



# BOLETÍN

Edición Digital  
nº 21  
Diciembre 2016

# ÍNDICE

<b>INFORMACIÓN DEL SECTOR</b>	<b>PAG. 3</b>
<b>ARTÍCULOS DE INTERÉS</b>	<b>PAG. 18</b>
<b>NOTICIAS CEMER</b>	<b>PAG. 26</b>
<b>DECRETOS, PROGRAMAS, AYUDAS</b>	<b>PAG. 28</b>
<b>EVENTOS</b>	<b>PAG. 34</b>
<b>OFERTA Y DEMANDA TECNOLÓGICA</b>	<b>PAG. 42</b>
<b>OFERTA Y DEMANDA DE COOPERACIÓN</b>	<b>PAG. 43</b>

# INFORMACIÓN DEL SECTOR

## 1. DATOS DEL SECTOR DEL MUEBLE ESPAÑOL RELATIVO A LOS MESES ENERO-SEPTIEMBRE 2016

### Enero-Septiembre 2016: Resultados exportación de muebles por Comunidades Autónomas

Según los datos facilitados por ESTACOM, Cataluña lidera el ranking de CCAA en cuanto a exportación de muebles se refiere en el periodo enero-septiembre 2016. Con un volumen de 398.688,5 miles de euros, lo que supone un aumento de 14,9%, representa un 25,9% del total exportado a nivel nacional.

A continuación le sigue la Comunidad Valenciana con un volumen de exportación durante el mismo periodo del año 2016 de 353.340,1 miles de euros, lo que representa un aumento del 10,6%. A destacar que Cataluña y la Comunidad Valenciana totalizan el 48,8% sobre el conjunto de la exportación nacional de muebles.

Destacar el importante aumento de las exportaciones del País Vasco (+21,6%) y de la Región de Murcia (+27,3%), que crecen en cuota de mercado sobre el total exportado a nivel nacional.

### Exportación por Comunidades Autónomas Enero-Septiembre 2016

	Ene-Sept. 2015	Ene-Sept. 2016	% sobre total	% 16/15
Cataluña	346.999,0	398.688,5	25,9%	14,9%
Comunidad Valenciana	319.610,0	353.340,1	22,9%	10,6%
Galicia	126.817,3	143.585,2	9,3%	13,2%
Aragón	118.753,1	121.363,4	7,9%	2,2%
Andalucía	99.199,0	115.493,5	7,5%	16,4%
Madrid	114.788,2	109.389,3	7,1%	-4,7%
País Vasco	57.843,5	70.360,6	4,6%	21,6%
Murcia	47.905,3	60.975,8	4,0%	27,3%
Navarra	35.497,7	38.953,2	2,5%	9,7%
Castilla-La Mancha	22.416,0	29.817,3	1,9%	33,0%
Castilla y León	26.796,1	27.446,8	1,8%	2,4%
Asturias	15.347,8	20.940,1	1,4%	36,4%
Baleares	3.419,9	18.359,3	1,2%	436,8%
La Rioja	18.111,7	18.102,6	1,2%	-0,1%
Extremadura	2.231,9	3.575,7	0,2%	60,2%
Canarias	1.010,8	957,5	0,1%	-5,3%
Cantabria	722,8	412,9	0,0%	-42,9%

\* Miles de euros

FUENTE: ESTACOM

**Enero-Septiembre 2016: Principales destinos de la exportación española de muebles**

	Enero-Sept. 2015	Enero-Sept. 2016	% sobre total	Δ% 16/15
Francia	340.951,6	400.361,6	26,0%	17,4%
Portugal	141.834,4	179.428,3	11,6%	26,5%
Alemania	125.443,6	127.570,2	8,3%	1,7%
Reino Unido	71.277,5	76.974,1	5,0%	8,0%
Estados Unidos	58.936,9	74.200,4	4,8%	25,9%
Italia	52.497,6	62.156,3	4,0%	18,4%
Países Bajos	47.365,6	54.943,8	3,6%	16,0%
Marruecos	43.930,5	49.862,8	3,2%	13,5%
México	37.861,0	34.361,4	2,2%	-9,2%
Bélgica	31.294,9	30.460,9	2,0%	-2,7%
Arabia Saudí	39.488,9	29.249,2	1,9%	-25,9%
República Dominicana	10.390,8	28.558,5	1,9%	174,8%
Suiza	18.655,8	20.550,5	1,3%	10,2%
Qatar	13.970,1	19.107,5	1,2%	36,8%
Polonia	13.990,6	18.940,1	1,2%	35,4%
Rusia	19.365,7	18.773,7	1,2%	-3,1%
Emiratos Arabes Unidos	21.723,5	14.927,2	1,0%	-31,3%
Argelia	12.843,0	14.118,2	0,9%	9,9%
Guinea Ecuatorial	14.687,7	13.283,3	0,9%	-9,6%
Irlanda	6.833,6	9.531,6	0,6%	39,5%

\*Miles de euros

FUENTE: ESTACOM

Francia continúa siendo el primer destino del mueble español más de 400.361 miles de euros, lo que supone un 26% del total exportado durante los meses de enero-septiembre de 2016. Además, presenta un destacable crecimiento de 17,4% con respecto al mismo periodo del año anterior.

Por detrás de Francia, los países que más mueble español han comprado son Portugal, Alemania y Reino Unido, lo que refleja el grado de concentración de la exportación de Mueble de España en Europa (50,9% del total se exporta a estos 4 destinos europeos).

Importante también señalar que Estados Unidos se sitúa en el 5º lugar del ranking de destinos, con un importante aumento del 25,9% y una cuota de 4,8% sobre el total (prácticamente lo mismo que a Reino Unido). La actual paridad euro-dólar favorece el crecimiento de las exportaciones españolas al mercado americano.

Italia, Países Bajos y Marruecos se sitúan en el puesto 6º a 8º del ranking con crecimientos que superan los dos dígitos. Rusia, con un descenso del 3,1%, ocupa el 16º lugar como destino de la exportación española de mobiliario.

**Enero-Septiembre 2016: La importación española de muebles aumenta un 9,5%**

Durante los nueve primeros meses del año 2016, España importó muebles por valor de 2.178 millones de euros, lo que ha supuesto un aumento del 9,5% con respecto al mismo periodo de 2015.

Con estos datos, el saldo de la balanza sectorial arroja un déficit de 637.405,4 miles de euros, situándose la tasa de cobertura en un 70,7% a nivel nacional.

**Enero-Septiembre 2016: Principales países de origen de la importación española de muebles**

A continuación se reflejan los principales países de origen de la importación española de muebles:

	Enero-Sept. 2015	Enero-Sept. 2016	% sobre total	Δ% 16/15
China	474.271,1	479.571,9	22,0%	1,1%
Portugal	254.913,0	331.102,6	15,2%	29,9%
Alemania	207.830,1	220.616,7	10,1%	6,2%
Polonia	172.528,6	215.421,1	9,9%	24,9%
Italia	172.141,0	185.528,8	8,5%	7,8%
Francia	130.764,4	127.755,4	5,9%	-2,3%
Marruecos	64.208,7	72.925,7	3,3%	13,6%
Rumania	54.889,5	62.227,3	2,9%	13,4%
Eslovaquia	41.554,9	42.381,9	1,9%	2,0%
República Checa	26.844,7	29.961,0	1,4%	11,6%
Vietnam	25.920,6	29.704,9	1,4%	14,6%
Países Bajos	29.544,7	28.330,8	1,3%	-4,1%
Serbia	25.665,7	27.817,0	1,3%	8,4%
Turquia	17.312,0	24.422,8	1,1%	41,1%
Lituania	21.613,9	24.177,3	1,1%	11,9%
Reino Unido	24.648,4	23.739,6	1,1%	-3,7%
Eslovenia	11.710,3	23.139,7	1,1%	97,6%
Hungría	16.451,9	21.709,4	1,0%	32,0%
Estados Unidos	31.360,5	21.309,5	1,0%	-32,0%
Indonesia	19.359,5	19.755,2	0,9%	2,0%

\*Miles de euros

FUENTE: ESTACOM

Señalar que los 5 primeros países de origen de las importaciones españolas de mobiliario totalizan el 65,7%, ocupando China el primer puesto (22 % del total) y cinco países europeos los siguientes puestos del ranking (Portugal, Alemania, Polonia, Italia y Francia por este orden).

Según declaraciones de Juan Carlos Muñoz, Presidente de ANIEME, “Los fabricantes de muebles españoles están haciendo un gran esfuerzo en el ámbito de la exportación, superando los 1.540 millones de euros en sus ventas de muebles al exterior entre

enero y septiembre 2016, lo que supone un importante crecimiento de 12,9%.

Países europeos como son Francia, Portugal, Alemania y Reino Unido continúan ocupando los primeros puestos en el ranking de los destinos y además presentan importantes crecimientos, señal de la recuperación de su consumo interno, así como del aumento de los proyectos que se prescriben para otros destinos, como es el caso de Portugal o Italia.

Es importante la diversificación de los destinos hacia mercados no europeos para evitar una concentración excesiva. Ejemplo de ello son los positivos resultados de las ventas de Mueble de España en Estados Unidos, Marruecos, República Dominicana y Qatar, entre otros.

Dentro de una demanda global, existen claras oportunidades para las empresas españolas con vocación de internacionalizarse y que decidan hacer el esfuerzo de abrir sus horizontes comerciales a nuevos destinos que ofrecen interesantes posibilidades de negocio.”

FUENTE: ANIEME

## 2. EL MERCADO DEL MUEBLE EN ANGOLA

El presente estudio de mercado tiene como objetivo explicar la evolución del sector de mobiliario durante los últimos cinco años en Angola. En concreto, hemos elegido las partidas 94.3, 94.04 y 94.05 ya que son las que tienen una mayor relevancia para las empresas españolas y representan más del 83% del mercado del mueble en el país.

En la actualidad Angola es el líder en la exportación de petróleo en África y además exporta en menor medida mercancías como diamantes, café, sisal, pescado, madera y algodón. No obstante, en líneas generales es un país importador, presentando una balanza comercial negativa en el sector del mueble. La producción nacional de este producto es artesanal y está orientada al consumidor local de renta baja, no llegando a tener un volumen significativo a pesar de contar con su gran masa forestal.

El mercado mobiliario tuvo un fuerte crecimiento en Angola en el período 2012-2014, alcanzando su valor máximo en el año 2014, la caída del precio del crudo supuso el comienzo de una grave crisis económica. Los ingresos del país por la venta de petróleo, principal fuente de divisa, se vieron afectados lo que provocó una desaceleración en todos los sectores que dependen de las importaciones, incluido el de la construcción muy ligado al mercado del mueble y la decoración.

Los principales proveedores de mobiliario son China, Brasil, Sudáfrica, Italia y España que ocupa el 6º lugar. China ocupa el primer lugar como importador en la gama de precio bajo, mientras Portugal, domina la gama media-alta.

La población angolana según los últimos datos censados en el 2014 alcanzaban los 25.789.024 habitantes. Estimamos que esta cifra ha aumentado toda vez que el crecimiento poblacional sigue siendo positivo. En función del nivel adquisitivo podemos dividir la demanda en Angola en tres niveles:

- Consumidores de renta muy alta que demandan productos de diseño y alta calidad.
- Consumidores de renta alta y media-alta quienes buscan modernidad y una buena relación calidad precio.
- Consumidores de renta media-baja y baja en los que prima el precio sobre la calidad.

El precio es un factor determinante en la decisión de compra, éstos suelen ser altos en comparación con los españoles. No obstante, variarán en función del origen, calidad, diseño y forma de distribución. De manera general, el consumidor angoleño busca adquirir muebles duraderos y a precios competitivos.

En relación al estilo, señalar que la tendencia es convencional pero cada vez más aparecen toques modernos y diseños innovadores, sin obviar a la influencia africana donde predominan los motivos religiosos y de la naturaleza local.

El producto español tiene una imagen positiva en el mercado angolano, sin embargo no es conocido de forma específica por gran parte de la población sino que se asocia al producto europeo que tiene como principal característica una buena calidad. Hay tiendas que venden producto español bien porque los propietarios tienen

algún vínculo con España, bien porque el distribuidor, normalmente de origen portugués, conoce el producto español y lo comercializa.

De manera general, las formas de distribución no suelen superar el canal corto, coincidiendo la figura del vendedor final con la de importador. El canal mixto ha ido adquiriendo peso con la fuerte irrupción de los productos de origen chino que son ofertados en sus puntos de venta tanto a mayoristas como a clientes finales. La venta directa se usa principalmente entre los fabricantes locales y el público de renta baja. Por su parte, la introducción de la distribución online tiene aún un carácter residual.

En Angola la importación de mobiliario definido en este estudio es gravada por dos impuestos, el arancel aduanero y el impuesto al consumo, que oscilan entre un 10 y un 20% dependiendo de la partida.

Las previsiones a corto plazo apuntan a una disminución aún mayor de la demanda debido a la ralentización del sector de la construcción. A pesar de ello, se espera que los esfuerzos del ejecutivo por descentralizar la economía, a través del apoyo al sector de la construcción, permitan la creación de nuevas zonas residuales y hoteles, tanto por empresas nacionales como extranjeras. Además, una parte de la población angolana cuenta con un nivel de renta muy alto y en la actualidad continúan demandando mobiliario.

A modo de conclusión:

-Las principales debilidades del producto español son: la falta de promoción española en el país y el mayor conocimiento de los productos de origen portugués, así como la fuerte irrupción de los productos chinos.

-Las oportunidades del producto español son: el desarrollo del sector inmobiliario y la adquisición de viviendas por parte de angoleños de rentas altas. La falta de producción local de muebles que requiere la importación de mobiliario para decorar las viviendas. El alto poder adquisitivo de una parte de la población que tiene oportunidad de viajar y valorar la calidad y diseño del producto español.

FUENTE: ICEX. NOVIEMBRE 2016

### 3. EL MERCADO DEL CANAL CONTRACT EN EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

El presente estudio de mercado pretende ofrecer una visión precisa sobre el canal contract en Emiratos Árabes Unidos (EAU). Se entiende por contract el canal de distribución de productos de arquitectura y decoración, cuyo destino son clientes institucionales o corporativos públicos o privados, que delegan las decisiones de compra en figuras de intermediación de carácter técnico, llamados prescriptores. Engloba diversos servicios como arquitectura, ingeniería o diseño de interiores; y una gran variedad de productos como artículos de iluminación, mobiliario o textiles. Este estudio aborda únicamente el análisis de los productos que se introducen por este canal.

El canal contract está estrechamente ligado al sector de la construcción por lo que su evolución depende del número de proyectos que se realicen y de su presupuesto. A pesar de la ralentización que ha experimentado la construcción en los últimos años, debido en parte a la caída de los precios del petróleo y a la inestabilidad geopolítica de la región, EAU está inmerso en programas de inversión en nuevas infraestructuras y desarrollos inmobiliarios como parte de su estrategia de diversificación de la economía y para hacer frente tanto al crecimiento de la población, como a los grandes eventos internacionales previstos para los próximos años destacando la Expo 2020 en Dubái. Así se prevé que el crecimiento del sector de la construcción se mantendrá en números positivos durante el periodo 2016-2019 con un aumento aproximado del 7% anual.

El canal contract engloba diversos segmentos según la tipología del cliente final. Los segmentos más importantes en EAU y, por tanto, los que más inversión atraen son el segmento residencial, seguido

del de restauración y hoteles y del espacio de oficina. Cada tipo de proyecto exige un mayor o menor gasto en fit out siendo los espacios de restauración y hoteles y los espacios comerciales los que destinan una mayor parte del presupuesto al equipamiento interno (aproximadamente un 23% del total del proyecto).

La decisión de compra final de los productos del canal contract recae sobre el promotor y/o la empresa contratista. No obstante, la figura del prescriptor adquiere gran importancia ya que posee una fuerte capacidad para influir en esta elección. Generalmente el precio es el factor de decisión más importante en este mercado, aunque el diseño, calidad, innovación y tener experiencia previa en la región también es un aspecto valorado por los clientes. Otros factores como el hecho de que la empresa esté establecida en el país y que ofrezca un buen servicio postventa, así como una rápida capacidad de respuesta, son muy tenidos en cuenta por los clientes.

Debido al alto poder de negociación de los clientes, su sensibilidad ante los precios y la alta competencia existente en el mercado, se aprecia una tendencia del mercado a ajustar los precios reduciendo enormemente los márgenes de beneficio. EAU, y en especial Dubái, es un "mercado de referencias", en el que la empresa extranjera obtiene las referencias necesarias para abordar el resto de países del Golfo, pero es posible que el margen de beneficio resulte tan escaso que haga la operación poco rentable.

Estamos ante un mercado que demanda por parte de las empresas gran flexibilidad, tanto en el precio como a la hora del suministro de los distintos servicios y productos. La negociación de los precios,



incluso después de haber cerrado el trato, o cambios en las condiciones de entrega es una práctica muy habitual.

La mayoría del producto que engloba este canal es importado ya que la producción local, a pesar de haber aumentado en los últimos años, es insuficiente para satisfacer la demanda. Los países con más presencia en el mercado son India y China, que ofrecen un producto de calidad baja o media – baja y unos precios ajustados. Los productos europeos han ganado cuota de mercado con respecto a años anteriores y se aprecia una creciente preocupación del cliente por adquirir productos de calidad. Como consecuencia de esto, dada la gran competencia existente y que el precio es el principal factor de decisión, se puede observar una tendencia hacia la demanda de productos de calidad europea a precios asiáticos.

Los productos españoles gozan de buena imagen ya que se asocia su calidad a los estándares europeos pero a un precio más competitivo, aunque no disponen de una imagen propia que los distinga del resto de competidores. Esto supone una ventaja competitiva para España que cuenta con precios ligeramente más bajos que sus competidores europeos y una calidad semejante.

Existe una tendencia a la construcción de edificios sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. La utilización de materiales

recicladados y eficientes energéticamente y la apuesta por espacios abiertos y luminosos es ya una realidad. Además el concepto de affordable housing o vivienda asequible está adquiriendo gran importancia, y por parte de las autoridades se está fomentando el desarrollo de este tipo de construcciones, con materiales más baratos y planteamientos más sencillos.

En la actualidad, en parte debido al impulso en el sector que ha supuesto la adjudicación de la Expo Mundial 2020 a Dubái, se han reactivado muchos proyectos que se encontraban paralizados y se están ejecutando muchos otros, por lo que el canal contract presenta grandes oportunidades. En EAU, por lo general, los proyectos tienen un periodo medio de construcción de aproximadamente 18 o 20 meses y lo habitual es que las licitaciones se convoquen dos años y medio antes de la fecha de entrega del proyecto. EAU es un mercado de medio y largo plazo en el que las relaciones personales que se puedan establecer con los distintos prescriptores y actores adquieren gran importancia. Por ello, los últimos meses de 2016 y todo 2017 son un buen momento para establecer una red de contactos sólida de cara a los proyectos que se liciten con vistas a la Expo 2020.

FUENTE: ICEX. SEPTIEMBRE 2016

## 4. EL MERCADO DEL MUEBLE DE OFICINA EN NORUEGA

El sector del mueble de oficina en Noruega ofrece oportunidades que deben ser tenidas en cuenta por la empresa española. Por una parte, la estabilidad política y jurídica del país constituye un marco ideal para realizar inversiones. Por otro lado, el crecimiento económico continuado y el incremento en la creación de nuevas empresas han condicionado la tendencia al alza en el consumo de muebles. El presente estudio tiene por objeto presentar la situación actual del mueble para oficinas en Noruega y facilitar información práctica a aquellos fabricantes españoles de mobiliario que tengan previsto una introducción de sus productos en este mercado.

Como breve introducción sobre el mercado hay que resaltar que Noruega es un mercado pequeño (cinco millones de habitantes en 2015), estando concentrada la mayor parte de la población en núcleos urbanos como Oslo, Bergen o Stavanger.

Como avance a las tendencias en las importaciones noruegas, destacar el incremento progresivo y exponencial de muebles procedentes de países de Europa del Este u otros asiáticos como China, en decrecimiento de las importaciones de países como España o Italia. Destaca, en cuanto a importaciones globales de muebles, el mobiliario para colectividades como uno de los productos con mayor demanda ya que el sector de construcción y renovación de establecimientos (hoteles, bares, restaurantes...) ofrece buenas perspectivas de crecimiento, no solo Noruega, también en países próximos.

El mercado del mueble en Noruega ha aumentado un 6,5% de media anual en los últimos años, por otro lado, también han aumentado las ventas en las tiendas especializadas alrededor de un 6%. Respecto a las ventas dentro del país, el distrito de Sunnmore es líder en la producción de mobiliario, con alrededor de un 50%.

En referencia a las importaciones generales divididas por los grupos arancelarios, estas están representadas en las estadísticas de manera muy global, dando datos que aportan unas cantidades significativas de comercio exterior. Como se puede observar las importaciones de mobiliario de oficina Noruega varían bastante de un año a otro, aumentando en ritmos generales. Por otro lado, como dato a tener en cuenta las importaciones de mobiliario de oficina (TARIC 94032009) son nulas.

**Importaciones de mobiliario de oficina en Noruega en el año 2015 (millones NOK)**

	2012	2013	2014	2015	Variación % 2014-2015
Armarios de oficina de metal	13.875.636	26.542.585	28.147.940	39.113.122	26%
Armarios de metal y archivadores	33.934.142	34.031.867	32.554.441	29.938.009	-37%
Muebles de metal	180.313.056	184.926.241	173.923.186	182.648.591	19%
Mobiliario de oficina	936.178.931	895.655.203	1.058.556.058	1.167.826.755	9.7%
Mobiliario de oficina de madera	0	0	0	0	0
Mobiliario de oficina de madera tropical	8.478.043	14.177.601	5.702.962	4.980.045	-7,8%
Mobiliario de oficina de madera, excepto madera tropical	636.908.968	609.178.985	599.694.007	582.984.951	-3.6%

Fuente: Statistics Norway

Noruega es uno de los países más ricos del mundo y los noruegos gozan de un importante poder adquisitivo. En consecuencia, el nivel de precios de Noruega es muy alto comparado con el resto de países de Europa occidental, por lo que el precio de los muebles será mucho más elevado que en España. Por otra parte, la importación de muebles de oficina procedentes de la Unión Europea está libre de aranceles, siendo la única carga impositiva que se aplica a este producto el impuesto sobre el consumo (IVA), que asciende al 25%.

En términos generales, el consumidor final noruego no percibe a España como productor de muebles por lo que el origen del producto no supone ninguna ventaja competitiva sobre el resto. Principalmente se cree que la procedencia de esta clase de productos es sueca, y el cliente final no se preocupa por conocer el lugar de origen del mobiliario que están comprando, sino que se guía fundamentalmente por el diseño, precio y calidad. En cambio, por su parte, los distribuidores noruegos sí que reconocen la calidad y el diseño de los productos españoles, aunque no todos ellos ofrecen una gama de productos de nuestro país. Los pocos productos españoles con los que cuentan están posicionados en una gama media/alta, compitiendo junto a los suecos, daneses y coreanos.

Con carácter general, los importadores de mobiliario suelen ser, al mismo tiempo, los distribuidores de esta clase de productos. Algunos de ellos tienen tiendas o showrooms en los que exponen los productos para el cliente final, aunque es más habitual que éstos tengan sus centros de ventas o de exposición en los polígonos industriales a las afueras de las ciudades y que, además, lo normal es que sean almacenes de grandes superficies.

Noruega es uno de los pocos países de Europa que no es miembro de la Unión Europea. No obstante, Noruega es miembro de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), junto con Islandia, Liechtenstein y Suiza. En consecuencia, las relaciones de Noruega con la UE se instrumentan en torno al Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo (EEE), que abarca a todos los países de la Unión Europea y tres de la EFTA (Islandia, Noruega y Liechtenstein). Esta pertenencia al mencionado EEE hace que Noruega mantenga una posición similar a cualquier país de la UE, por lo que para comercializar mobiliario no será necesaria ninguna adaptación, ya que toda la normativa está homologada de acuerdo a la UE, por lo que se exigen los mismos requisitos que en el mercado español.

Debido al reducido tamaño del mercado y a la poca presencia del producto español, se puede afirmar que nuestros productos son prácticamente desconocidos en el país nórdico, aumentando su presencia actualmente como hemos observado en el cuadro anterior, en el cual España gana posiciones respecto a otros países exportadores de la Unión Europea líderes en este tipo de productos. No obstante Noruega es un mercado con un gran potencial para el producto español, un mercado difícil pero, al mismo tiempo, en crecimiento y con grandes posibilidades de futuro, en el que las importaciones globales han crecido un 9,1% de media anual en los últimos 5 años y un 18,4 % solo en el 2015 con respecto al 2014. Debido al aumento de la valoración por los compradores, del diseño y calidad del producto, la industria del mueble de ofician se esfuerza cada vez más en ser más competitiva en los escenarios internacionales.

FUENTE: ICEX. AGOSTO 2016

## 5. EL MERCADO DE HÁBITAT DEL CANAL CONTRACT EN JAPÓN 2016

Esta nota sectorial analiza la situación del canal contract en Japón. El objetivo es dar a conocer las oportunidades que ofrece el mercado japonés en este ámbito. El sector engloba un gran número de partidas arancelarias, por lo que se tendrán en cuenta solo aquellas de mayor relevancia para el canal contract y que pueden ser de interés para la empresa exportadora española. Esto incluye códigos del Capítulo 94 de muebles e iluminación, de los Capítulos 52 a 55 en textiles y del Capítulo 69, correspondiente a azulejos.

El canal contract es un canal de distribución de productos de arquitectura y decoración, cuyo destino final son clientes institucionales o corporativos, que delegan las decisiones de compra en figuras de intermediación de carácter técnico, conocidos como prescriptores. Por tanto, dentro del canal contract confluyen una serie de actores que lo identifican claramente: el agente prescriptor, el mercado del contract, el cliente contract y los proveedores.

El canal contract depende directamente de la inversión en establecimientos públicos y privados. Tras el boom de los 90 se produjo un declive de este tipo de construcciones en Japón, pero la adjudicación de los Juegos Olímpicos 2020 ha mejorado las perspectivas de futuro.

Principalmente, ha contribuido a estimular el sector turístico. Según datos del Gobierno, Japón batió su record de visitantes durante el año 2015 alcanzando los 19,7 millones de turistas internacionales (un 47,1% más que el año anterior). Además, el gasto medio de los turistas aumentó en un 16,5%. Inicialmente, el objetivo del Gobierno era alcanzar los 20 millones de turistas en el año 2020. Ahora bien, tras casi alcanzar esa cifra en 2015, el objetivo se ha revisado al alza situándose en 40 millones de turistas en 2020 y 60 millones en 2030. Aparte se contabilizan los turistas que acudirán expresamente a los JJ.OO., cuya cifra se estima en 920.000 diarios.

Este incremento en el turismo ha servido para dejar en evidencia la necesidad de aumentar la capacidad hotelera de la ciudad de Tokio de cara a los juegos, toda vez que el ratio de ocupación hotelera de la capital (indicador de la oferta) crece a menor ritmo que el número de ocupaciones (indicador de la demanda). Es más, existen ya algunos proyectos de reforma por parte de varias cadenas hoteleras: Marriot Internacional, Prince Hotel, Hotel Andaz, Aman Resorts etc. El Hotel Okura, construido de cara a los JJOO de Tokio en 1964, ha iniciado un plan de reformas para aumentar su capacidad en un 35%. En la zona de la bahía de Tokio también se ha puesto en marcha proyectos de nueva construcción hotelera por parte de Mitsui Fudosan, NTT Urban Development y la Keikyu Corporation.

De esta necesidad surge la oportunidad en el canal contract: tanto las nuevas edificaciones como los proyectos de ampliación y acondicionamiento de antiguos establecimientos son buenos escenarios para la colocación del producto español.

Tras el análisis realizado en este documento se considera que son especialmente interesantes los muebles, textiles y aparatos de iluminación destinados a los espacios compartidos (salas de espera, halls, recepciones) de establecimientos públicos y privados (hoteles, restaurantes, estaciones).

En lo que al sector del mueble se refiere, al igual que con el resto de productos de un proyecto, la compra está muy condicionada por el presupuesto de que se dispone para llevarlo a cabo. Es por esta razón por la que es muy común que, incluso en grandes proyectos de hoteles de lujo o instalaciones de alto nivel, la decisión de compra acabe llevando a importar productos de países asiáticos con bajo coste como podría ser China. En el caso de la gama alta, el gran competidor es el producto italiano, que goza ya de muy buena reputación por su diseño.

En bares y restaurantes se utilizan frecuentemente los muebles europeos de vanguardia, mientras que en hoteles el mobiliario de estilo clásico o contemporáneo puede tener mejor cabida. Cabe mencionar el hecho de que el mueble español está más reconocido en este subsector que en el de muebles para el hogar.

FUENTE: ICEX. JULIO 2016

## 6. INFORME DE FERIA. 100% DESIGN. LONDRES 2016

El sector de productos para el hábitat es un mercado muy maduro en el Reino Unido, un mercado en el que existe una gran especialización de operadores entre canales (contract/doméstico), segmentos de precio y estilos.

El sector contract tiene un gran peso en el mercado británico. Es un canal de distribución de elementos de amueblamiento y decoración en el que arquitectos y diseñadores de interiores, también llamados especificadores, trabajan con los intermediarios comerciales del sector para proporcionar una solución integral personalizada a un cliente institucional o corporativo. Londres tiene estatus de plaza prescriptora a nivel mundial, pudiéndose hablar de un mercado anglosajón del contract, con importante influencia en Asia, Sudáfrica, Estados Unidos y el mundo árabe. Al hecho de que los principales despachos de arquitectura del mundo tengan aquí su sede o su principal filial europea, se le une el hecho de que es aquí donde se encuentra la segunda plaza financiera a nivel mundial, y el lugar donde suele ubicarse la base europea de cualquier multinacional.

Dentro del canal doméstico, las ventas de productos para el hábitat (muebles, iluminación, complementos, accesorios, artículos para el hogar) ascendieron en 2013 a 12.000 millones de libras (KeyNote, 2015).

Si nos ceñimos al sector mueble, las ventas de mueble del hogar en el Reino Unido alcanzaron en el año 2013 alrededor de 5.000

millones de libras. Se trata de un sector en el que el Reino Unido tiene un elevado déficit comercial: en el año 2015 el valor de las importaciones de muebles del Reino Unido (incluyendo tanto la partida arancelaria 9403 como la partida 9401) fue muy superior (5.376 millones de libras) al valor de las exportaciones (1.614 millones de libras). España se situó en el puesto 9º como país proveedor de asientos, partida arancelaria 9401, y en el puesto 14º para el resto de los muebles (partida 9403).

Del análisis de la demanda se desprende que los consumidores entre 25 y 34 años son los que adquieren más muebles para el hogar. Además, entre los compradores de este tipo de productos, el porcentaje de mujeres es superior al de los hombres. Otro dato a tener en cuenta es que la frecuencia de compra de muebles para el hogar no es muy alta, un 43% de los consumidores adquiere este tipo de productos menos de una vez el año y un 25,7% solo una vez el año.

Los productos españoles de mueble para el hogar que se distribuyen en el Reino Unido se dirigen al segmento medio y medio/alto del mercado. Los muebles españoles están bien considerados en este mercado y hay varias empresas que han conseguido penetrar con éxito en el sector contract y además sus productos se pueden encontrar en tiendas independientes.

En el segmento alto del mercado existe una gran fragmentación, ya que la distribución se lleva a cabo principalmente a través de

tiendas independientes. Este tipo de tiendas distribuyen productos del segmento medio/alto, en su mayoría artículos fabricados en Europa. Muchos de estos comercios trabajan tanto con el canal contract como con el canal detallista.

### **Tendencias y novedades presentadas**

Además de una corriente muy extendida hacia la customización de los diseños presentados a gusto del cliente, destacaron las siguientes tendencias:

-Craftmanship: materiales tratados y acabados a mano, tallados, cosidos y esculpidos por artesanos.

-Acabados en metal oxidado con pátina: bronce, cobre y metales en tonos cálidos.

-Novedoso uso de la marquetería con chapas de piedra natural o de materiales metálicos en tonos dorados.

-Piezas de mueble modular con geometrías angulares

### **Valoración**

A diferencia de otros certámenes internacionales como la feria del mueble de Milán, 100% Design no es un escenario para la presentación internacional de novedades. Se trata más bien de mostrar las últimas colecciones a un público objetivo de arquitectos/especificadores en un entorno más manejable y relajado.

La mayor parte de los visitantes responden al perfil de especificadores (arquitectos o interioristas) con una aportación mayoritaria de visitantes de Reino Unido. No obstante, los especificadores británicos trabajan en un elevado porcentaje en proyectos en el exterior (países asiáticos, Oriente Medio) lo que acentúa el carácter internacional de la feria.

Para los visitantes, el evento ofrece una completa panorámica de las tendencias en el sector hábitat así como una oportunidad para el 'networking'.

100% Design ha tenido un desarrollo irregular en sus más de 20 años de vida, con altibajos y varios cambios de enfoque. La feria se convirtió rápidamente en sus inicios en un evento imprescindible dentro del panorama internacional del diseño, con un enfoque que combinaba la oferta comercial de calidad con diseño joven experimental. Este éxito inicial de 100 % Design contribuyó a dar origen al London Design Festival en 2003.

Sin embargo, la feria ha pasado por etapas bajas en las que se descuidó la selección de expositores y se perdió el enfoque. La competencia de otros eventos que aglutinaban a jóvenes diseñadores (Tent, Designersblock, Designjunction) también hizo mella en el certamen.

FUENTE: ICEX. SEPTIEMBRE 2016

## 7. INFORME DE FERIA. KOFURN 2016. KOREA INTERNATIONAL FURNITURE & INTERIOR FAIR. SEÚL

La feria KOFURN comenzó su andadura en el año 1981 y es una de las ferias más importantes de muebles y la industria maderera. En la feria estaban representados los siguientes sectores y productos:

1. Muebles para el hogar
2. Muebles para oficina
3. Interiorismo y decoración
4. Industria maderera
5. Redes para el hogar
6. Zona de diseño con competición de diseño

Respecto a los expositores, y según datos de la organización, más del 95% procedían de Asia, un 1,5% de Europa y un 0,7% de América, siendo alrededor del 40% del sector de muebles para el hogar. No hubo presencia española, pero si se pudieron ver marcas europeas, principalmente italianas y alemanas.

Poco menos de la mitad de los visitantes eran consumidores, pero también se pudo ver a importadores, distribuidores y en menor medida fabricantes.

### **Tendencias y novedades presentadas**

En la feria se pudieron ver productos y servicios del sector del mueble y del sector de interiorismo. Asimismo, se podía encontrar

todo lo necesario para el hogar: utensilios de cocina, electrodomésticos, colchones, elementos de decoración, etc.

Destacar como tendencias, el número de expositores fabricantes de muebles de madera, los productos de ahorro energético, respetuosos con el medioambiente y muebles y decoración de estilo occidental. Si bien es cierto que había mobiliario tradicional coreano, cada vez es más habitual que el consumidor coreano se decante por diseños occidentales.

### **Valoración**

La apertura del primer establecimiento de IKEA en el país junto con el cada vez mayor interés del consumidor coreano por el estilo de vida occidental, ha supuesto un incremento en las ventas del sector del mueble.

Se espera que las importaciones, especialmente de mobiliario fabricado en madera, continúen creciendo a lo largo de los próximos años, lo que podría ser de interés para la industria española.

De la misma forma, el consumidor coreano está cada vez más preocupado por adquirir productos de calidad, con buenos materiales y en la medida de lo posible respetuosos con el medio

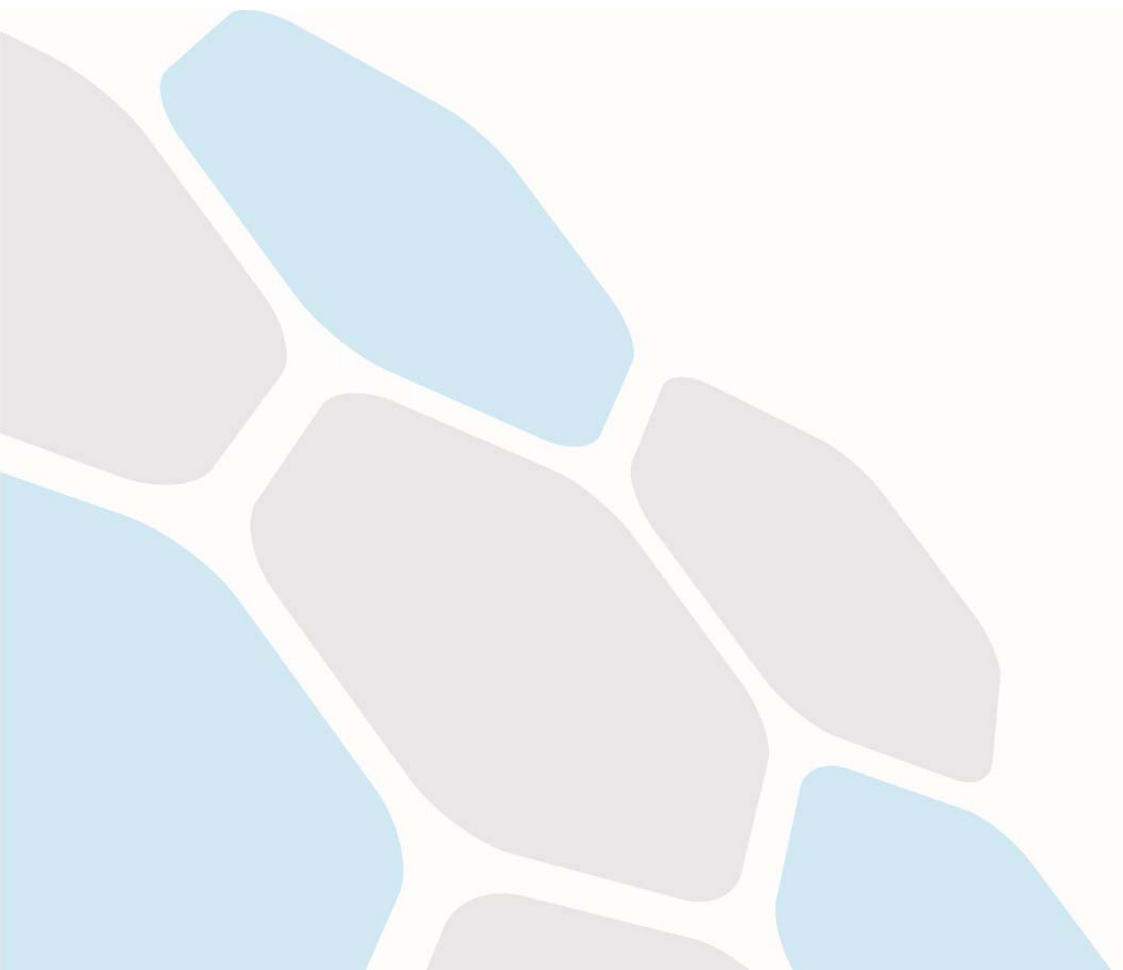


ambiente y fabricados a partir de materiales naturales, sin dejar de tener en cuenta la relación calidad-precio.

Sin embargo, la participación en la feria KOFURN quizás no sea la mejor vía para una empresa española de acceder por primera vez

al mercado coreano, dado que la participación en cuanto a expositores es principalmente asiática y apenas hay presencia extranjera.

FUENTE: ICEX. AGOSTO 2016

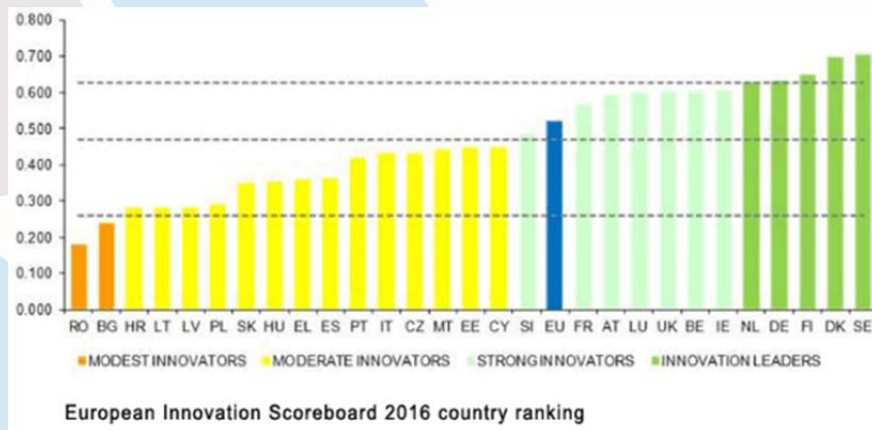


# ARTÍCULOS DE INTERÉS

## 1. COMPARACIÓN DE LOS NIVELES DE INNOVACIÓN: ¿CÓMO ES DE INNOVADOR SU PAÍS?

La Comisión ha publicado los resultados de 2016 del Cuadro europeo de indicadores de la innovación, del Cuadro de indicadores de la innovación regional y del Innobarómetro.

Las principales conclusiones es que la innovación en la UE se va aproximando a la del Japón y a la de los Estados Unidos, que Suecia vuelve a ser líder en innovación y que Letonia es ahora el país donde más rápidamente progresa la innovación.



Las principales conclusiones de los tres informes publicados son las siguientes:

- Suecia es una vez más líder de la UE en innovación, seguida de Dinamarca, Finlandia, Alemania y los Países Bajos.
- En áreas de innovación determinadas, los líderes de la UE son: Suecia: recursos humanos y calidad de la investigación académica; Finlandia: condiciones marco financieras; Alemania: inversión privada en innovación; Bélgica: redes de innovación y colaboración; Irlanda: innovación en las pequeñas y medianas empresas.
- Los países donde más rápidamente progresa la innovación son Letonia, Malta, Lituania, los Países Bajos y el Reino Unido.
- En los países de moderada innovación existen también núcleos regionales de innovación: Piamonte y Friul-Venecia Julia en Italia, el País Vasco en España y Bratislava en Eslovaquia.
- Generalmente, el principal factor para convertirse en un líder de innovación es la implantación de un sistema de innovación equilibrado que combine un nivel adecuado de inversiones públicas y privadas, asociaciones de innovación eficaces entre empresas y entidades docentes, así como una sólida base educativa e investigación de excelente calidad. El impacto económico de la innovación debe manifestarse en términos de ventas y exportaciones de productos innovadores y también de empleo.

- La especialización en tecnologías facilitadoras esenciales aumenta el rendimiento de la innovación regional, especialmente en los ámbitos de los materiales avanzados, la biotecnología industrial, la fotónica y las tecnologías avanzadas de fabricación.
- En los dos próximos años, se espera una mejora del rendimiento de la innovación en la UE. La mayoría de las empresas tienen previsto mantener o aumentar el nivel de inversión en innovación durante el año próximo. Las empresas de Rumanía, Malta e Irlanda son las que más probabilidad tienen de aumentar su inversión en innovación el año próximo.

#### **Más información:**

- Cuadro Europeo de Indicadores de Innovación:

<http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/>

- Cuadro Europeo de Indicadores de Innovación Regional 2016

[http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/regional\\_en](http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/regional_en)

- Innobarómetro 2016:

[http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/innobarometer\\_en](http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/innobarometer_en)

FUENTE: COMISIÓN EUROPEA

## 2. SHAZAM PARA EL MUEBLE

Imagine que está leyendo una revista de decoración, o mirando una foto de la sala de estar de alguien, y observa una lámpara o una silla que iría bien en su propia casa. Pero, ¿cómo encontrar uno igual? Un nuevo sistema, desarrollado por investigadores de la Universidad de Cornell, puede ejecutar fotos de muebles a través de una red neuronal de aprendizaje profundo e identificar el fabricante, el modelo y dónde comprarlo.

La búsqueda de una descripción imprecisa de un mueble, como "silla de cuero rojo", es probable que devuelva una serie de resultados no deseados, por lo que el Dr. Sean Bell y el Profesor Kavita Bala ha diseñado una red neuronal en la línea de Shazam, la aplicación que escucha un fragmento de la música y en segundos puede sacar el título de la canción, artista, álbum y otros detalles.

El sistema desarrollado en Cornell escanea fotos de objetos y compara su forma, color y características con una base de datos de "imágenes simbólicas" tomadas de catálogos de fabricantes y sitios web. A partir de ahí, devuelve el mejor resultado, junto con detalles sobre quién lo fabrica y dónde está disponible. Parece que muchas personas quieren comprar cosas que ven en la casa de otra persona o en una foto, pero no saben dónde mirar", dice Sean Bell, uno de los autores del artículo.

Comunidades online como Houzz, Pinterest y LikeThatDecor permiten a los usuarios compartir información sobre los productos, incluyendo dónde comprarlos, pero los investigadores querían automatizar y agilizar ese proceso en un servicio.

Las imágenes de hogares, con recuadros dibujados alrededor de los elementos de interés, fueron introducidos en una red neuronal junto con sus imágenes simbólicas para entrenar al sistema y reconocer objetos. En lugar de esperar a que busque a través de toda la base de datos, el rango de coincidencias se reduce primeramente a analizar ampliamente los bordes y líneas de las imágenes, para eliminar las respuestas erróneas. A continuación, examina partes y formas más específicas, antes de buscar objetos completos en una lista ahora mucho más pequeña.

Los investigadores han creado una compañía, Grokstyle, para conseguir el servicio comentado para minoristas y diseñadores, y en el futuro, sistemas similares podrían ser desarrollados para otras áreas como ropa.

FUENTE: NEWALTAS

### 3. AIDIMME Y ROYO GROUP INVESTIGAN MEJORAR LA SALUD LABORAL MEDIANTE EL USO DE EXOESQUELETOS

El Instituto Tecnológico Metalmeccánico, Mueble, Madera, Embalaje y Afines, AIDIMME, y ROYO GROUP, han iniciado un proyecto encaminado a dotar de mayor dimensión humana los procesos de producción y logística en las plantas de fabricación en el marco de la iniciativa europea HUMAN.

Entre los socios se encuentran los tres casos de aplicación que se validarán durante la investigación, como el sector de defensa y aeroespacial, la automatización de la fabricación, y la fabricación de muebles, y que se llevarán a cabo con las empresas Airbus, Comau, y ROYO GROUP.

La dimensión del proyecto HUMAN se integra en la esfera de la cuarta revolución industrial que impulsan las administraciones públicas para guiar los procesos, productos, y modelos de negocio, hacia una nueva dimensión productiva, y donde una de las claves es la interacción hombre-máquina (por ejemplo en interfaces táctiles y realidad aumentada, entre otras opciones).

En este sentido, la adaptación de los escenarios de trabajo buscando una armonía entre la automatización de los sistemas y el entorno laboral, por un lado, y por otro, y derivado de éste, la humanización del propio puesto de trabajo, es el objetivo central de esta iniciativa estructurada en tres años de desarrollo.

#### **Salud, seguridad y calidad**

El estudio de los puestos de trabajo es, por tanto, el primer aspecto crítico a estudiar para avanzar en la definición de herramientas que

generen sistemas eficientes de evaluación de la salud, estado de ánimo, o adecuación de los movimientos, para evitar riesgos en tareas complejas, mejorar la satisfacción en el puesto de trabajo, y aumentar la calidad de los procesos y productos, entre otros avances.

De esta forma se apuesta por una adecuada integración entre el ser humano y su puesto de trabajo, adaptando la tecnología a las necesidades humanas y laborales. Mediante la ayuda de sistemas de monitorización de los trabajadores en planta y el análisis de los datos recogidos, se establecerán los criterios que permitan mejorar el bienestar laboral e incrementar la competitividad de los sectores productivos.

#### **Exoesqueletos**

Aparte de los aspectos vinculados al estado físico y anímico del trabajador, el proyecto investigará la incorporación de nuevas tecnologías de asistencia, como pueden ser los exoesqueletos, en aquellos puestos de mayor dificultad o carga para aliviar las tensiones y reducir el estrés.

“La oportunidad que ofrece esta iniciativa es muy adecuada para una empresa como la nuestra, en constante búsqueda por mejorar todos los procesos mediante una correcta política de I+D, y en el caso de nuestros profesionales, más si cabe, en la mejora de la ergonomía y la salud en general de los empleados”, ha asegurado el director de I+D+i de Royo Group, César Taboas.

Taboas se ha mostrado convencido de que la incorporación de estos sistemas, que además integran realidad aumentada para procesos de fabricación complejos y realidad virtual, modelado virtual de la factoría y la monitorización de las operaciones productivas, “será un avance sin precedentes en la prevención de riesgos laborales, la mejora de la salud física y mental, la

formación, y el incremento de la calidad y la competitividad empresarial”, ha precisado.

FUENTE: AIDIMME

## 4. UNA PLATAFORMA B2B INTEGRADA PERMITIRÁ AL MUEBLE OPTIMIZAR SUMINISTROS Y LOGÍSTICA

El Instituto Tecnológico Metalmeccánico, Mueble, Madera, Embalaje y Afines (AIDIMME), la Federación Empresarial de la Madera y Mueble de la Comunidad Valenciana (FEVAMA), y la empresa fabricante de muebles infantiles y juveniles (MICUNA), han participado en la presentación del proyecto NIMBLE, formado por 17 socios de siete países. Así, la iniciativa NIMBLE (Collaboration Network for Industry, Manufacturing, Business and Logistics in Europe), pretende configurar una red de colaboración bajo el esquema de una plataforma multisectorial B2B (Business to Business) que dé cobertura a otras plataformas B2B.

De esta manera, se pretende que se produzca una integración y flujo de intercambio de datos en un entorno de código abierto, facilitando su futura adaptación por sectores o regiones geográficas. Entre los beneficios de esta plataforma integral destaca la reducción de costes, la facilidad de localización de materias primas y productos (y derivado de esto un diseño de prototipo más ágil y eficiente), una optimización de la logística, y el acceso a contenidos especializados que rompa las trabas a la

exportación, como documentación requerida, certificaciones exigidas y cualquier información que evite procesos farragosos y costosos y que permita abrir nuevos mercados.

De este modo, la plataforma captará, progresivamente, usuarios hasta alcanzar las 2.000 empresas previstas al finalizar el proyecto, y comenzará trabajando en cuatro sectores industriales: electrodomésticos de línea blanca, casas de madera, tejidos de alta costura y mobiliario infantil. En este último caso es donde AIDIMME aportará apoyo técnico para establecer y definir las necesidades de aprovisionamiento, logística y gestión válidas para la operatividad de la empresa. La patronal FEVAMA actuará como catalizador en la incorporación de las empresas proveedoras para cubrir toda la cadena de suministro, desde las materias primas hasta productos semielaborados o acabados, e incluso herrajes. Las tres entidades se encargarán de llevar a cabo la incorporación de la empresa a la plataforma y validar su operatividad.

FUENTE: IMCB

## 5. CERÁMICA, METAL Y MADERA COMO PRODUCTOS PARA LAS CIUDADES INTELIGENTES

Expertos del Instituto de Tecnología Cerámica (ITC-AICE) y del Instituto Tecnológico Metalmeccánico, Mueble, Madera, Embalaje y Afines (AIDIMME) estudian la posibilidad de que las empresas de las industrias madera-mueble y cerámica accedan al mercado de las ciudades inteligentes.

La investigación se hace a través del proyecto NODOS-Turismo que coordina AIDIMME y que cuenta con la financiación del Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) a través de los Fondos europeos FEDER de Desarrollo Regional. El proyecto trabaja en la aplicación de materiales innovadores y funciones técnicas en productos industriales, así como en la integración de productos en plataformas TIC de última generación.

Los expertos de ambos institutos tecnológicos preparan un informe técnico sobre las tecnologías y materiales específicos para la fabricación de soluciones y productos para ciudades inteligentes, con especial atención a aquellas tecnologías y materiales que pueden ser integrados con madera y cerámica para incorporar nuevas funciones a los objetos urbanos.

AIDIMME e ITC-AICE trabajan también en el diseño conceptual del prototipo de un objeto urbano inteligente orientado al turismo, para el cual se tendrá en cuenta la integración de materiales y tecnologías TIC de interés para el usuario (interactividad, sensores, etc.). También está prevista la fabricación de un prototipo físico que

se integrará en una plataforma tecnológica de Smart City siempre orientada al turismo.

FUENTE: ESMARTCITY

## 6. DISEÑAN UN NUEVO COMPONENTE CONSTRUCTIVO QUE COMBINA MADERA Y CEMENTO

Se trata de la elaboración de paneles que permiten una fácil manipulación con un sistema rápido y sencillo de ensamblado. El método permite aglomerar en forma durable, económica y sencilla dos materiales poco compatibles entre sí como la madera y el cemento. Este material compuesto se conforma de paneles de cerramiento para viviendas, y se espera que pueda emplearse en otras casa-partes.

El desarrollo fue llevado adelante por investigadores pertenecientes al Centro de Investigación y Desarrollo para la Construcción y la Vivienda (CECOVI) de la Universidad Tecnológica Nacional de Santa Fe (Argentina). Entre las características de estos paneles se encuentran las de ser durables, estables, de baja densidad, resistentes al fuego y a la degradación biológica y climática. Tienen buenas propiedades mecánicas, acústicas y térmicas. Además, permiten –por su bajo peso– una fácil manipulación y un rápido ensamblado, con mano de obra que puede especializarse sencillamente con capacitaciones específicas breves.

En el marco del “Programa Ellas Hacen”, del ministerio de Desarrollo Social de la Nación, se seleccionó este material para aplicarse en un sistema constructivo con el cual se elaboraron paneles y se diseñó un prototipo basado en la producción de una vivienda que pueda ser ejecutada por mujeres. “Lo interesante es que con una tecnología sencilla y con recursos que no son

costosos se alcanzan estándares de aislación y de confort internos que son los que se cumplen con métodos de construcción más tradicionales” indicó a Argentina Investiga el Ingeniero Alfredo Marcipar, a cargo del Área de Gestión e Innovación del Centro.

A lo largo de sus 35 años de historia, el CECOVI ha desarrollado, adaptado y mejorado diversos sistemas constructivos, cuyas características principales se orientan a los usuarios de viviendas de carácter social, adoptando tecnologías sencillas, aptas para autoconstrucción asistida y de fácil ejecución.

El director del Centro, el ingeniero Néstor Ulibarrie, destacó: “Se trata de una transferencia que es producto de una investigación previa y de una interacción entre todas las áreas del CECOVI (de investigación de materiales; de transferencia; de innovación; de servicios y ensayos). En una primera etapa se analizan las propiedades del material. En este caso, la madera es un componente natural que requiere de determinados cuidados. Por ejemplo, la lignina que se elimina envenena el cemento, entonces, hay que tratarla previamente y verificar cómo estos tratamientos influyen en la madera en sí y en el resultado de las dosificaciones. Se hacen ajustes a partir de los resultados. Todo eso es una etapa previa. Cuando finalmente se obtienen las dosificaciones indicadas, se piensan los componentes, donde también hay etapas. En este caso, hubo una etapa de paneles grandes y le dimos un enfoque que apuntaba al prototipo constructivo. Entonces, empiezan a



sumarse las otras áreas que trabajaron en el diseño del prototipo aplicado a este programa de desarrollo social”.

Los investigadores del CECOVl comenzaron hace cinco años por estudiar la fibra de la materia y cómo hacer para que la madera, que es un material ‘vivo’, se convierta en un ‘inerte’ y, de esta manera, se pueda pegar con cemento y durar muchos años. “Se presentó en distintas convocatorias y se financió cada etapa – explicó Marcipar—. Una vez que todo eso se logró, decidimos hacer paneles para muros y se hizo una primera transferencia. Después surgió este acuerdo con otras pautas: que lo puedan manipular mujeres; que esté integrado el sistema constructivo; etcétera”.

Originalmente, pensamos en recuperar residuos de la poda de los árboles para hacer los paneles. Pero para investigar, lo más fácil es tomar un solo tipo de madera porque cada madera tiene sus propiedades. Entonces se probó con un solo proveedor y tipo de lana (especie arbórea), para achicar la cantidad de variables. Ahora continuamos con la intención de dar un paso más, y vamos a probar con el descarte industrial, donde aparecerá una variabilidad de especies controlada y entrarán en juego otras pautas como el volumen disponible por cada tipo”.

“Cuando los emprendimientos son sociales prevalece más la mano de obra intensiva que los aspectos de productividad e innovación tecnológica. Todo es artesanal” detalló el director del proyecto Marcelo Avendaño. “En este caso, el pedido era puntual: los paneles debían ser transportados por mujeres, por lo que el peso

no podía ser mayor a 30 kg (ya que entre dos mujeres pueden transportar 15 kg cada una)”.

Como producto final, se construyó un prototipo emplazado en el puerto de la ciudad de Santa Fe, de aproximadamente sesenta metros cuadrados. El objetivo es que sirva de modelo a escala real y, a su vez, la Facultad lo utilizará con fines educativos. Toda la tecnología utilizada es la misma que se aplica en una vivienda construida con este sistema constructivo.

Este programa incluyó la preparación de manuales orientados a los destinatarios de las potenciales transferencias. Por ello, se priorizó que sean de fácil entendimiento, con mucho soporte gráfico y poco texto, atendiendo a que los destinatarios son, en muchos casos, incipientemente alfabetizados.

“Para la parte de la cubierta del techo se hace un panel que contempla todo: la parte cubierta, la del cielorraso y la de las aislaciones. Eso también se prefabrica, entonces, se ahorra mucho tiempo –explicó Marcipar—. El hecho de acotar los plazos genera mucho beneficio en lo económico. La incidencia en mano de obra se compensa después en la ejecución de una obra rápida. Y la impronta de lo social toma un rol fundamental”.

FUENTE: ARGENTINA INVESTIGA

# NOTICIAS CEMER

## 1. LOS ALCALDES DE LUCENA Y ENCINAS REALES PIDEN QUE LA ESCUELA DE LA MADERA SEA CENTRO DE REFERENCIA

El alcalde de Lucena, Juan Pérez; el alcalde de Encinas Reales (Córdoba), Gabriel González; el vicepresidente de CECO Madera, Francisco Muñoz; y el secretario general de UGT en Córdoba, Vicente Palomares, comparecieron el pasado 2 de diciembre en el Ayuntamiento lucentino para solicitar la conversión de la Escuela de la Madera en un Centro de Referencia Nacional (CRN).

Según ha informado el Ayuntamiento de Lucena, tanto los responsables municipales como los representantes de los empresarios y sindicatos han insistido en la "necesidad" que tiene el sector de la madera de obtener "estímulos positivos" para recuperar "la fuerza perdida con la crisis".

En este sentido, Juan Pérez ha señalado que "la acreditación como CRN favorecería la especialización, la cualificación y la innovación de las empresas lucentinas", dentro de un sector como el de la madera, que "históricamente" ha jugado "un papel decisivo como dinamizador del tejido empresarial en Lucena".

Según se ha recordado durante la comparecencia, la petición de convertir en CRN la Escuela de la Madera, ubicada en Encinas Reales, se remonta al año 2010, con el inicio de la redacción de un convenio que, "por diferentes cuestiones administrativas, se ha ido retrasando desde la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio" a la que todos los comparecientes han "exigido la firma del convenio sin más dilación".

Entre las ventajas citadas con el cambio, destaca que parte de la financiación del organismo pasaría a ser del Gobierno central, a través del Servicio de Empleo Público Estatal (SEPE).

Para el alcalde de Encinas Reales, "el cambio a Centro de Referencia Nacional significa traer innovación a la provincia de Córdoba y hacer del sector de la madera de la comarca un referente a nivel nacional, como centro ineludible para desarrollar los proyectos más innovadores que vayan surgiendo fruto de la colaboración de universidades, empresas e instituciones".

En esta misma línea, el responsable de UGT-Córdoba ha señalado que, "una vez que la crisis ha hecho estragos, ha llegado el momento de devolver a Lucena el papel puntero que tuvo a nivel nacional con su sector de la madera", opinión que ha respaldado, por su lado, el portavoz de la patronal de la madera en CECO al subrayar que la firma del convenio es "una necesidad", tanto para las empresas, como para las oportunidades de empleo.

Según lo manifestado, los problemas que vienen retrasando la firma del acuerdo se limitan a "cuestiones burocráticas y administrativas", porque "la voluntad política de todas las administraciones siempre ha sido favorable a la materialización del acuerdo".

FUENTE: EUROPAPRESS



# DECRETOS, PROGRAMAS, AYUDAS

## 1. INCENTIVOS ECONÓMICOS REGIONALES

Los incentivos regionales son las ayudas financieras que concede el Estado a la inversión productiva para fomentar la actividad empresarial, orientando su localización hacia zonas previamente determinadas y contribuyendo así a paliar los desequilibrios interterritoriales.

Dentro de los sectores promocionables están las industrias transformadoras y servicios de apoyo a la producción que, respetando los criterios sectoriales establecidos por los organismos competentes, incluyan tecnología avanzada, presten especial atención a mejoras medioambientales y supongan una mejora significativa en la calidad o innovación de proceso o producto y, en especial, los que favorezcan la introducción de las nuevas tecnologías y la prestación de servicios en los subsectores de las tecnologías de la información y las comunicaciones y los que mejoren significativamente las estructuras comerciales.

Para Andalucía la concesión de subvenciones será hasta un máximo, respecto de la inversión aprobada, del:

- 15% para grandes empresas, 25% para medianas y 35% para pequeñas (01-07-2014 al 31-12-2017)

- 10% para grandes empresas, 20% para medianas y 30% para pequeñas (01-01-2018 al 31-12-2020)

Las ayudas consisten en subvenciones a fondo perdido, expresadas en porcentaje sobre los costes considerados elegibles.

Los conceptos de inversión que podrán incentivarse serán los activos fijos de carácter material nuevos o de primer uso, referidos a los siguientes elementos de inversión:

- Obra Civil.
- Bienes de Equipo, excluidos los elementos de transporte exterior.
- Estudios previos del proyecto: trabajos de planificación e ingeniería, dirección facultativa de los proyectos.
- Activos inmateriales que cumplan determinados requisitos regulados en la normativa de incentivos regionales.
- Otros conceptos, excepcionalmente.

El plazo de solicitud está abierto hasta el **31 de diciembre de 2020**.

FUENTE: MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS.

## 2. NUEVA ORDEN DE AYUDAS A AUTÓNOMOS

El Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA) ha publicado la Orden de 2 de diciembre de 2016, por la que se establecen las bases reguladoras del Programa de apoyo a la creación, consolidación y mejora de la competitividad de las empresas de trabajo autónomo. A través de esta orden de la Consejería de Economía y Conocimiento, enmarcada dentro del Plan de Actuación para el Trabajo Autónomo de Andalucía Horizonte 2020, se movilizarán más de 41 millones de euros y se alcanzará a unos 18.000 beneficiarios.

Esta nueva normativa contempla dos novedades principales. De un lado, se simplifican los trámites administrativos, de forma que todos los documentos que posea la Administración, como puede ser el caso de la vida laboral o las declaraciones de la renta, no tendrán que ser presentados en ningún caso por los autónomos que concurran a estas ayudas.

De otro lado, las bases reguladoras contemplan no solo a los que empiezan con su actividad sino a aquellas que ya la han iniciado y la mantienen en estos momentos. En este mismo sentido, se da la posibilidad para que el que se inicia en la actividad bajo este emprendimiento individual pueda pasar a otras fórmulas de emprendimiento colectivo sin perder las ayudas de las que fue beneficiario.

Esta nueva orden, cuyo principal objetivo es la creación de empleo en la comunidad, recoge cuatro líneas principales de ayudas:

fomento a la creación de empresas en el trabajo autónomo, consolidación empresarial, creación y consolidación del empleo en empresas de trabajo autónomo y promoción del trabajo autónomo.

La línea 1, de fomento de creación de empresas de trabajo autónomo, contará con un presupuesto de 31,5 millones de euros y alcanzará a unos 9.855 beneficiarios entre las ayudas para el fomento de creación de empresas de trabajo autónomo (8.171) y para el establecimiento y consolidación (1.684).

Las ayudas de esta línea persiguen corregir determinadas disfunciones como consecuencia de situaciones menos favorables. Así, se presta especial atención a los menores de 35 años y a los mayores de 45, a las mujeres, a los parados de larga duración, a las personas en riesgo de exclusión social y a las personas con discapacidad. En el mismo sentido, se señalan áreas territoriales y de empleo preferente, como los municipios de menos de 5.000 habitantes, zonas con tasas de desempleo superiores a la media, áreas en espacios naturales y parques científicos y tecnológicos, en relación a las áreas; y los sectores como las TIC, las empresas de base tecnológica, los servicios avanzados, la cultura, el turismo, el deporte, el emprendimiento universitario y todos aquellos donde la mujer está subrepresentada, en relación a las áreas prioritarias de empleo.

Las medidas recogidas en la línea 2, de consolidación empresarial del trabajo autónomo, están dotadas con 8,7 millones de euros y

alcanzarán a 7.654 beneficiarios, siendo su objetivo principal mejorar las tasas de supervivencia de las empresas de trabajo autónomo. Por ello, se otorgarán ayudas para la cooperación entre autónomos (300 ayudas), para el relevo generacional (350), para la incorporación de jóvenes con cualificación para la realización de prácticas (70), ayudas para la competitividad (4.016) y ayudas para la continuidad (2.918).

A la línea 3, de creación y consolidación del empleo en empresas de trabajo autónomo, se destinan 770.000 euros, y alcanzará a 432 personas entre medidas para favorecer la contratación con carácter indefinido ordinario, la transformación de contratos de duración determinada en indefinidos y contratos de interinidad para sustituir a mujeres por riesgo durante el embarazo y en situación de permiso por maternidad. Por último, la línea 4, de promoción del trabajo autónomo, se convocará más adelante en función de la terminación de las que se están ejecutando actualmente.

Para el titular de Economía, la repercusión más inmediata que se espera de esta orden es la creación y mantenimiento de cerca de 10.000 nuevos emprendedores, en un entorno más cómodo y flexible en la iniciativa emprendedora. Además, ha subrayado, la orden afectará a alrededor de 18.000 personas, con una incidencia directa en la creación y el mantenimiento del empleo que, sin duda, repercutirá de forma muy positiva en la economía andaluza.

Este nuevo paquete económico se enmarca en el contexto de la especial atención que el Gobierno andaluz presta a las iniciativas de respaldo a este colectivo a través del Plan de Actuación del Trabajo Autónomo (PATA), un documento estratégico que cuenta

con un presupuesto de más de 434 millones de euros hasta el año 2020. Concretamente, para el próximo ejercicio 2017, el presupuesto del PATA supera los 128 millones de euros.

FUENTE: BOJA 07/12/2016

(<http://www.juntadeandalucia.es/boja/2016/234/1>)

### 3. CONVOCATORIA EUREKA PARA PROYECTOS DE COOPERACIÓN TECNOLÓGICA ENTRE ARGENTINA, ESPAÑA Y VARIOS ESTADOS MIEMBROS DE EUREKA (AUSTRIA, FRANCIA, SUDÁFRICA Y TURQUÍA)

Como parte de sus actividades de internacionalización, Eureka ha decidido lanzar una convocatoria con Argentina para la presentación de proyectos de cooperación en materia de I+D entre empresas de Argentina y de algunos países Eureka

La convocatoria tiene como objetivo estimular proyectos conjuntos de I+D con el fin de llevar a cabo actividades y medidas coordinadas para fomentar intercambios tecnológicos y colaboración en investigación e innovación entre empresas de Argentina y de los países de Eureka que están interesados en participar en esta convocatoria.

Los consorcios promotores de las propuestas presentadas a esta convocatoria deben estar compuestos por, al menos, un socio en Argentina y otro en uno de los países miembros de Eureka participantes en esta convocatoria, que son: España, Austria, Francia, Sudáfrica y Turquía. Las agencias gestoras nacionales respectivas son CDTI, FFG, BPI France, DST y TUBITAK.

La agencia gestora por parte de Argentina es el MINCYT (Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva).

Los proyectos pueden abarcar cualquier temática y sector tecnológico y, como todos los proyectos Eureka, deben tener las siguientes características:

- Persiguen como resultado un producto, proceso o servicio innovador orientado a mercado consecuencia de la cooperación tecnológica de los participantes.
- El proyecto debe tener participantes de al menos dos países y debe ser relevante para todos los socios (ningún país debe tener más del 70% de presupuesto).
- Se permite que los proyectos hagan uso de cualquier área tecnológica y sean de aplicación a cualquier sector del mercado.
- Los resultados deben tener fin civil.
- El presupuesto debe ser coherente a los desarrollos a realizar y a la capacidad técnica y financiera de los participantes.
- Los participantes deben firmar un acuerdo de consorcio que especifique los derechos y obligaciones de las partes respecto al desarrollo realizado y los posibles derechos de propiedad intelectual, explotación y comercialización de los resultados.

Se ha definido una sola fase de presentación de propuestas, que deben enviarse antes del **22 de Marzo de 2017**.

FUENTE: CDTI

## 4. SEGUNDA LLAMADA CONJUNTA EUREKA ENTRE ESPAÑA Y FRANCIA

El pasado 12 de Diciembre se abrió la segunda llamada conjunta para la presentación de propuestas Eureka entre empresas de España y Francia.

CDTI, entidad perteneciente al Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, y BPI France (el Banco de inversión pública francés), han llegado a un acuerdo con el objetivo de publicar la segunda llamada conjunta para la presentación de propuestas dentro del programa Eureka, en el cual ambos organismos son agencias gestoras nacionales.

En virtud de este acuerdo, CDTI y BPI France se comprometen a promover, apoyar y financiar proyectos tecnológicos conjuntos de entidades empresariales, pudiendo contar con el apoyo de entidades no empresariales.

En el caso de España los proyectos se financiarán a través del CDTI.

Los proyectos deben tener las siguientes características:

- Los proyectos Eureka se caracterizan por tener como resultado un producto, proceso o servicio innovador orientado al mercado, resultante de la cooperación tecnológica de los participantes.
- El proyecto debe tener participantes empresariales independientes de ambos países y debe ser relevante para todos los socios (ningún país debe tener más del 70% de presupuesto).

- Se permite que los proyectos hagan uso de cualquier área tecnológica y sean de aplicación a cualquier sector del mercado.
- Los resultados deben tener un fin civil.
- El presupuesto debe ser coherente con los desarrollos a realizar y con la capacidad técnica/financiera de los participantes.
- Los participantes deben firmar un acuerdo de consorcio que especifique los derechos y obligaciones de las partes respecto al desarrollo del proyecto conjunto y los posibles derechos de propiedad intelectual, explotación y comercialización de los resultados.

### Procedimiento de presentación de proyectos.

El procedimiento se divide en varias fases:

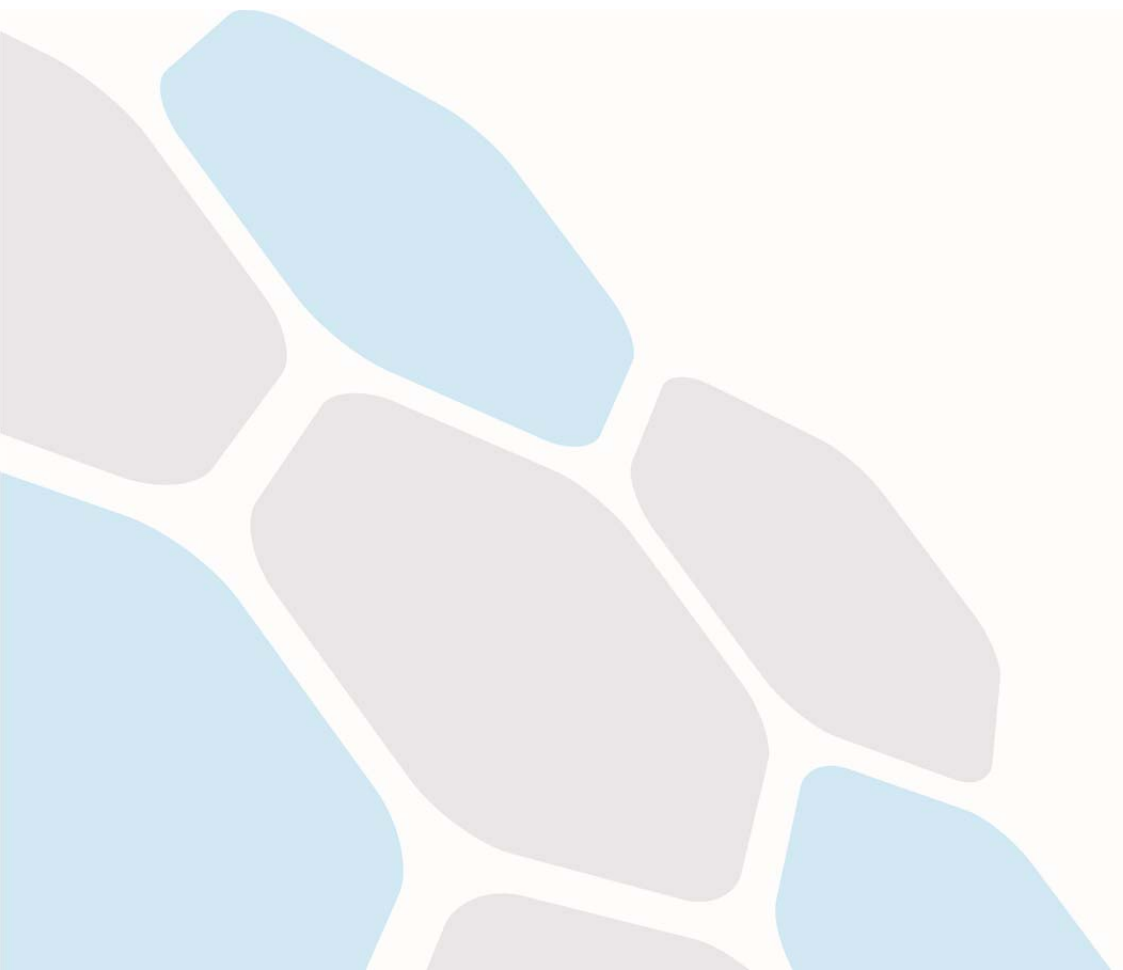
- Presentación de pre-propuestas: las empresas participantes enviarán a BPI France y CDTI la solicitud de ayuda ("application form") debidamente firmada por las partes. El plazo para presentar estas pre-propuestas finaliza el **28 de Febrero de 2017**.
- Presentación de propuestas Eureka: los participantes cuyas propuestas encajen en el programa serán contactados en el mes de febrero por CDTI para indicarles los siguientes pasos a realizar. Todos los participantes españoles contactados tendrán que registrar en CDTI la solicitud Eureka a través de la sede electrónica del CDTI (<https://sede.cdti.gob.es/>). En esta solicitud, además del formulario web, deberán incluir el "application form" firmado,



un borrador de acuerdo de consorcio y una memoria complementaria para las tareas españolas que incluya un plan de proyecto (plantillas disponibles en el sistema web). El plazo límite para presentar la solicitud formal en CDTI finaliza el **10 de Abril de 2017**.

- La financiación de los proyectos en España se hará a través de la herramienta CDTI para proyectos I+D en colaboración internacional.

FUENTE: CDTI



# EVENTOS

## 1. EL NUEVO SALON PROMAT COMPLEMENTARÁ LA OFERTA DE CEVISAMA Y ESPACIO COCINA SICI

Feria Valencia acogerá del **22 al 24 del próximo mes de febrero** la nueva feria PROMAT 2017. Se trata de un nuevo salón 100 % profesional especializado en materiales, tecnología y soluciones para los proyectos de decoración, interiorismo y contract. Un nuevo concepto de feria, de carácter exclusivo y seleccionado para un centenar de expositores en el que los fabricantes de suelos, armarios, puertas, ventanas, paneles, revestimientos, equipos y tecnología puedan presentar de una forma ágil, sencilla y directa sus últimas innovaciones a los profesionales del sector.

PROMAT 2017 se celebrará estratégicamente junto a dos certámenes altamente especializados como Cevisama y Espacio Cocina – SICI (20-24 febrero 2017), con los que comparte sinergias en el ámbito del equipamiento del hogar. El objetivo es reunir el mayor número de proveedores que trabajan en cualquier proyecto de construcción, reforma, interiorismo y/o contract. Una oferta que complementará la ya existente de azulejos, recubrimientos

cerámicos, saneamiento, baño y muebles y equipamiento para la cocina.

La oferta expositiva de PROMAT acogerá una variada muestra de productos como suelos, parquet, tarima, puertas, ventanas, armarios, paneles decorativos, software, semielaborados como 'solid surface', resinas, pvc, cristal, metacrilato o aluminio así como maderas, cantos, chapas, revestimientos o equipos y tecnología para este sector. Arquitectos, diseñadores, interioristas, fabricantes, almacenistas, instaladores o profesionales del contract son los perfiles profesionales mayoritarios de visitantes a los que se dirige este nuevo salón.

Para más información: Feria Valencia



## 2. III CONGRESO CIUDADES INTELIGENTES

La Secretaría de Estado para la Sociedad de la Información y la Agenda Digital acoge la presentación del III Congreso Ciudades Inteligentes que se celebrará el **26-27 abril 2017** en Madrid.

El III Congreso Ciudades Inteligentes potenciará el intercambio de conocimiento y experiencias sobre las Ciudades Inteligentes en España, con la utilización de la tecnología y la innovación como herramientas base de su desarrollo. Para ello, abordará las principales temáticas relacionadas con la Ciudad Inteligente de una manera transversal, multidisciplinar y multisectorial, mostrando iniciativas que se están desarrollando actualmente en nuestro país.

Para más información: <http://www.congreso-ciudades-inteligentes.es/>



## FERIAS

### ENERO

- ISMOB 2016. Feria del Mueble de Estambul

Tendrá lugar del **10 al 15 de enero de 2017** en Estambul, Turquía.

- KBIS. Feria de la industria de la cocina y el baño

Tendrá lugar del **10 al 12 de enero de 2017** en Orlando, Estados Unidos.

- IMM COLOGNE. Feria del mueble de Colonia.

Tendrá lugar del **16 al 22 de enero de 2017** en Colonia, Alemania.

- SURFACES. Feria de cubiertas para suelos.

Tendrá lugar del **17 al 20 de enero de 2017** en Las Vegas, Estados Unidos.

- ANFAS HOTEL EQUIPMENT. Feria internacional del contract y hostelería

Tendrá lugar del **18 al 21 de enero de 2017** en Aksu-antalya, Turquía.

- MEUBLE PARIS; MAISON&OBJET

Tendrá lugar del **20 al 24 de enero de 2017** en París, Francia.

- LAS VEGAS MARKET. Feria del mueble para el hogar y el contract.

Tendrá lugar del **22 al 26 de enero de 2017** en Las Vegas, Estados Unidos.

- THE HOSPITALITY SHOW. La feria británica más grande para el sector hotelero

Tendrá lugar del **23 al 25 de enero de 2017** en Birmingham, Reino Unido.

- HOMI. Salón internacional de la casa

Tendrá lugar del **27 al 30 de enero de 2017** en Milán, Italia.

### FEBRERO

- EL SALÓN DEL MUEBLE DE TUNIS

Tendrá lugar del **3 al 12 de febrero de 2017** en Túnez.

- NY NOW. La feria para el hogar y el estilo de vida

Tendrá lugar del **4 al 8 de febrero de 2017** en Nueva York, Estados Unidos.

- ZOW 2017 - BAD SALZUFLEN.

Tendrá lugar del **7 al 9 de febrero de 2017** en Bad Salzuflen, Alemania.

- STOCKHOLM FURNITURE & LIGHT FAIR 2017. Feria internacional del mueble y la iluminación de Estocolmo.

Tendrá lugar del **7 al 11 de febrero de 2017** en Estocolmo, Suecia.

- MEBEL INTERIOR. Feria internacional del mueble, la iluminación y la decoración

Tendrá lugar del **15 al 18 de febrero de 2017** en Kiev, Ucrania.

- EXPO MUEBLE INTERNACIONAL INVIERNO

Tendrá lugar del **17 al 20 de febrero de 2017** en Guadalajara, México.

- CEVISAMA, ESPACIO COCINA SICI Y SALÓN PROMAT

Tendrá lugar del **20 al 24 de febrero de 2017** en Valencia, España.

- TUPELO FURNITURE SPRING MARKET. Mercado del mueble de Tupelo.

Tendrá lugar del **23 al 26 de febrero de 2017** en Tupelo, Estados Unidos.

## MARZO

- MODEKO 2017. Feria del mueble, la decoración y equipamiento para el hogar y la oficina

Tendrá lugar del **1 al 5 de marzo de 2017** en Izmir, Turquía.

- MAISON&OBJET ASIA. Feria internacional del mueble y la decoración.

Tendrá lugar del **7 al 10 de marzo de 2017** en Singapur.

- UNICERA. Feria de la cerámica, el baño y la cocina

Tendrá lugar del **8 al 12 de marzo de 2017** en Estambul, Turquía.

- MIFF. Feria internacional del mueble de Malasia

Tendrá lugar del **8 al 11 de marzo de 2017** en Kuala Lumpur, Malasia.

- TIFF 2017. Feria internacional del mueble de Tailandia.

Tendrá lugar del **9 al 11 de marzo de 2017**, en Bangkok, Tailandia.

- IFFS 2017. Feria Internacional del Mueble de Singapur.

Tendrá lugar del **9 al 12 de marzo de 2017** en Singapur.

- IFFINA 2017. Feria internacional del mueble y decoración

Tendrá lugar del **10 al 13 de marzo de 2017** en Yakarta, Indonesia.

- SALON DU BOIS

Tendrá lugar del **12 al 15 de marzo de 2017**, en Grenoble, Francia.

- SHOWROOM DEL MUEBLE. Feria profesional del mueble

Tendrá lugar del **12 al 15 de marzo de 2017**, en Barcelona, España.

- MOVEPAR 2017. Feria del mueble del Estado de Panamá.

Tendrá lugar del **13 al 16 de marzo de 2017**, en Arapongas, Brasil.

- JIFFINA. Feria internacional del mueble y la artesanía de Jogja

Tendrá lugar del **13 al 16 de marzo de 2017**, en Jogja, Indonesia.

- MEBLE 2017

Tendrá lugar del **14 al 17 de marzo de 2017** en Poznan, Polonia.

- KIFF. Foro internacional del mueble de Kiev.

Tendrá lugar del **15 al 18 de marzo de 2017**, en Kiev, Ucrania.

- CIFF GUANGZHOU HOME FURNITURE. Feria internacional del mueble de hogar de China

Tendrá lugar del **18 al 21 de marzo de 2017** en Guangzhou, China.

- DECOREX DURBAN. Muebles para hogar, cocinas y baños

Tendrá lugar del **18 al 21 de marzo de 2017** en Durban, Sudáfrica

- CIFF GUANGZHOU OFFICE FURNITURE. Feria internacional del mueble de oficina

Tendrá lugar del **18 al 21 de marzo de 2017** en Guangzhou, China.

- FIMMA BRASIL

Tendrá lugar del **28 al 31 de marzo de 2017** en Bento Gonçaves, Brasil.

- INTERZUM GUANGZHOU. Feria internacional de la industria del mueble

Tendrá lugar del **28 al 31 de marzo de 2017** en Guangzhou, China.

- HOTELEX SHANGHAI 2017. Feria dedicada a la hostelería del mueble y la decoración para contract.

Tendrá lugar del **28 al 31 de marzo de 2017** en Shanghai, China.

- PIFS - PHILADELPHIA INVITATIONAL FURNITURE SHOW. Feria internacional del mueble de Philadelphia

Tendrá lugar del **31 de marzo al 2 de abril de 2017** en Philadelphia, Estados Unidos.

## ABRIL

- EUROPEAN COATINGS SHOW 2017. Feria europea de pinturas, adhesivos, sellantes, productos químicos

Tendrá lugar del **4 al 6 de abril de 2017** en Nuremberg, Alemania.

- SALÓN INTERNACIONAL DEL MUEBLE DE MILÁN

Tendrán lugar del **4 al 9 de abril de 2017** en Milán, Italia.

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

Tendrá lugar del **4 al 6 de abril de 2017** en Jeddah, Arabia Saudita.

- LIFESTYLE VIETNAM 2017. Feria del Sudeste de Asia de mobiliario, decoración y accesorios del hogar

Tendrá lugar del **18 al 21 de abril de 2017** en Ho Chi Minh, Vietnan.

- HONG KONG HOUSEWARE FAIR. Feria del hogar de Hong Kong



Tendrá lugar del **20 al 23 de abril de 2017** en Hong Kong.

- MELBOURNE HOME SHOW. Feria del hogar

Tendrá lugar del **20 al 23 de abril de 2017** en Melbourne, Australia.

- MOBILYA. Feria profesional del mueble

Tendrá lugar del **20 al 24 de abril de 2017** en Kayseri, Turquía.

- HIGH POINT MARKET. Feria internacional del mueble de High Point

Tendrá lugar del **22 al 26 de abril de 2017** en High Point, Estados Unidos.

- WORLD OF FURNITURE. Feria del mueble de hogar, mueble para instalaciones y mueble de oficina

Tendrá lugar del **24 al 28 de abril de 2017** en Sofía, Bulgaria.

- MOBITEX. Feria internacional del mueble

Tendrá lugar del **25 al 29 de abril de 2017** en Brno, República Checa.

- SALÓN PROFESIONAL DEL MUEBLE NORMUEBLE 2017

Tendrá lugar del **27 al 30 de abril de 2017** en Gijón, España.

- DECOREX CAPE. Mueble para hogar, baño y cocina

Tendrá lugar del **27 al 30 de abril de 2017** en Cape Town, Sudáfrica.

## MAYO

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

Tendrá lugar del **3 al 5 de mayo de 2017** en Las Vegas, Estados Unidos.

- SIDIM 2017. Feria Internacional del Diseño de Interiores de Montreal

Tendrá lugar del **4 al 6 de mayo de 2017** en Montreal, Canadá.

- INTERZUM 2017. Feria del mueble y diseño interior

Tendrá lugar del **16 al 19 de mayo de 2017** en Colonia, Alemania.

- NRA SHOW 2017. Feria del equipamiento para Restaurantes y Hoteles

Tendrá lugar del **20 al 23 de mayo de 2017** en Chicago, Estados Unidos.

- ICFF. Feria internacional del mueble contemporáneo

Tendrá lugar del **21 al 24 de mayo de 2017** en Nueva York, Estados Unidos.

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

Tendrá lugar del **22 al 26 de mayo de 2017** en Hannover, Alemania.

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

Tendrá lugar del **22 al 25 de mayo de 2017** en Dubai, Emiratos Árabes Unidos.

- MOVEXPO 2017. Feria bienal de muebles del nordeste

Tendrá lugar del **23 al 26 de mayo de 2017** en Recife, Brasil.

- CONSTRUMAT. Salón internacional de la construcción

Tendrá lugar del **23 al 26 de mayo de 2017** en Barcelona, España.

- FURNITURE & INTERIOR 2017. Feria del mueble y la decoración, la cocina y el baño

Tendrá lugar del **26 al 29 de mayo de 2017** en Odessa, Ucrania.

- CANADIAN FURNITURE SHOW. Feria del mueble.

Tendrá lugar del **27 al 29 de mayo de 2017** en Toronto, Canadá.

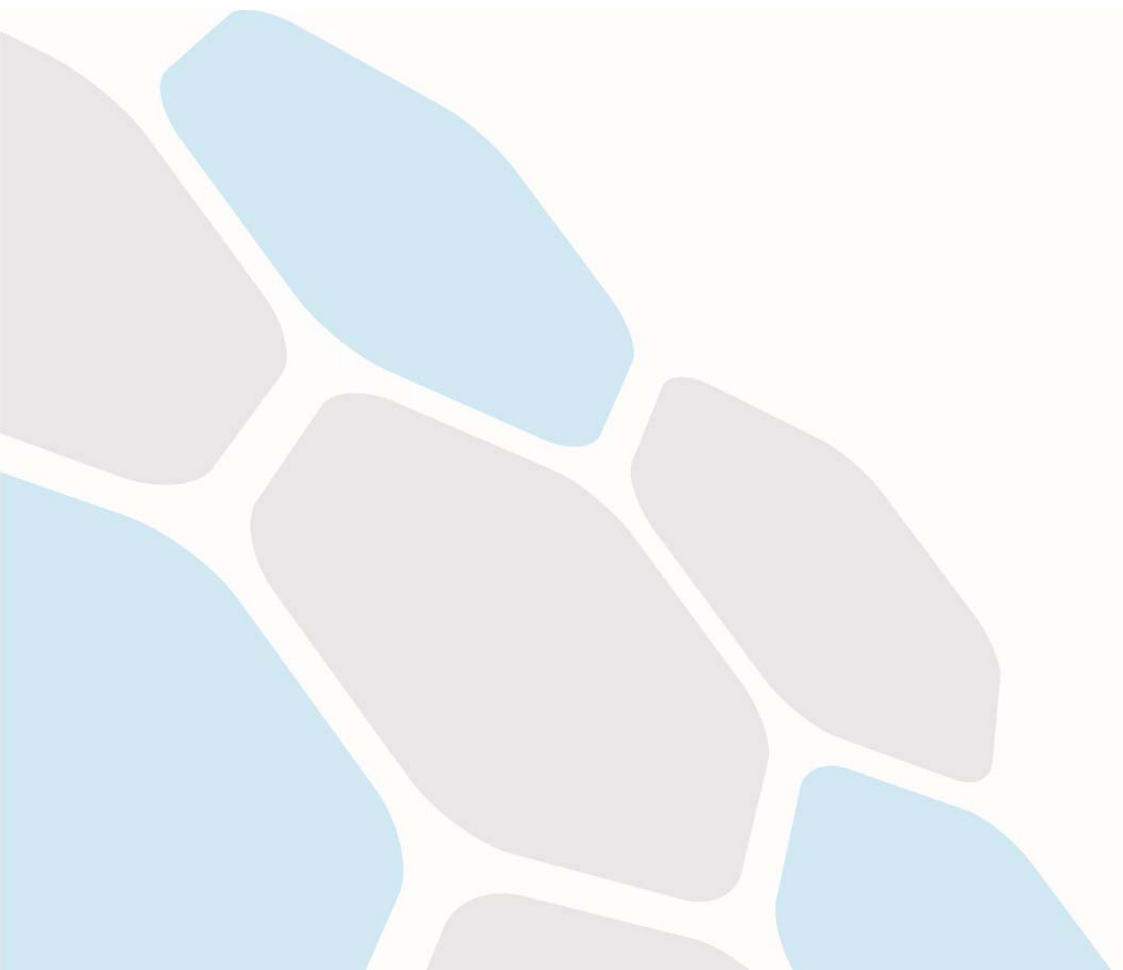


- DESIGN DISTRICT. Feria profesional del diseño interior

Tendrá lugar del **31 de mayo al 2 de junio de 2017** en Taets, Holanda.

- KITCHEN & BATH CHINA 2017. Feria de la cocina y el baño

Tendrá lugar del **31 de mayo al 2 de junio de 2017** en Shanghai, China.



# OFERTA Y DEMANDA TECNOLÓGICA

## OFERTA TECNOLÓGICA

- Nueva tecnología para secar madera

Referencia: TOLT20160523001

Una pyme lituana ofrece una nueva tecnología de secado de madera que permite secar diferentes tipos de madera hasta 22 veces más rápido que otras tecnologías convencionales. El objetivo de las tecnologías de secado es reducir el contenido de humedad. Debido a las diferencias en la estructura interna, los distintos tipos de madera tardan más o menos tiempo en secarse. La tecnología se basa en calentadores infrarrojos que emiten ondas y suministran energía para provocar una oscilación de electrones dentro de los átomos de un cuerpo denso (madera). La empresa busca socios con el fin de establecer acuerdos de licencia o comercialización.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK



# OFERTAS Y COOPERACIÓN

- **Fabricante de accesorios para el baño busca agentes y distribuidores**

Referencia: BOTR20151105001

Una empresa turca especializada en muebles y accesorios para el baño, cabinas de ducha, bañeras acrílicas y tubos de ducha busca agentes y distribuidores con el fin de promocionar y vender sus productos en Europa.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK

- **Fabricante búlgaro de muebles, detalles decorativos para muebles y productos de madera ofrece sus productos en el extranjero**

Referencia: BOBG20160804002

Una empresa búlgara especializada en fabricar muebles, detalles decorativos para muebles y productos de madera busca socios en

# DEMANDAS DE

la UE con el fin de establecer acuerdos de joint venture, distribución y subcontratación.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK

- **Fabricante de muebles y juguetes de madera busca distribuidores y se ofrece como subcontratista**

Referencia: BOHR20141214002

Un fabricante croata de muebles de madera maciza y juguetes de madera, que da empleo a personas con discapacidad, busca distribuidores y se ofrece como subcontratista. La empresa ofrece componentes de madera y productos semiacabados a otros fabricantes de muebles.

FUENTE: BASQUE ENTERPRISE EUROPE NETWORK