto con Alemania, son los únicos países analizados cuyos niveles de empleo en el segmento no han disminuido desde 2005, mientras que en el resto de naciones, se ha reducido desde 2009.

Jayne Archbold, CEO de Sage Enterprise Europa incide en la importancia de las empresas medianas en la contribución al crecimiento económico en Europa: "Estas empresas emplean a más de 18,7 millones lo que supone una contribución determinante en la generación y mantenimiento de empleo de calidad. Más que en cualquier otro segmento de mercado, las empresas medianas han demostrado que son auténticas incubadoras en el desarrollo de innovación y generación de talento, un talento que cuesta retener ya que tradicionalmente los trabajadores tienden a progresar profesionalmente en empresas de mayor tamaño".

Otro factor a tener en cuenta en la relevancia del segmento para el total de la economía es el volumen de exportaciones, ya que el 20% de las

exportaciones de bienes españoles en 2012 procedían del mercado mediano, con un volumen que alcanzó los 47.000 millones de euros. Alemania, por ejemplo, tiene una cuota de exportaciones de bienes aportada por las empresas del mercado mediano de las más bajas del estudio, tan sólo del 12%.

La principal fuente de datos utilizada para la segmentación y análisis han sido las estadísticas estructurales de las empresas y la base de datos de Eurostat. Este conjunto de datos ha sido completado a través de encuestas a empresas. Las empresas se han desagregado por número de empleados en conformidad con los datos de la OCDE y Eurostat):

- Pequeñas empresas: entre 0 y 49 empleados
- Medianas empresas: entre 50 y 249 empleados ('mid-market')
- Grandes empresas: 250 empleados o más

La encuesta se realizó entre 814 empresarios (de 12 países) con poder de decisión y fue realizada por la consultora independiente Redshift Research entre diciembre de 2014 y enero de 2015.

*El valor añadido bruto (VAB) es una macromagnitud económica definida en Eurostat que mide el valor añadido generado por el conjunto de productores de un área económica, recogiendo en definitiva los valores que se agregan a los bienes y servicios en las distintas etapas del proceso productivo.

FUENTE: INNOVAticias.com

3. MUEBLES DE IKEA QUE CARGAN SIN CABLES TU SMARTPHONE, ASÍ SON Y FUNCIONAN

Hay restaurantes de comida rápida, cafeterías de precios (y cafés) altos y algún que otro atrevido lugar público que se ha ido animando estos años a integrar en su mobiliario algún elemento para la recarga inalámbrica de nuestro smartphone. Pero pocas soluciones integradas en el hogar habíamos visto hasta ahora. Ikea viene a tratar de poner un poco de remedio.

Ya se han puesto a la venta los muebles y accesorios del gigante sueco de la decoración que conforman una línea donde el principal valor es la integración de la tecnología de carga inalámbrica bajo el estándar Qi. En ella hay diferentes muebles, desde una simple lámpara de trabajo a una mesita de noche, en los que se incluye una superficie en la que podemos recargar nuestro smartphone sin cables de por medio. En Xataka han estado probando uno de estos nuevos productos y nos cuentan su experiencia.

Si a alguien le preguntas cómo ve el futuro de la carga inalámbrica de sus gadgets, probablemente te diga que en esa visión aparecen algunas superficies de casa preparadas para que, al dejar el smartphone o cámara de fotos sobre ella, se inicie una carga. Sin cables de por medio.

Con esa idea nace la serie de muebles de Ikea. En ellos encontramos una zona marcada con un círculo y una cruz y donde tendremos que colocar el smartphone compatible con la carga Qi.

Hay que llevar cuidado porque el terminal debe estar bien colocado para que se inicie la carga.

Normalmente y dependiendo del modelo, el terminal vibrará o sonará cuando empiece a cargarse, y es una pista rápida para saber que lo hemos colocado correctamente. Ikea además ha colocado una luz que lamentablemente debe quedar bajo el terminal por lo que no nos sirve de notificación alguna, así que una opción interesante hubiera sido algún tipo de indicador que no se colocara bajo el propio smartphone a cargar sino en otra zona de la base de carga.

Todo es estupendo hasta que toca valorar los tiempos de carga. Sin cables de por medio, la eficiencia no es la más apetecible, y por ejemplo, con el Galaxy S6 Edge y su batería de 2600 mAh, la carga completa se consigue en 116 minutos usando un cargador de pared normal (no carga rápida, sistema con el que es compatible el nuevo terminal de Samsung) pero en 184 minutos, es decir, más de una hora extra de carga. Esa diferencia será mayor conforme aumente la capacidad de la batería.

El sistema de Ikea tiene una potencia de 5 W en la carga por inducción, y se incluye también un puerto USB de 5V y 2 A. Ambos sistemas de carga se pueden usar al mismo tiempo.

En el caso de que el terminal actual no sea un modelo con carga inalámbrica Qi de serie, como el nuevo Galaxy S6 Edge con el que se ha probado el producto de Ikea o el Nexus 6, por ejemplo, hay que incorporar una funda para habilitar esa carga.

Ikea tiene esos accesorios para algunos modelos de smartphones populares como los iPhone de Apple (desde el 4 hasta el 6 pero no el 6 Plus) o los Galaxy S3, S4 y S4 de Samsung. Pero por ahora ninguno más, lo que deja bastante huérfano el catálogo de posibles terminales que podemos usar con sus muebles, los cuales tienen un sobreprecio respecto al modelo sin carga inalámbrica.

FUENTE: XATAKA



4. CIENTÍFICOS BRASILEÑOS CREAN 'NARICES ELECTRÓNICAS' CAPACES DE IDENTIFICAR DISTINTOS TIPOS DE MADERAS Y PLÁSTICOS

Las 'narices' están formadas por un conjunto de sensores de gases que alteran la conductividad eléctrica de algunos de los materiales en que están elaboradas a medida que interactúan con vapores de sustancias volátiles tales como aminas, alcoholes, cetonas y compuestos aromáticos.

La variación de la conductividad eléctrica del conjunto genera una señal eléctrica específica, que se convierte luego en señal digital. Un software de computadora lee dicha señal y en cuestión de segundos identifica qué tipo de sustancia volátil está en contacto con el dispositivo.

"Dependiendo de la naturaleza del gas que entra en contacto con el material polimérico de los sensores, la nariz electrónica tiene una respuesta distinta", explicó el investigador Gruber.

Un logro en especial hizo posible el desarrollo de estas narices. El investigador y su grupo del IQ-USP sintetizaron y caracterizaron nuevos polímeros conductores derivados de dos tipos específicos de polímeros, los poli-p-fenileno vinileno (PPV) y los poli-p-xilileno (PPX), para los construir sensores.

"Fuimos los primeros que empleamos PPV en sensores de gases", dijo Gruber. "Las ventajas son el bajo costo de producción y de consumo de energía y la facilidad de variar las características de

los dispositivos mediante la introducción de cambios estructurales en las cadenas poliméricas."

La técnica de construcción de los sensores que emplearon los científicos consiste en depositar un filme de polímero conductor de centenas de nanómetros (la milmillonésima parte de un metro) de espesor sobre una placa del tamaño de un chip de celular, con dos electrodos metálicos interdigitados (entrelazados, pero sin contacto entre ellos), de modo tal de formar un filme que conecta a ambos.

Con la exposición a vapores de una sustancia volátil, se altera la resistencia eléctrica del filme. "Cada sensor cuesta un real, y en promedio empleamos entre cuatro y siete sensores en las narices electrónicas", dijo Gruber.

La identificación de las maderas

La idea es que pueda utilizarse en acciones de inspección y combate contra la extracción ilegal de maderas de especies de árboles amenazadas de extinción en las selvas tropicales brasileñas.

Suele ser difícil distinguir maderas cuya explotación está prohibida, como en los casos de la caoba de hoja grande (*Swietenia macrophylla*) y otras similares como la del cedro americano (*Cedrela odorata*), cuya explotación sí está permitida.

Como ambas especies son similares, termina extrayéndose caoba que se vende por cedro, explicó Gruber. "Al observar los árboles de caoba y de cedro es posible diferenciarlos. Pero una vez talados sólo se logra distinguirlos mediante análisis histológicos (de los tejidos vegetales) que debe hacer un botánico en laboratorio", dijo.

La nariz electrónica facilita el trabajo de identificación de éstos y de otros tipos de madera - tales como la imbuia (*Ocotea porosa*) y la canela-preta (*Ocotea catharinensis*). Se necesita tan sólo raspar un fragmento del tronco para que exhale compuestos volátiles que son identificados en menos de un minuto por el conjunto de sensores.

5. BICICLETA ELÉCTRICA DE MADERA DE FRESNO

Las bicicletas de madera parecen algo obsoleto, propio de los primeros tiempos de este vehículo de dos ruedas. Nada más lejos de la realidad: varias empresas y diseñadores en todo el mundo fabrican diversos modelos de bicicletas de madera.

Las propiedades de este material natural más los últimos avances tecnológicos en diseño y producción se traducen en unas bicicletas más cómodas, ligeras, resistentes y ecológicas que las convencionales. Menos combustible, más pedales: beneficios de viajar en bicicleta.

La madera es un material biodegradable, reutilizable y reciclable que captura el dióxido de carbono (CO₂), uno de los principales gases causantes del cambio climático.

Si los bosques de los que procede se gestionan de forma sostenible, se convierte en un bien totalmente renovable. Además,

"Como el cedro y la caoba son especies distintas y pertenecen a géneros diferentes, la nariz electrónica es capaz de detectarlos con un 100% de eficacia", dijo el investigador. "En tanto, en el caso de la canela-preta y de la imbuia - maderas de especies diferentes, pero que pertenecen al mismo género", la dificultad es un poco mayor. De todos modos el índice de eficacia es del 95%.

FUENTE: AGENCIA IBEROAMERICANA PARA LA DIFUSIÓN DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA

su proceso de producción tiene una huella ecológica mucho menor que los metales, de manera que necesita mucha menos energía y recursos y contamina menos. Bicicletas eléctricas: un transporte práctico, seguro y ecológico.

La empresa alemana Aceteam trabaja en un prototipo ultra verde: una bicicleta eléctrica de madera de fresno. La batería se encaja en el marco de madera y por lo tanto protegida del viento y el clima, y el cableado se integra en el cuadro de madera para llegar al manillar donde se encuentra la unidad de control de las funciones de la bicicleta y la gestión de la asistencia al pedaleo.

La batería de esta bicicleta es de 250W, y alcanza una velocidad de asistencia de hasta 25 kilómetros/hora, con una autonomía de 100 kilómetros.

FUENTE: INNOVaticias.com

6. RESIDUOS DE AGAVE PARA LA FABRICACIÓN DE MUEBLES

La elaboración de bebidas destiladas de agave genera ganancias millonarias cada año, pero también toneladas de desperdicios, que si bien un mínimo porcentaje puede emplearse como composta en la recuperación de suelos, el resto representa una fuente de contaminación. Consciente del panorama, el doctor Gonzalo Canché Escamilla, del Centro de Investigación Científica de Yucatán (CICY), emprendió hace dos años un proyecto para el desarrollo de tecnologías que permitan aprovechar los residuos agrícolas e industriales generados en la explotación del agave, tanto en la producción de bebidas alcohólicas como en la fabricación de textiles.

El líder de la investigación señaló que las fibras extraídas de los desechos, mezcladas con polímeros, permiten la elaboración de un material con aplicaciones similares a la madera, la fabricación de láminas acanaladas de uso constructivo en viviendas o de tableros de aglomerados que se pueden emplear para hacer repisas y muebles, entre otros productos.

Esta tecnología desarrollada en el CICY utiliza las pencas, el qurote o varejón (palo que crece en el agave durante su última etapa de maduración y que da indicio de su muerte) y el bagazo resultante de la cocción y prensado de las piñas durante la extracción de azúcares en la producción de tequila o mezcal.

Los residuos, señaló el investigador, constituidos por material fibroso y no fibroso se conocen como lignocelulósicos, pues están

compuestos por un entramado de tres elementos: lignina (polímero natural que dota de resistencia mecánica a la planta), celulosa y hemicelulosa (polisacárido que forma parte de las paredes celulares en los tejidos del vegetal).

De acuerdo con Canché Escamilla, el material se elabora mezclando el material fibroso de los desechos del agave y polímeros termoplásticos, empleados por su maleabilidad.

Para la implementación del proceso, es necesario separar la materia fibrosa del resto de los elementos, por lo que los investigadores emplean técnicas de tamizado (cernido).

Una vez separada, la fibra debe secarse y pasar por un molino de cuchillas. Posteriormente, se introducen en un extrusor (maquinaria para procesamiento de plásticos) junto con los polímeros termoplásticos. En ese equipo se desarrollan dos procesos simultáneos: fundido del polímero y mezclado de las fibras, así como el desplazamiento del material hacia el extremo final, donde se coloca un molde o dado que da diversas formas y dimensiones al producto final.

En cuanto a los plásticos empleados en la fabricación del compuesto, Canché Escamilla aseguró que por el momento sólo han usado polímeros vírgenes, pero no descarta realizar pruebas con elementos reciclados, aunque existen posibilidades de disminuir las propiedades del material final.

Planta piloto

Por otro lado, el investigador de la institución perteneciente al Sistema de Centros Públicos de Investigación Conacyt dijo que el proyecto sólo se llevó hasta nivel planta piloto; en la cual tienen equipos para hacer láminas acanaladas de 15 y 60 centímetros de largo con diferente anchura. Estas últimas, aclaró, pueden usarse como techos en las ventanas que protejan a la vivienda de las inclemencias del tiempo, pues han sido probadas tanto a la intemperie como en cámaras de intemperismo acelerado, donde se simula las condiciones de humedad, temperatura y radiación ultra violeta.

"Usamos principalmente poliolefinas, polímeros que han registrado mayor duración. Aquí lo que podría empezar a descomponerse, porque son materiales biodegradables, serían las fibras. En este caso, sería una ventaja, porque cuando se desechen se degradarían y reduciría su volumen", dijo.

FUENTE: Invdes/DICYT



7. NUEVOS DESARROLLOS EN POLIURETANOS PARA PINTURAS Y ADHESIVOS

Bayer MaterialScience, una de las mayores empresas de polímeros del mundo, presenta el primer reticulante bioderivado para poliuretano, una innovadora tecnología sostenible para el pintado de piezas de plástico a baja temperatura, y la solución integrada INSQIN® para el recubrimiento textil. El desarrollo de productos y procesos en la producción y la aplicación de pinturas y adhesivos que fomenten una mayor eficiencia energética y de costes adquieren una especial relevancia.

Primer reticulante bioderivado para poliuretano

La compatibilidad medioambiental se está convirtiendo en un requisito del mercado, y Bayer MaterialScience tiene una novedad en este ámbito: el diisocianato de pentametileno (PDI), un nuevo isocianato con un 70 por ciento de carbono procedente de biomasa que no representa competencia directa para la producción de alimentos. Con la inclusión del nuevo isocianato en su cartera de productos, la compañía puede ofrecer por vez primera a sus clientes un componente para reticulantes ecológico, un factor diferenciador con respecto a la competencia. Actualmente se está creando una amplia plataforma tecnológica para evaluar posibles usos adicionales de materias primas a base de PDI para pinturas, adhesivos y otras aplicaciones.

BMS tiene previsto sacar al mercado el primer producto a base de PDI en abril de 2015, e iniciar la producción comercial en 2016 con una capacidad anual de hasta 20.000 toneladas. Estos productos

se fabricarán en plantas ya existentes utilizando la tecnología de fase gaseosa, de bajo consumo energético.

El pintado de automóviles del futuro

La necesidad de reducir el consumo de carburante y las emisiones de CO₂ está impulsando el desarrollo de vehículos a motor de bajo peso, que están compuestos de diversos materiales. La rentabilidad y la eficiencia energética del proceso de pintado, así como el aspecto estético de la pintura, resultan cruciales para los fabricantes de automóviles, tanto a la hora de la compra como cuando se quiere revender el vehículo. Bayer MaterialScience ha desarrollado una innovadora tecnología sostenible para el pintado de piezas de plástico a baja temperatura, diseñada específicamente para satisfacer estos requisitos.

Las pinturas de acabado se secan hasta un 30 por ciento más deprisa que las pinturas habituales de poliuretano de dos componentes, y respetando la estética. A medio plazo, este sistema de pintado debería ser adecuado para el pintado conjunto de sustratos de plástico, mixtos y metálicos. La baja temperatura, además, hace posible alimentar los hornos con fuentes de energía alternativas, como la calefacción urbana.

La nueva tecnología ofrece a los fabricantes de coches ventajas significativas en tiempo y costes, y alberga al mismo tiempo un enorme potencial de ahorro ecológico: un estudio desarrollado por el equipo de proyectos constató que esta tecnología puede reducir el consumo energético en un 15 por ciento y las emisiones de CO₂ en un 10 por ciento con respecto al mejor método de los que se aplican actualmente.

La base de la nueva tecnología es el uso de un reticulante termolatente. Tras la aplicación de una pintura formulada con este producto, la pintura fluye sin impedimentos por toda la superficie plástica formando una película uniforme. El reticulante no se activa hasta que la temperatura llega a alrededor de 90°C, lo que garantiza un rápido secado de la pintura sobre el sustrato de plástico sin que sea necesario alterar sustancialmente la formulación de la misma.

FUENTE: www.quimicaysociedad.org



8. MUEBLES DE DISEÑO PENSADOS PARA ANIMALES DOMÉSTICOS

Cuando se piensa en renovar el mobiliario o la decoración de la casa, lo primero que viene a la mente son todos aquellos muebles pensados por y para los propietarios de la vivienda, pero ¿y cuándo se tienen animales domésticos? ¿Por qué no comprar teniendo en cuenta también sus necesidades?

Las empresas especializadas en mascotas han creado piezas que pueden ser utilizadas tanto por el dueño como por el animal. Por ejemplo, mecedoras, sofás, sillas con hamacas o mesas de cocina con cuencos para la comida ya integrados.



"En lugar de que su gato duerma en cualquier escondrijo de la casa hemos creado una tumbona que se ubica debajo de cualquier silla para que su mascota pueda descansar", comentan en la empresa Catcrib. Esta solución evita adquirir camas o cojines en cada rincón de la vivienda.



La caseta BowHaus es una mesa auxiliar y, al tiempo, un refugio para perros. Con un diseño moderno, fabricada en acero resistente, permite disponer de un espacio recogido para el descanso de las mascotas.

En Modernistcat también comercializan este tipo de mobiliario. Por ejemplo, casas para gatos fabricadas en madera de nogal y que pueden ser empleadas como mesas auxiliares. Igualmente, para que dejen de arañar los sofás de la vivienda han diseñado consolas que se pueden apoyar sobre cualquier pared y que sirven como rascadores.

Muebles de lujo solo para las mascotas

Los amantes de los animales saben que por su mascota harían cualquier cosa. Esto implica no solo darles cariños, sino también todas las comodidades.

Un confort que en muchas ocasiones es considerado como de lujo. Es el caso de la colección de mobiliario de la empresa Chimère, compuesta por cinco productos diferentes -cada uno para un animal distinto-. Para los perros, sillones tapizados en múltiples colores; para los gatos, hogares para que tengan su espacio de intimidad; y para conejos o cobayas, jaulas dotadas de todo lo necesario.

"Todos los diseños destacan por su aire minimalista, romántico y contemporáneo", matizan.

Otra colección que destaca por su sofisticación es la creada por el fabricante Misk Design. Destaca una estantería que se compone por un divisor ajustable similar a una librería. O unos troncos que sirven para crear un entorno de naturaleza en la casa y de relajación en el animal, ya que puede acurrucarse sobre ellos.



La empresa Singular Pets, creada por un matrimonio de arquitectos españoles, también confecciona artículos para mascotas. Sus productos destacan por combinar el diseño moderno propio de la estética de los hogares actuales. "Nuestras casetas urbanas en forma de esfera atraen a los animales de manera curiosa a meterse en su interior y además hacen que se sientan protegidos y relajados", añaden.

FUENTE: PERIÓDICO EL PAÍS

DECRETOS, PROGRAMAS, AYUDAS

1. CONVOCATORIA 2015 OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS

La Oficina Española de Patentes y Marcas continúa impulsando en el ejercicio 2015 la utilización de la Propiedad Industrial por las empresas españolas como herramienta de acceso a los mercados internacionales. Con tal finalidad ha publicado en el BOE el día 23 de marzo de 2015 la Resolución de la OEPM por la que se convoca para el año 2015, la concesión de subvenciones para el fomento de las solicitudes de patentes y modelos de utilidad españoles y en el exterior.

Los dos objetivos fundamentales de estas ayudas son:

- Estimular la protección internacional de la tecnología a través de las patentes o de los modelos de utilidad así como contribuir a la mejora de la competitividad de aquellas entidades del sector privado que han emprendido la búsqueda de mercados fuera de España.
- Fomentar la protección de las invenciones nacionales de PYME y personas físicas a través de patentes o de modelos de utilidad.

Las ayudas que se convocarán son:

- Subvenciones a la extensión de una solicitud de una patente o de un modelo de utilidad, ante las oficinas nacionales de países terceros u oficinas regionales de patentes, en el marco de procedimientos de concesión de patentes o de modelos de utilidad nacionales o regionales. Entre otros conceptos subvencionables, la convocatoria 2015 incluirá: trámites de solicitud, informe de búsqueda, examen o concesión, anualidades de la EPO y validación de patente europea.
- Subvenciones a las actividades realizadas dentro del procedimiento internacional PCT (trámites de solicitud, búsqueda internacional o examen preliminar).
- Subvenciones a las solicitudes de patentes y modelos de utilidad españoles (trámites de solicitud y/o informe de búsqueda (IET)).

La formalización y presentación de solicitudes se tiene que realizar por vía telemática, a través de la Sede Electrónica de la OEPM (<https://sede.oepm.gob.es>) y **el plazo de presentación de solicitudes es del 24 de marzo al 23 de abril de 2015.**

FUENTE: OEPM

2. AYUDAS PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Orden de 20 de marzo de 2015, por la que se modifica la de 16 de mayo de 2011, de la Consejería de empleo, por la que se establecen las bases reguladoras de la concesión de subvenciones y su convocatoria a Pymes y autónomos de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el desarrollo de proyectos de prevención de los riesgos laborales, se efectúa su convocatoria para el año 2015, y se modifica la de 6 de junio de 2014, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones del Programa de Apoyo a la Promoción y el desarrollo de la economía Social para el empleo.

Acciones subvencionables

Ayudas a microempresas, pequeñas y medianas empresas (PYME) y autónomos que realicen proyectos e inversiones en materia de prevención de riesgos laborales.

Actividades subvencionables:

- Modalidad 1 (M1): Proyectos dirigidos al establecimiento de la estructura preventiva especializada de la empresa.
- Modalidad 2 (M2): Proyectos dirigidos a facilitar el cumplimiento de la normativa de prevención de riesgos laborales.

- Modalidad 3 (M3): Proyectos dirigidos a la incorporación de medidas especificadas en la planificación preventiva de la empresa.
- Modalidad 4 (M4): Proyectos innovadores y de desarrollo de buenas prácticas preventivas que contribuyan de forma significativa a la mejora de la seguridad y la salud laboral en los centros de trabajo.

Cuantía de la ayuda

Ayuda máxima: 50,00 % ó 18.000,00 €

Ayuda mínima: 2.000,00 €

Plazo de presentación

El periodo de presentación de solicitudes finaliza el **25 de abril de 2015**.

FUENTE: BOJA N°59, 26/03/2015

3. PROGRAMA DE INCENTIVOS PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL Y LA CREACIÓN DE EMPLEO EN ANDALUCÍA

Para aquellos emprendedores que quieran crear una empresa, para los empresarios que quieran consolidar la suya, para los que apuesten por el componente innovador o la cooperación empresarial, contamos con un nuevo Programa de Incentivos para el Desarrollo Industrial y la Creación de Empleo en Andalucía, en el que podrá encontrar subvenciones, bonificaciones de tipo de interés y préstamos a bajo interés.

Los destinatarios son fundamentalmente las pymes del sector industrial y de servicios a la industria que desarrollen proyectos con la finalidad de generar actividad económica y/o empleo en Andalucía. También pueden acogerse a estas ayudas aquellos trabajadores autónomos que inviertan y generen algún empleo adicional al suyo propio, así como pymes de sectores distintos al industrial siempre que creen, al menos, cinco empleos nuevos.

Además, los proyectos con claro componente innovador o los de cooperación empresarial siguen estando presentes en este Programa. Para ello, la Junta de Andalucía pone a tu disposición las siguientes ayudas para tres tipologías de proyectos:

- Creación de nuevas empresas que generen empleo o tengan un claro carácter innovador.
- Crecimiento y consolidación de las empresas existentes o proyectos promovidos por empresas establecidas en

Andalucía que realicen una nueva inversión y creen empleo o estén vinculados a la innovación.

- Creación de empresas y crecimiento empresarial para proyectos altamente generadores de empleo.

Esta nueva Orden pretende también priorizar aquellos proyectos que se localicen en espacios de innovación, los que estén promovidos por jóvenes, mujeres, mayores de 45 años en desempleo o los que provengan de la economía social. Igualmente, primará a las Empresas de Base Tecnológica y/o Innovadora y a los proyectos incluidos en las prioridades de la Estrategia de Especialización Inteligente (RIS3 Andalucía).

Otra de sus novedades es el apoyo al retorno del talento andaluz, incrementando el porcentaje de incentivo para todos aquellos proyectos que estén promovidos o incorporen la contratación de egresados y doctores andaluces que se encuentren fuera de Andalucía.

El plazo de presentación de solicitudes se encontrará abierto desde el día siguiente de su publicación en BOJA hasta el **31 de diciembre de 2015**.

FUENTE: AGENCIA IDEA/BOJA N°37, 24/02/2015

4. FONDO JEREMIE

La iniciativa JEREMIE "Joint European Resources for Micro to Medium Enterprises", ha sido desarrollada conjuntamente por la Comisión Europea y el FEI, con el propósito de financiar las operaciones que contribuyan a facilitar la creación de instrumentos de ingeniería financiera para empresas, como fondos de capital riesgo, de garantía o de crédito, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 44 del Reglamento del Consejo (CE) N° 1083/2006 y el Reglamento de la Comisión (CE) N° 1828/2006.

Estrategia de inversión

- Creación de empresas tractoras en sectores claves para Andalucía.
- Inversión en empresas de alto potencial de crecimiento con ventajas competitivas para convertirlas en "líderes globales".
- Reforzar la estructura financiera para facilitar la expansión internacional de la empresa andaluza.

Fines perseguidos

- Catalizar el cambio del modelo productivo en Andalucía hacia una economía sostenible.
- Potenciar la productividad y competitividad frente a las necesidades de la globalización.
- Crear un efecto multiplicador de la inversión.

- Desarrollar el capital humano de las empresas en Andalucía y ofrecer un desarrollo profesional para el talento más preparado.

Programas y líneas de actuación

▪ Fondo de capital riesgo

Esta línea de actuación pretende potenciar el mercado de capital riesgo, mediante un programa de apoyo a la creación y consolidación de nuevos fondos de capital riesgo, para las fases de capital semilla (seed capital), capital de puesta en marcha (Start-up) y capital de expansión.

▪ Fondo Multi-instrumento

Esta línea de actuación pretende abarcar varios objetivos estratégicos a través de instrumentos financieros diversos, de tal manera que respondan de manera integral a las necesidades de las empresas.

Se establecen las siguientes líneas de financiación especializadas:

-Multi-instrumento - Línea Desarrollo y Globalización

Fondo de Préstamos y Capital para la financiación de empresas con un alto potencial de crecimiento en su fase de expansión y globalización de su actividad.

-Multi-instrumento - Línea Préstamos Participativos

Fondo de Préstamos Participativos para la financiación de las empresas innovadoras en la etapa de arranque, implantación al mercado/desarrollo.

-Multi-instrumento - Línea de Garantías

Fondo de avales para empresas andaluzas, preferentemente en fase de desarrollo o de expansión, con proyectos de innovación o mejora de productos, procedimientos y servicios.

-Multi-instrumento - Capital Humano

Fondo de préstamos destinados a desarrollar el capital humano en las empresas de Andalucía.

Plazo de presentación

El periodo de inversión del fondo se desarrollará hasta el **31 de diciembre de 2015.**

FUENTE: CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



5. LÍNEA ICO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES 2015

Financiación orientada a autónomos, empresas y entidades públicas y privadas, tanto españolas como extranjeras, que realicen inversiones productivas en territorio nacional.

Importe máximo por cliente: hasta 12,5 millones de euros, en una o varias operaciones.

Conceptos financiables:

- Liquidez
- Inversiones dentro del territorio nacional:
 - Activos fijos productivos nuevos o de segunda mano (IVA incluido).
 - Vehículos turismos, cuyo importe no supere los 30.000 euros más IVA.
 - Adquisición de empresas.
 - Liquidez con el límite del 50% de la financiación obtenida para esta modalidad de inversión.
 - Rehabilitación de viviendas y edificios.

Modalidad: préstamo/leasing para inversión y préstamo para liquidez.

Tipo de interés: fijo o variable, más el margen establecido por la Entidad de Crédito según el plazo de amortización.

Plazo de amortización y carencia:

- Si se financia 100% liquidez: 1, 2, 3 y 4 años con la posibilidad de 1 año de carencia.

- Si se financia inversión: 1, 2, 3, 4, 5, 7, 10, 12, 15 y 20 años con hasta 2 años de carencia.

Comisiones: la Entidad de Crédito no puede cobrar comisión, salvo por amortización anticipada.

Garantías: a determinar por la Entidad de Crédito con la que se tramite la operación salvo aval de SGR/SAECA.

Vigencia: se podrán formalizar préstamos al amparo de esta Línea hasta el día **12 de diciembre de 2015**.

FUENTE: ICO

6. LÍNEA ICO INNOVACIÓN FONDO TECNOLÓGICO 2013-2015

Esta Línea está cofinanciada con Fondos FEDER y del ICO. Está orientada a financiar a PYMEs innovadoras, de acuerdo con los requisitos definidos por la Dirección General de Innovación y Competitividad del Ministerio de Economía y Competitividad, que realicen inversiones productivas en territorio nacional.

La tramitación de las operaciones se realiza directamente a través de las Entidades de Crédito.

Importe máximo por cliente: hasta 1,5 millones de euros, en una o varias operaciones.

Conceptos financiables: activos fijos productivos nuevos o de segunda mano (IVA/IGIC o impuesto análogo no incluido), siempre que cumplan los requisitos establecidos en la Orden EHA/524/2008, de 26 de febrero.

Modalidad: préstamo.

Tipo de interés: fijo o variable, más el margen establecido por la Entidad de Crédito según el plazo de amortización.

Plazo de amortización y carencia: 1, 2, 3, 5 y 7 años con la posibilidad de 1 año de carencia.

Comisiones: la Entidad de Crédito no puede cobrar comisión, salvo por amortización anticipada.

Garantías: a determinar por la Entidad de Crédito con la que se tramite la operación.

Vigencia: se podrán formalizar préstamos al amparo de esta Línea hasta el día **14 de diciembre de 2015**.

FUENTE: ICO

7. LÍNEA ICO INTERNACIONAL 2015

Financiación orientada a:

- Tramo I Inversión y Liquidez: Autónomos, empresas y entidades públicas y privadas españolas, domiciliadas en España o con domicilio en el extranjero que cuenten con mayoría de capital español.
- Tramo II Exportadores Medio y Largo Plazo: Concesión de Crédito Suministrador, Comprador y Financiación complementaria a empresas.

La tramitación de las operaciones se realiza directamente a través de las Entidades de Crédito.

Importe máximo por cliente: Hasta 12,5 millones de euros o su contravalor en dólares (USD) para Tramo I y hasta 25 millones de euros o su contravalor en dólares (USD) para Tramo II, en una o varias operaciones.

Conceptos financiables:

Tramo I Inversión y Liquidez:

- Liquidez
- Inversión fuera del territorio nacional:
 - Activos fijos productivos nuevos o de segunda mano (IVA incluido)
 - Vehículos turismo, cuyo precio no supere los 30.000 euros más IVA
 - Adquisición de empresas

- Liquidez con el límite del 50% de la financiación obtenida para esta modalidad de Inversión

Tramo II Exportadores Medio y Largo Plazo:

- Crédito Suministrador: financiación a empresas españolas para la venta de bienes o servicios, a empresas con domicilio social fuera de España.
- Crédito Comprador: financiación a empresas con domicilio social fuera de España, para la adquisición de bienes o servicios exportados por empresas con domicilio social en España.
- Financiación Complementaria: financiación a la empresa extranjera que adquiera los bienes o servicios españoles, que no se haya cubierto en su totalidad con un Crédito Comprador.

Modalidad: Préstamo/leasing para Inversión. Préstamo para Liquidez y Exportadores Medio y Largo Plazo.

Tipo de interés: tipo fijo o variable (euro o dólar USD), más el margen establecido por la Entidad de Crédito según plazo de amortización.

Plazo de amortización y carencia: Si se financia 100% Liquidez: 1, 2, 3 y 4 años con la posibilidad de 1 de carencia; si se financia Inversión: 1, 2, 3, 4, 5, 7, 10, 12, 15 y 20 años con hasta 2 de carencia y si se financia Exportadores Medio y Largo Plazo: 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 12 con hasta 3 de carencia.

Comisiones: En el caso de Exportadores Medio y Largo Plazo, la Entidad de Crédito podrá aplicar una comisión de estudio/apertura. En todos los casos, se aplicará una comisión por amortización anticipada.

Garantías: A determinar por la Entidad de Crédito con la que se tramite la operación salvo aval de SGR/SAECA.

Vigencia: Se podrán formalizar préstamos al amparo de la Línea hasta el día **12 de diciembre de 2015**.

FUENTE: ICO

8. LÍNEA ICO EXPORTADORES 2015

Financiación orientada a autónomos y empresas con domicilio social en España que deseen obtener liquidez mediante el anticipo del importe de las facturas procedentes de su actividad exportadora o cubrir los costes previos de producción y elaboración de los bienes objeto de exportación.

La tramitación de las operaciones se realiza directamente a través de las Entidades de Crédito.

Importe máximo por cliente: hasta 12,5 millones de euros de saldo vivo por cliente y año, en una o varias operaciones.

Modalidad de la operación: tipo de contrato de financiación que acuerden el cliente y la Entidad de Crédito.

Tipo de interés: tipo variable, más el margen establecido por la Entidad de Crédito.

Comisiones: La Entidad de Crédito no podrá cobrar comisiones, salvo por amortización anticipada obligatoria.

Garantías: a determinar por la Entidad de Crédito con la que se tramite la operación.

Vigencia: se podrán formalizar operaciones con la Entidad de Crédito hasta el día **12 de diciembre de 2015**.

FUENTE: ICO

EVENTOS

1. ENCUENTRO EMPRESARIAL EN MARRUECOS

Promover la exportación de empresas españolas y la cooperación entre empresas españolas y locales en los sectores prioritarios de equipamiento, agroalimentario, energías renovables, productos industriales y bienes de equipo, material eléctrico y electrónico.

Tendrá lugar del **4 al 6 de mayo de 2015** en Casablanca, Marruecos.

Para más información: Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid

2. WEBMINARIO. MÉXICO: OPORTUNIDADES EN EL SECTOR DEL HÁBITAT Y DISEÑO

El objeto de este seminario es proporcionar información de utilidad y alto valor práctico a aquellas empresas españolas que hayan decidido abordar en un futuro próximo su actividad en el mercado de diseño para el sector del hábitat. Para ello, se ha diseñado un modelo de seminario en el cual se proporcione una visión de conjunto de la que se puedan extraer ideas clave esenciales a tener en consideración a la hora de diseñar una actuación estratégica de carácter internacionalizador. Las áreas susceptibles de ser abordadas son: el ajuste oferta/demanda así como un análisis general por parte de la Oficina Económica y Comercial de España en México.

Tendrá lugar del **18 al 25 de mayo de 2015**, en el Aula Virtual del ICEX.

Para más información: <http://www.icex.es>

3. THE OPORTO SHOW

Evento de diseño, interiores, arquitectura y arte.

Tendrá lugar del **6 al 8 de Junio de 2015** en Oporto, Portugal.

Para más información: <http://www.oportoshow.com>

4. DMY INTERNATIONAL DESIGN FESTIVAL

Plataforma para la arquitectura de interiores & el diseño de producto.

Tendrá lugar del **10 al 14 de Junio de 2015** en Berlín, Alemania.

Para más información: <http://www.dmy2015.com/>

5. FERIA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS, BIOCONSTRUCCIÓN, ENERGÍAS RENOVABLES Y CONSUMO RESPONSABLE - BIOTERRA 2015

Feria ecológica, herramienta atractiva para dar a conocer sus productos y servicios, y divulgar la cultura de lo ecológico. La zona expositiva estará dividida en tres grandes áreas temáticas: una exclusivamente dedicada a los productos y las iniciativas ecológicas, en la que se expondrán alimentos de agricultura ecológica con certificación, productos y auxiliares para la agricultura ecológica, cosmética, textil e iniciativas de gestión ecológica. El área Naturall, que reúne a todos los sectores relacionados con la salud y el bienestar desde un punto de vista responsable y respetuoso con el entorno. Y *Geobat*, espacio de bioconstrucción y energías renovables, en el que se podrán encontrar soluciones profesionales para una construcción saludable y respetuosa con el medioambiente; instalaciones energéticas que reducen el consumo y aprovechan las energías naturales, así como profesionales y empresas que trabajan en el sector de la Economía Verde.

Tendrá lugar del **5 al 7 de junio de 2015** en Guipúzcoa, España.

Para más información: bioterra.ficoba.org

6. FERIAS

MAYO

- THE HOTEL SHOW SAUDI ARABIA. Feria internacional del contract y horeca.

Tendrá lugar del **3 al 5 de mayo de 2015** en Jeddah, Arabia Saudita.

- INTERZUM 2015

Tendrá lugar del **5 al 8 de mayo de 2015** en Colonia, Alemania.

- VETECO 2015. Salón Internacional de la Ventana y el Cerramiento Acristalado

Tendrá lugar del **7 al 10 de mayo de 2015** en Madrid, España.

- CONSTRUTEC. Salón de la construcción

Tendrá lugar del **7 al 10 de mayo de 2015** en Madrid, España.

- LIGNA PLUS HANNOVER. Feria internacional de la industria de la silvicultura y la madera

Tendrá lugar del **11 al 15 de mayo de 2015** en Hannover, Alemania.

- HOSPITALITY DESIGN EXHIBITION. Feria internacional del "Contract" más importante de Estados Unidos

Tendrá lugar del **13 al 15 de mayo de 2015** en Las Vegas, Estados Unidos.

- ICFF. Feria internacional del mueble contemporáneo

Tendrá lugar del **16 al 19 de mayo de 2015** en Nueva York, Estados Unidos.

- NRA SHOW 2015. Feria del equipamiento para Restaurantes y Hoteles

Tendrá lugar del **16 al 19 de mayo de 2015** en Chicago, Estados Unidos.

- MAY DESIGN SERIES. Feria Internacional del Mueble

Tendrá lugar del **17 al 19 de mayo de 2015** en Londres, Reino Unido.

- INDEX. Feria Internacional del Medio Este del Mueble y el interiorismo

Tendrá lugar del **18 al 21 de mayo de 2015** en Dubai, Emiratos Árabes Unidos.

- MOVEXPO 2015. Feria bienal de muebles del nordeste

Tendrá lugar del **19 al 24 de mayo de 2015** en Recife, Brasil.

- CONSTRUMAT. Salón internacional de la construcción

Tendrá lugar del **19 al 22 de mayo de 2015** en Barcelona, España.

- SIDIM 2015. Feria Internacional del Diseño de Interiores de Montreal

Tendrá lugar del **21 al 23 de mayo de 2015** en Montreal, Canadá.

- FURNITURE & INTERIOR 2015. Feria del mueble y la decoración, la cocina y el baño

Tendrá lugar del **23 al 26 de mayo de 2015** en Odessa, Ucrania.

- Expo AMPIMM 2015. Expo AMPIMM Tecno Mueble Internacional

Tendrá lugar del **26 al 28 de mayo de 2015** en México.

JUNIO

- KITCHEN & BATH CHINA 2015. Feria de la cocina y el baño

Tendrá lugar del **3 al 6 de Junio de 2015** en Shanghai, China.

- MOBLEXPO. Feria profesional del mueble del hogar, cocina y baño

Tendrá lugar del **4 al 7 de junio de 2015** en Alicante, España.

- SHOWROOM DEL MUEBLE. Feria profesional del mueble

Tendrá lugar del **7 al 10 de junio de 2015** en Barcelona, España.

- INTERIOR LIFESTYLE 2015. Feria internacional para el mercado japonés del hogar

Tendrá lugar del **10 al 12 de junio de 2015** en Tokio, Japón.

- NEOCON. Feria de diseño para interiores comerciales y contract

Tendrá lugar del **15 al 17 de junio de 2015** en Chicago, Estados Unidos.

- ASTURFORESTA 2015. Feria forestal internacional

Tendrá lugar del **18 al 20 de junio de 2015** en Tineo (Asturias), España.

JULIO

- DESIGN TOKYO 2015. Feria internacional del mobiliario y decoración de vanguardia

Tendrá lugar del **8 al 10 de julio de 2015** en Tokio, Japón.

- FURNITEX 2015. La feria más grande del mueble y la decoración de Australia-Pacífico

Tendrá lugar del **16 al 19 de julio de 2015** en Melbourne, Australia.

AGOSTO

- LAS VEGAS MARKET - GIFT + HOME. El nuevo escaparate dinámico para la industria del mueble para el hogar y el contract

Tendrá lugar del **2 al 6 de agosto de 2015** en Las Vegas, Estados Unidos.

- BRASILMÓVEIS. Feria Internacional del Mueble.

Tendrá lugar del **6 al 9 de agosto de 2015** en Sao Paulo, Brasil.



OFERTA Y DEMANDA TECNOLÓGICA

DEMANDA TECNOLÓGICA

- **Tecnología de preparación de superficies y revestimiento en polvo**

Referencia: TRPL20140430001

Una empresa polaca especializada en fabricar muebles metálicos busca una tecnología de preparación de superficies y revestimiento en polvo. La tecnología buscada permitirá limpiar elementos planos (con dimensiones de 3000mm x 2000mm) y espaciales (con dimensiones de 2000mm x 2000mm x 600 mm). El proceso completo debe ser lo más corto posible, con un mantenimiento mínimo. Este proceso debe implementarse en un ciclo automático, con capacidad para monitorizar fases individuales. La empresa busca socios con el fin de establecer acuerdos comerciales con asistencia técnica.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK



OFERTAS Y COOPERACIÓN

- **Stands de madera y pantallas de punto de venta**

Referencia: BOPL20131202003

Una empresa polaca especializada en fabricación de stands de madera y pantallas de punto de venta (POS), que también dispone de una línea de productos para protección y cuidado de talones y pies, busca intermediarios comerciales y ofrece oportunidades de producción recíproca y subcontratación, específicamente en la UE, Estados Unidos, Canadá, Brasil y Japón.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK

- **Puertas de composite**

Referencia: BOPL20141107001

Un fabricante polaco de puertas de composite de alta calidad basadas en tecnologías y componentes innovadores y patentados busca distribuidores y agentes comerciales especializados en vender puertas de madera en el extranjero.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK

DEMANDAS DE

- **Productos ecológicos de madera**

Referencia: BOSI20141008002

Una empresa eslovena especializada en desarrollo y fabricación de productos ecológicos de madera de diseño sofisticado (muebles de interior y exterior, luminarias, mobiliario para baños, utensilios de cocina, equipamiento deportivo, bisutería, etc.) busca representantes en la UE.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK

- **Casas y estructuras de madera**

Referencia: BORO20130829004

Una empresa rumana con 10 años de experiencia en la construcción de casas, chalets y estructuras de madera busca distribuidores y representantes en la UE. Las casas son tratadas con retardantes de llama, están fabricadas con técnicas para mejorar la resistencia sísmica, tienen propiedades antisépticas y aislamiento térmico y acústico, su coste es bajo y son duraderas y rentables a largo plazo.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK

- **Muebles y productos de madera**

Referencia: BOLV20140307002

Un fabricante letón de muebles y productos de madera, que trabaja principalmente con clientes de Escandinavia, se ofrece como subcontratista a interioristas y arquitectos.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK

- **Estructuras y casas de madera**

Referencia: 20130116007 BO

Una empresa lituana especializada en construcción de edificios y fabricación de estructuras, casas, escaleras y muebles de madera ofrece servicios de subcontratación y externalización.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK

- **Parquets y productos de madera**

Referencia: 20120706034

Fabricante croata de planchas de madera maciza para parquet de tres capas, briquetas, serrín y elementos de madera busca intermediarios comerciales (representantes y distribuidores), así como servicios de transporte y logística y oportunidades de subcontratación.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK