ASAMBLEA GENERAL 2005

INDICE

- ***Convocatoria y acta de la asamblea nº 265***
- ***Memoria 2004 y actividades***
- ***Balances económicos y aplicación de resultados 2004. Presupuestos 2005.***
- ***ANEXOS***
  - = ***Anexo I: Grupos Estratégicos***
  - = ***Anexo II: Relación empresas en Proyecto www.portalmadera.net***
  - = ***Anexo III: Empresas participantes en Proyecto Sibelius***
  - = ***Anexo IV: Comercio Exterior***
  - = ***Anexo V: Empresas participantes en Medio Ambiente***
  - = ***Anexo VI: Empresas participantes en ferias***
  - = ***Anexo VII: Acciones formativas***
  - = ***Anexo VIII: Empresas participantes con el CTM***
  - = ***Anexo IX: Convenio Laboral 2005 y revisión 2004***

Toledo, de enero de 2005

Querido amigo:

Por orden del Sr. Presidente, te convocamos a la próxima Asamblea General de la Asociación, que celebraremos el próximo martes , día 25 de enero de 2005 a las 16 h en primera convocatoria y a las 16.30 horas en segunda convocatoria de sesión ordinaria, en los locales de la Asociación, al efecto de abordar el siguiente Orden del Día:

1. *Lectura y aprobación si procede del acta nº 265 de anterior Asamblea General.*
2. *Informes del Sr. Presidente*
3. *Memoria 2004. Balance económico y actividades realizadas 2004. Ingresos y gastos, aplicación de resultados..*
4. *Propuesta de actividades 2005. Presupuesto de ingresos y gastos 2005*
5. *Asuntos varios.*
6. *Ruegos y preguntas.*

Un fuerte abrazo.

José Vte. Gª-Toledano Arellano
SECRETARIO GENERAL

ASAMBLEA GENERAL
ACTA Nº 265

En Toledo, y siendo las 16.30 horas del día 27 de enero de 2004, se reúnen en segunda convocatoria de Sesión Ordinaria, la Asamblea General de la A.E.M.C.M, está formada por las empresas que se citan en el anexo, al efecto de abordar el siguiente Orden del día:

1º Lectura y aprobación si procede del Acta nº 260 de anterior Asamblea General.

2º Informes del Sr. Presidente.

3º Memoria 2003, balance económico y actividades realizadas 2003, ingresos y gastos y aplicación de resultados.

4º Propuesta de actividades 2004. Presupuesto de ingresos y gastos 2004.

5º Sustitución de vocales de la Junta Directiva

6º Asuntos varios

7º Ruegos y preguntas.

Una vez leído el Orden del Día por el SR. Presidente D. José Luis Fuentes Pantoja se paso a abordar el mismo llegándose a las siguientes conclusiones sobre dichos temas:

PUNTO I.- Lectura y aprobación si procede del Acta nº 260 de anterior Asamblea General.

Una vez leído el acta nº 260, con sus anexos, por el Secretario General, es aprobado por unanimidad de los asistentes.

PUNTO II.- Informes del SR. Presidente.

En primer lugar el SR. Presidente D. José Luis Fuentes Pantoja, agradece la presencia de todos los asistentes, destacando que todos los asuntos que se traen a la Asamblea General han sido aprobados por unanimidad en las distintas comisiones u órganos competentes de la Asociación.

Tras agradecer la presencia de asociados, destaca:

***En primer lugar** deseo dar la bienvenida a los asistentes a esta asamblea en la que debo destacar la fecha de celebración, en Enero, que así se ha hecho por acuerdo de la Junta Directiva, que ha entendido que para fomentar la participación de las empresas en las actividades que desde la asociación se realicen, es preferible hacerla ahora, a principios de año y no en el segundo trimestre como habitualmente venia haciéndose. Ello ha supuesto prescindir de alguna información que en dichas fechas si esta disponible (cierres de ejercicios, de datos económicos fundamentalmente), pero espero que lo pros sean mejores que los contras y que este cambio resulte acertado.*

***En segundo lugar** destacar que si bien los cambios producidos en Castilla la Mancha como consecuencia de las elecciones celebradas en el 2003 han sido múltiples (casi todo diría yo a nivel de Consejería de Industria y Ciencia y Tecnología que son las que más relaciones hemos tenido), a esta fecha la regularización de relaciones con ambas está bastante alcanzada y los cauces de comunicación establecidos y continuándose con las actividades y proyectos que comenté en anterior asamblea general, de los cuales os dará cuenta el Secretario General a continuación. Deseo dejaros constancia de mi esperanza de que los nuevos nombramiento no varíen los compromisos verbalmente asumidos por sus predecesores, especialmente en los proyectos que con carácter plurianual venimos ejecutando.*

***En tercer lugar** deseo agradecer a mis compañeros de la Junta Directiva salientes en esta Asamblea General su dedicación a la misma durante su presencia en ella, unos lo hacéis por cumplimiento del tiempo de mandato y otros por jubilación y paso de su testigo a sus*

sucesores. De ahí mi reconocimiento para todos los que este año se han jubilado sean o no miembros de la Junta Directiva (Agustín Díaz, Florentino Palomo, Martín Sánchez Asperilla, que como otros anteriores Miguel Pantoja, Alberto García, José Luis López, Julio Sánchez, etc) dedicaron toda su vida a la madera y colaboraron con esta asociación desde puestos directivos.

Por último *y para no ser reiterativo con el informe del Secretario General deseo haceros patente mi deseo de que hagáis un esfuerzo de colaboración con la asociación en los proyectos en curso, especialmente para la realización del Plan Estratégico Sectorial, no en vano en el mismo nosotros mismo decidiremos las estrategias, actividades y medidas a adoptar para el desarrollo de nuestro sector en los próximos años y, especialmente, los apoyos que deseamos quedan fijados por nuestras administraciones publicas de cara al mismo.*

El Sr. Presidente cede la palabra al Secretario General para que exponga los asuntos objeto de estudio y aprobación incluidos en el Orden del Día:

PUNTO III y IV.- Memoria 2.003. Balance económico y actividades realizadas 2.003. Ingresos y Gastos y aplicación de resultados. Presupuesto de ingresos y gastos 2004 y propuesta de actividades 2004

En primer lugar, informa el Secretario General que va a proceder a informar conjuntamente de lo tratado en los puntos III y IV, de los que se entrega a cada asistente documento referenciado cono "Documentación Asamblea General 2004.

En segundo lugar, informa el Secretario General del contenido de las carpetas que se entrega a cada asociado, y que al igual que en años anteriores contiene memoria de actividades 2.003 y balances económicos 2.003 propuesta de presupuestos 2.004 y actividades y aplicación de resultados. Incluye asimismo:

- *Convocatoria y acta de la asamblea nº 260*
- *Balances económicos y aplicación de resultados 2003. Presupuestos 2004.*
- *Proyectos de la AEMCM*
  - *. Plan Estratégico Regional para Industrias de la Madera de Castilla la Mancha*
  - *. Sibelius*
  - *. Portalmadera.net (anexos: Cuestionarios y Manual del usuario)*
- *Actividades varias*
  - *. Plan de Fomento de Comercialización de Industrias de la Madera y el Mueble: Exteriores e Interiores*
  - *. Convenios laborales*
  - *. Oficina permanente en Bruselas*
  - *. Medio ambiente*
  - *. Servicios Generales (FEDETO)*
  - *. Relaciones Institucionales*
  - *. varias (Formación continua, etc.)*
- *Otros proyectos de la asociación*
  - *. CECAM*
  - *. Confemadera*
  - *. Federmueble*
  - *. Centro Tecnológico de la Madera*
- *Documentación Electoral*

En Tercer lugar, informa el Secretario General, que todos los asuntos objeto de acuerdo en los apartados III y IV, han sido previamente aprobados por la Comisión Censora de

Cuentas y la Junta Directiva, y tras informar de los puntos enumerados en este apartado, y después de solicitar el Sr. Presidente a la Asamblea General si se deseaba alguna ampliación de información, la Asamblea General aprueba por unanimidad los acuerdos propuestos y cuyas referencias se transcriben a continuación, y para las que se ha seguido el formato habitual para su presentación se incluye:

- Memoria 2.003:Acta nº 264, punto III

- Balances económicos y actividades 2003, presupuesto ordinario 2004, y actividades. Aplicación de resultados. Acta nº 264, punto III

Tras aprobar la Asamblea General los presupuestos y los balances de los ejercicios 2003 y 2004, informa el Secretario General que en relación a la memoria 2003 y actividades 2004 se ha procedido a la edición de un documento que se entregan a cada asistente y que contienen la máxima información acerca de los temas epigrafíados, ellos con la intención de mantener informados a los asociados al máximo, y así favorecer su participación en la asociación tan demandada por el Presidente en sus intervenciones.

En el dicho documento se informa ampliamente de las actividades en curso en la Asociación, así como de proyectos actuales y de próxima ejecución para conocimiento de la Asamblea General y aprobación de su gestión. Dichas actividades se relacionan en documentación que incluye participantes y plazos previsto de ejecución y presupuestos, con mención de las entidades ejecutoras y por tanto, responsables de las actuaciones.

Dicho documento comprende:

- *Proyectos de la AEMCM*
  . Portalmadera.net
  . Sibelius
  . Plan Estratégico
- *Proyecto en los que colabora la AEMCM*
  . CECAM
  . CONFEMADERA
  . FEDERMUEBLE
  . CTM

Por otro lado el Secretario General destaca soluciones tangibles de los proyectos a saber:

- *Conexión con Portalmadera.net*
- *Edición de CD, de portalmadera.net*
- *Guía de Prevención de Riesgos Laborales, que se entrego a los asistentes.*
- *Guía de adaptación de las maquinas*
- *Proyecto Sibelius, que se contiene en 5 CDs que se explican a los asistentes y se pide la colaboración de ellos.*
- *Plan Estratégico del Sector, que es explicado a los asistentes y se pide su colaboración.*

La Asamblea General, aprueba por unanimidad las actividades realizadas, asi como su continuación, delegando en el Presidente y en el Secretario General de cara a su continuidad, destacándose la ampliación de actividades a entidades financieras (Caja Castilla la Mancha, Bancaja, Cámara de Comercio, y otras referenciadas por el Secretario General en su informe).

PUNTO V: Sustitución vocales a la Junta Directiva

Informa a continuación que tras la oportuna convocatoria electoral se ha presentado en tiempo y forma, y según se refleja en el documento que se entrega a los asistentes las siguientes candidaturas:

D Vicente Díaz Bajo	*Primicia Mobiliario, S.L.*
D. Juan Manuel Fernández	*Indema, S.L*
D. Alberto Palomo Cantero	*TAHISA*
D. Jesús Rodríguez Tarjuelo	*Inrotar, S.L.*
D. José Ignacio Barales	*Cosanto, S.L*
D. Jaime Armendáriz	*Creaciones Armendariz*
D. Gervasio Fernández	*Fernan Rodri, S.L.*

Asimismo, si bien recibida el día 21 de enero de 2004 existe otra nueva candidatura de D. Celestino García Sánchez (Muebles Celestino, S.L.).

La Junta Directiva, teniendo en cuenta el número de puestos de vocales a cubrir de 8 y la totalidad de las candidaturas presentadas incluyendo la candidatura fuera de plazo, acuerdan por unanimidad someter a aprobación de la Asamblea General el nombramiento de todos lo presentados para la sustitución estatutaria a renovar para los próximos 4 años.

Tras someter a la Asamblea General dicha propuesta son nombrados vocales de la Junta Directiva para los próximos cuatro años:

D Vicente Díaz Bajo	*Primicia Mobiliario, S.L.*
D. Juan Manuel Fernández (**)	*Indema, S.L*
D. Alberto Palomo Cantero	*TAHISA*
D. Jesús Rodríguez Tarjuelo	*Inrotar, S.L.*
D. José Ignacio Barales	*Cosanto, S.L*
D. Jaime Armendáriz	*Creaciones Armendariz*
D. Gervasio Fernández	*Fernan Rodri, S.L.*
D. Celestino Garcia Sánchez	*Muebles Celestino, S.L.*

Quienes conforma la Junta Directiva con los siete miembros que continúan su mandato durante dos años más:

D José Luis Fuentes Pantoja (**)	*Molduras Goya, S.A.*
D. Víctor M. Encinas Pliego (*) (**)	*Uniarte, S.A.*
D. Jesús López Martín	*López y Ocaña, S.A.*
D. Pedro García Moya (**)	*Suim Plas, S.L.*
D. Claudio Lancha Ubeda	*Hnos Lancha, S.L.*
D. Luis M. Contreras García	*Moldurera Ind. La Manta, S.L.*
D. Raúl Parrilla Galan	*Galmueble Soc. Coop.*

En este punto el Sr. Presidente informa de su propuesta de mantenimiento de los vocales presentados para los cargos actualmente vigentes (Vicepresidente (*), Comisión Censora de Cuentas (**), Fedeto, Confemadera, Federmueble, etc), siendo aprobada dicha propuesta por unanimidad de la Asamblea General.

Tras informar el Secretario General de la negociación colectiva 2003/2004, asi como la aprobación de la misma por la Junta Directiva se somete dicho acuerdo a la Asamblea General quien lo aprueba por unanimidad de los asistentes.

Así mismo y en relación a los convenios suscritos con diversas consultoras colaboradoras (ECA, INFURMA), y aprobados por la Junta Directiva la Asamblea General los aprueba por unanimidad.

PUNTO VI: Asuntos varios

Informa el Secretario General de gestiones varias en curso ante la Consejería de Industria, en concreto, ante la Dirección General de Desarrollo Empresarial que pretende la potenciación de ayudas para nuestro Sector de modo mas urgente, entre ellos se encuentra la ejecución del Plan Estratégico Sectorial, Proyecto Sibelius, Proyecto Portalmadera, Proyecto Fomento a la comercialización de fabricados, etc.

La Asamblea General aprueba que por la Secretaria General se gestionen tales planes y ayudas , delegando en el Sr. Presidente para la formalización de operaciones financieras (créditos o avales bancarios) a nombre de la Asaociacion que faciliten la ejecución de tales actividades (Plan estratégico, asistencia a ferias, proyecto Sibelius, Y Portalmadera.net, ya resultos o en tramite de resolución por la Administración)

Otros temas que comenta el Secretario General en la línea anterior son:

- *Proyecto de Innovación Tecnológica*
- *Proyecto de calidad de productos*
- *Proyecto para la incorporación de diseño*
- *Proyecto para la realización de actividades comerciales conjuntas.*

PUNTO VII: Ruegos y preguntas

Algunos asistentes dejan constancia de su deseo de participar en algunas actividades citadas, tales como Portalmadera.net, Proyecto Sibelius, Plan Estratégico, etc.

Y no habiendo mas temas que tratar se dio por finalizada la reunión siendo las 19.30 horas del día antes citado lo que certifico con el VºBº del Sr. Presidente.

VºBº SR. PRESIDENTE *SECRETARIO GENERAL*

ASISTENTES	
Muebles Celestino García, S.L.	*Celestino García*
Cosanto, S.L.	*D. José Ignacio Barales*
Hnos Lancha, S.L..	*D. Claudio Lancha Úbeda*
López y Ocaña, S.A.	*D. Jesús López Martín*
La Moldurera Industrial, S.L.	*D. Luis Manuel Contreras García*
Inrotar, S.L.	*D. Jesús Rodríguez Tarjuelo*
Indema, S.L.	*D. Juan Manuel Fernández*
Suin Plas, S.L.	*D. Pedro García Moya*
Primicia Mobiliario, s.L.	*D. Agustín Díaz García*
Fernan Rodri, S.L.	*D. Gervasio Fernández*
Molduras Goya., S.A.	*D. José Luis Fuentes Pantoja*
Mesas Dur, S.L.	*D. Cristóbal Durillo*
Muebles Linares, S.L.,	*D. José LUIS LINARES*
UNIARTE, S.A.	*D. Víctor M. Encinas Pliego*
Moldurera Toledana, S.L,	*D. Mariano Ruiz*
Top Form, S.A	*D. Daniel Ferrero*
Lopez y Orgaz, S.L.	*D.*

MEMORIA DE ACTIVIDADES 2004

Este informe refleja en gran medida las actividades realizadas desde la A.E.M.C.M. en el ejercicio 2004, así como lo que se pretende realizar en el 2005.

MEMORIA DE ACTIVIDADES 2004

Durante 2004 la actividad de la **A.E.M.C.M.** ha venido marcada fundamentalmente por la elaboración del Plan Estratégico y su puesta en marcha. Ello implica la realización de múltiples actividades por la plantilla de la **A.E.M.C.M**., bajo la tutela de un grupo de trabajo empresarial integrado por empresarios de la **Junta Directiva**, y, en su caso, **Asamblea General**; quienes han realizado para el seguimiento y gestión del Plan Estratégico numerosas reuniones de trabajo, a través de diversos foros de participación tales como:

- **Grupos de trabajo empresariales**: A los que asisten representantes del Centro Tecnológico de la Madera junto con los de la AEMCM y empresarios del Sector en general ó de varios Subsectores, habiéndose celebrado más de diez reuniones en el 2004.
- **Mesas de seguimiento**: validadoras de los resultados de las tareas de los grupos de trabajo empresariales, habiéndose celebrado dos mesas con carácter general en el 2004.
- **Comité Director del Plan Estratégico**: Integrado por técnicos del Centro Tecnológico de la Madera junto a la **A.E.M.C.M**. y **Universidad de Castilla la Mancha (UCLM)**, con reuniones múltiples de trabajo.

Desde la **A.E.M.C.M**. se han coordinado la participación de múltiples agentes sectoriales quien de uno u otro modo han colaborado y cuyas reseñas aparecen en este informe. Dicho trabajo ha sido realizado con la ejecución de determinadas fases, a saber:

FASE 1. DIAGNOSIS SECTORIAL

Bajo la coordinación de la A.E.M.C.M., y un equipo de apoyo constituido por personal técnico del Centro Tecnológico de la Madera, se ha procedido a la búsqueda, recopilación y selección de información sectorial de actualidad relacionada con el Sector de la Madera y sus Subsectores de interés, tanto en Castilla-La Mancha como en ámbitos geográficos superiores aportando todo tipo de información sobre varios de parámetros de interés para el estudio, por decisión de dichos grupos o a petición del equipo director de la UCLM.

A) Diagnosis de problemáticas y otras referencias sectoriales: Desde los datos generales del sector, el equipo de apoyo del Centro Tecnológico de la Madera, bajo las directrices de la A.E.M.C.M. y sus entidades colaboradoras así como la Oficina Técnica de Bruselas, se ha aportado al equipo director de la UCLM información acerca de:

- **Datos socioeconómicos generados del sector (todo el IAE del INE) y su evolución en los últimos años.**
- **Información sobre planificación estratégica existente del sector en las Comunidades Autónomas**
  - = Plan Estratégico Regional para las Industrias de las Madera y/o Muebles de: Córdoba (UNEMAC), de la Rioja, de Murcia (AREMA), de Castilla y León, de Galicia, de Extremadura.
- **Determinación de empresas y su desagregación por subsectores de interés regional**: Por actividades (fabricación de puertas de tablero, de madera maciza, de molduras decoradas, de muebles de tablero o macizo, etc), por áreas geográficas (Sonseca, Villacañas ,Torrijos, Las Valeras, etc),por áreas temáticas (exportación, medioambiente, TIC, calidad, etc)
- **Recopilación de normativas actuales y de previsible aparición: Análisis y repercusión sectorial:**
  - = Informe de Oficina Técnica de Bruselas s/ Madera y Construcción
  - = Proyecto del Real Decreto sobre clasificación de productos de construcción en función de la reacción y resistencia al fuego
  - = Proyecto Orden Ministerial documento homónimo Italia
  - = Documento propuestas sectoriales medioambientales de los programas Life Reintegra (CONFEMADERA), documento guía para la adaptación al RD 1215/91 en el sector de la Madera (CONFEMADERA)
  - = Directiva 90/394/CEE, de 28 de junio sobre protección de trabajadores contra los riesgos relacionados con la exposición de agentes cancerigenos durante el trabajo (Actualización 2004) y su actualización 97/42/
  - = Directiva 89/106/CEE reguladora de materiales de construcción y avances de Códigos Técnicos de Edificación para productos de madera.
  - = Directiva sobre Ley General del Ruido, Directiva sobre COVS (96/6/ s/ IPPC; 1993 s/ COV's, Directiva 2002/91/CE y tratado de Kioto s/ eficiencia energética
- **Informe de opinión de agentes sectoriales de interés tras las oportunas entrevistas, foros sectoriales, recopilación de informes de interés, etc. ,**

B) Difusión y participación sectorial de la gestión del Plan: Se ha procedido a la realización de campañas informativas de desarrollo del Plan a través de diversos medios, que incluyen circulares, actos de difusión del Plan o de sus partes, inserción permanente de actividades en Internet a través de www.portalmadera.net. Ello ese ha llevado a cabo a través de:

- **Censo general de empresas de Castilla la Mancha: 2750 empresas**
  - ≡ **Subsectorialización del citado censo por grupos de interés regional en**: Actividades, Ámbitos geográficos de interés u Otros
- **Selección de organizaciones intermedias de representación sectorial/ subsectorial y geográficas, con recopilación de información de interés**:
  - ≡ **Organizaciones empresariales**: **CEI BOIS** (Organización Europea de la Madera y Mueble), **UEA** (Organización Europea de Empresas del Mueble)
  - ≡ **De ámbito nacional sectorial o subsectorial: Confemadera** (Organización Nacional de Madera y Mueble), **Federmueble** (Organización Nacional de Mueble), **Fecoma- CCOO** (Central Sindical representativa del Sector), **MCA-UGT** (Central Sindical representativa del Sector)
  - ≡ **De ámbito nacional temáticas**: **ANIEME** (Asociación Ministerio de Economía, apoyo exportación del Mueble), **Confemadera** (Asociación Mº Economía, apoyo exportación productos de Madera), **ANEPROMA** (Asociación Nacional de protectores Madera), **AREMA** (Asociación Nacional recuperadora de residuos)
  - ≡ **De ámbito autonómico: FEVAMA** (Asociación Empresas de la Comunidad Valenciana), **AREMA** (Asociación de Empresas de la Comunidad Murcia), **FEARMAGA** (Asociación de Empresas de la Comunidad Gallega), **UNEMAC** (Asociación de Empresas Córdoba y Provincia), **AFEMA** (Asociación de Empresas de la Comunidad de Madrid), **Asociación** Fabricantes puertas **Villacañas**, **ASEMSYC** (Asociación de fabricantes de Sonseca y Comarca), **Asociación** de fabricantes **de la Rioja**,
  - = **Consultoras y equipos privados**: **AENOR, ECA, RIMASA, MABS-CONSULTORES, AC&G CONSULTORES, UNIÓN DE MUTUAS, INFURMA**
  - = **Otros Centros tecnológicos: AIDIMA, CICEMCO, etc**.

C) Información prospectiva sectorial: Durante el período de realización del Proyecto se han realizado por los técnicos de la A.E.M.C.M., y/o Centro Tecnológico de la Madera, el análisis de eventos y la participación en actividades que, por su actualidad y repercusión sectorial aportaron aspectos de interés para el Plan Estratégico; y así mismo:

- Actividades comerciales del Sector, Ferias Nacionales de Interés (Valencia, Murcia, Sevilla, Madrid, etc)
- Congresos nacionales de coyuntura del mueble 2002, 2003 Valencia
- Congreso Nacional de Diseño del mueble 2002, 2003 Murcia
- Asambleas Generales de asociaciones reconocidas sectorialmente por el Ministerio de Economía para la exportación 2002, 2003 (Confemadera y ANIEME) Madrid y Valencia.
- Actividades de mejora medioambiental de la madera y mueble: Proyecto Europeo Life Reintegra (Congreso de Murcia).
- Plan Regional de I+D+I de Castilla y León.
- Observatorio comercio del mueble de la Comunidad de Madrid (AFAMID)
- Observatorio Consumo mobiliario de España 2001/2002 - FIMESTIC
- Proyecto ROAD MAP 2005-2010 UE (CEI BOIS)
- Documentos grupo la Roda sobre Estrategias sectoriales del Sector del Mueble (FEDERMUEBLE)
- Documentos sobre Plan Regional de Internacionalización del Mueble y puertas
- Propuesta del Plan Regional de Internacionalización de la Madera y Mueble
- Propuesta de Fomento de creación de grupos y consorcio de exportación
- Propuesta de Plan de Adecuación Medioambiental para las Industrias de la Madera de Castilla-La Mancha
- Propuesta del plan de actuación en el Sector de la Madera y Mueble en normativa de prevención de riesgos y saludad laboral
- Propuesta del proyecto Portalmadera.net
- Propuesta del proyecto Sibelius: Creación de herramienta de apoyo para la automatización de procesos industriales en la madera y mueble de Castilla-La Mancha

FASE 2. DESARROLLO DEL CUESTIONARIO PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR.

- **Se realizó por los técnicos del Centro Tecnológico de la Madera y de la UCLM, el diseño y la codificación de un cuestionario. Se siguió la siguiente metodología para la elaboración del cuestionario**:
  - = Definición de los grupos de actividad
  - = Dimensión de las empresas por grupos de actividad
- **Análisis pormenorizado del Sector a partir del cuestionario: que versó sobre los siguientes aspectos**:
- **Características generales:**
  - ≡ La reducida dimensión de las empresas
  - ≡ El valor añadido bruto
  - ≡ La población ocupada
  - ≡ La productividad del trabajo
  - ≡ El comercio exterior
- **Análisis del proceso productivo**
  - ≡ Infraestructuras y medios físicos y humanos en la producción
  - ≡ Materias primas
  - ≡ Comercialización y distribución de la producción
- **Estructura económico-financiera**
  - ≡ Principales agregados y ratios contables
  - ≡ Análisis comparativo de sistemas productivos regionales en el sector de la madera y del muebles
- **Información estratégica y de organización**.

Para el diseño y posterior consulta del cuestionario se tuvo en consideración información acerca de diversas actividades complementarias que se han venido realizando por la AEMCM: Acciones formativas (FORCEM, Fundación Biodiversidad, Forintel), Negociación colectiva (Convenio Estatal, Organización en el Trabajo y Clasificación Profesional, Salud Laboral, etc).

FASE 3. CLASIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL SECTOR EN CASTILLA-LA MANCHA.

- **Se plantearon los primeros resultados del estudio, en función de las informaciones obtenidas, delimitándose los grupos estratégicos del Sector en base a un conjunto de variables, pudiendo establecer para cada uno las principales características y su cuadro estratégico con las amenazas y fortalezas de los mismos**.
- **Se elaboró un Método DELPHI para el Sector de la Madera y el Mueble de Castilla-La Mancha**: Por localizaciones estratégicas, por empresas representativas.
- **Se trazaron los objetivos, líneas y actuaciones estratégicas con el objetivo de profundizar en el conocimiento del sector de la madera y el mueble en Castilla-La Mancha, concretándose a continuación las principales características y valoraciones estratégicas, según se desprende de los cuestionarios recibidos, para cada uno de los grupos de actividad.**

Tras ello, se prefijaron los siguientes grupos estratégicos:

- **Grupo I: Segunda transformación de la madera**
  - = Aserrado y preparación industrial de la madera
  - = Fabricación de tableros, aglomerados, fibras, partículas, etc.
- **Grupo II: Fabricación de productos de madera para la construcción**
  - = Fabricación de puertas de tableros aglomerado y otros
  - = Fabricación de puertas y ventanas de madera
- **Grupo III: Fabricación de Muebles**
  - = Fabricación de mobiliario tapizado
  - = Fabricación de mueble de cocina y baño
  - = Mobiliario juvenil
  - = Fabricación de mesas y sillas
  - = Fabricación mobiliario de hogar
  - = Fabricación de madera maciza
- **Grupo IV: Fabricación de piezas de madera**
  - = Carpintería tradicional/ ebanistería y objetos de madera
- **Grupo V: Varios**
  - = Fabricación de molduras para cuadros

De ellos, en anexo se detallan características generales y políticas y líneas estratégicas aconsejables.

FASE 4. DEFINICIÓN DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL SECTOR: LÍNEAS Y PROYECTOS DE FUTURO. DESARROLLO DE GUÍAS ESTRATÉGICAS ÚTILES PARA LA TOMA DE DECISIONES.

Para ello el equipo de trabajo contó con la participación en un Panel de expertos con la celebración de diversas reuniones:

- **Mesas temáticas de trabajo (jornadas de difusión):**
  - Exportación (3 mesas)
  - Diseño (1 mesa)
  - Grupos Geográficos: Las Valeras, Sonseca, Torrijos, Villacañas
- **Comités Subsectoriales:**
  - Puertas de tablero aglomerado (3 mesas)
  - Puertas de madera maciza (1 mesa)
  - Mobiliario de madera maciza (1 mesa)
  - Mobiliario domestico-La Roda (4 cmesas)
  - Moldura decorada (1 mesa)
- **Otros grupos temáticos**:
  - TIC (1 mesa)
  - I+D+I (2 mesas)
  - Formación (1 mesa)

Se plasmaron las políticas estratégicas a seguir por el Sector y por los grupos estratégicos establecidos anteriormente. Destacándose los siguientes objetivos, líneas y actuaciones estratégicas:

- **<u>OBJETIVO ESTRATÉGICO A</u>: REORGANIZACIÓN E INTEGRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS EN EL SISTEMA PRODUCTIVO.**

  A.1 Cambios en la política formativa

  A.1.1 Creación de escuelas taller o ciclo formativo
  A.1.2 Formación especializada para la gestión
  A.1.3 Formación especializada en riesgos laborales
  A.1.4 Asesoramiento en Prevención de Riesgos Laborales

A.2 Desarrollo de un nuevo modelo de capital humano

A.2.1 Sistema de remuneración por incentivos
A.2.2 Implementación de mapas de competencias
A.2.3 Integración de la población inmigrante

- **<u>OBJETIVO ESTRATÉGICO B</u>: INTERACCIÓN CON CLIENTES Y PROVEEDORES CON LA OPTIMIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL.**

B.1 Mejora de la gestión de clientes

B.1.1 Desarrollos de servicios Post-Venta

B.2 Potenciación de las políticas de cooperación para redireccionar las estrategias comerciales

B.2.1 Creación del Observatorio de Mercado del Sector Madera y Mueble
B.2.2 Creación de una central de compras por actividad
B.2.3 Incentivo de nuevas técnicas comerciales para la presentación de productos
B.2.4 Desarrollo del asociacionismo intra-actividad

B.3 Búsqueda y apertura de nuevos mercados

B.3.1 Creación de una central para la exportación del sector de la madera y el mueble
B.3.2 Plan de Fomento del Comercio Interior y Exterior
B.3.3 Prospección y desarrollo de estudios de mercado para el sector
B.3.4 Creación de una feria del sector con perspectiva nacional e internacional
B.3.5 Coordinación para la asistencia a ferias y organización de misiones comerciales
B.3.6 Plan Estratégico de Internacionalización

- **<u>OBJETIVO ESTRATÉGICO C</u>: CALIDAD Y DISEÑO PARA EL PROCESO PRODUCTIVO.**

C.1 Fomento de los sistemas de calidad para el logro de la excelencia

C.1.1 Implantación del sistema integral de calidad
C.1.2 Creación del S.I.N (Sistema de Información Normativo)
C.1.3 Plan de adecuación Ambiental y Convenio sobre gestión de residuos
C.1.4 Obtención de la “Marca de Calidad”

C.2 Especialización por grupos de actividad

C.2.1 Optimización del "Outsourcing"

C.3 Diferenciación del producto

C.3.1. Creación de empresas auxiliares de diseño
C.3.2 Potenciación del diseño
C.3.3 Promoción del la "Imagen de Empresa"

- **<u>OBJETIVO ESTRATÉGICO D</u>: ACTUALIZACIÓN DE LA I+D+I PARA LA MEJORA DEL VALOR TECNOLÓGICO**

D.1 Modernización de la maquinaria computerizada especializada

D.1.1 Mejora de la política de renovación de equipos
D.1.2 Fomento de la tecnología robótica

D.2 Inversión en software de gestión , de diseño y sistemas de información

D.2.1 Renovación en programas de diseño

D.3 Inversión en nuevas tecnologías en el ámbito de redes

D.3.1 Fomento de la conectividad
D.3.2 Diseño de contenidos apropiados en los sitios Web
D.3.3 Comercio Electrónico: B2B
D.3.4 Comercio Electrónico: B2C
D.3.5 Establecimiento de sistemas personalizados sobre productos

D.4 Investigación aplicada y desarrollo para el sector

D.4.1 Potenciación del Centro Tecnológico de la Madera
D.4.2 Colaboración con centros de investigación de excelencia

- **<u>OBJETIVO ESTRATÉGICO E</u>: MEJORAS ESTRUCTURALES ESPECÍFICAS Y GENÉRICAS PARA EL SECTOR**

E.1 Planeamiento del suelo

E.1.1 Creación de suelo industrial

E.2 Mantenimiento y mejora de infraestructura para los emplazamientos especializados

E.2.1 Mejora de la red viaria
E.2.2 Fomento de infraestructuras de equipamiento básico

E.3 Gestión de residuos para la protección del medioambiente

E.3.1 Planta de gestión de residuos

FASE 5: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

A lo largo del 2004, se han realizado desde la AEMCM directamente o con su colaboración, actividades incluidas en proyectos ó programas de actuaciones que venimos citando como actividades complementarias, que guardan relación con las orientaciones estratégicas antes citadas y que, una vez finalizado el plan conviene impulsar juntos con otras que asimismo citamos a continuación, destacando en premier lugar el propio Proyecto del Plan Estratégico Regional para las Industrias de la Madera de Castilla la Mancha, en el que la AEMCM, CTM y UCLM han sido principales entidades ejecutoras, habiéndose recabado de la Red SABI, información de más de cuatrocientas empresas del sector disponible y desarrollando las actividades que se citan a lo largo de esta memoria.

Tanto el proyecto del Plan Estratégico Regional, como los proyectos Sibelius, Europuertas, Portalmadera, etc., son proyectos que cuentan con cofinanciación de Fondos Europeos Feder, del Ministerio de Industria Comercio y Turismo y de la Consejería de Industria y Tecnología de Castilla la Mancha, y, en aquellos relacionados con acciones formativas (FORCEM, Fundación Biodiversidad o Forintel), del Fondo social Europeo.

(Anexo I: Participación, Grupos estratégicos)

- **Proyecto Portalmadera.net.-** Portal en Internet de las actividades de la Asociación y entidades con ellas relacionadas, plataforma virtual del Sector de la Madera. Proyecto este de realización plurianual (2002-2006), que en la actualidad posibilita:
  - = **Información actualizada de parámetros socioeconómicos sectoriales:** Observatorio de mercados de madera y mueble y su evolución, convocatorias de acciones formativas y eventos para la gestión empresarial, información de eventos sectoriales, difusión de información legislativa, documentación y publicaciones de interés, convocatorias de subvenciones y proyectos. Links con otras asociaciones, centros tecnológicos, administraciones publicas, etc., de interés sectorial. Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: A.1.4, B.1.1, B.2.1., B.2.3, B.2.4, B.3.1, C.3.1, C.3.3, D.3.5

= **Catalogo de productos fabricados en Castilla la Mancha,** actualizando el censo de empresas y artículos, con localizadores de los centros de actividad y clasificación según productos de interés regional. Ello supone el trabajar con cerca de 3000 referencias de empresas regionales. Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **D.3.1: Fomento de la Conectividad**

= **Gestión de Webs de industrias de la madera y mueble,** habiéndose puesto en red en el periodo 2002-2004 más de doscientas Webs de otras tantas empresas de la región. Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **D.3.2: Diseño de contenidos apropiados en sitios Web**

= **Realización de B2B y B2C, a empresas asociadas a la AEMCM,** que permiten aumentar las posibilidades de negocio y mejorar los canales de comunicación con proveedores y clientes de entidad, así como captar nuevos clientes. Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **D.3.3, D.3.4: Comercio electrónico**

(Anexo II: Empresas en Portalmadera.net)

- **Proyecto Sibelius, automatización de producción en Industrias de la Madera, sistema de ERP de producción especifica,** proyecto de Innovación Tecnológica para dotar a las Empresas del sector de la Madera de una Automatización de los Procesos Productivos, que nos permite incrementar la competitividad y productividad, hasta la fecha se ha implantado en 5 empresas, estando previsto para el 2005 otras empresas. Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **D.1.1 y D.1.2.: Mejora de la política de renovación de equipos y fomento de la tecnología robótica.**

(Anexo III: Empresas participantes en el Proyecto Sibelius)

- **Plan de Internacionalización,** que nos permita el establecimiento de estrategias para la apertura de nuevos mercados. Este Plan analiza la realidad sectorial y subsectorial, determinando las potencialidades individuales o colectivas de nuestras empresas, proponiendo actuaciones orientadas a la internacionalización del producto, aportando información de formación, metodología, técnicas de búsqueda de mercado, promoción comercial, etc., llegando incluso a la realización de Planes de internacionalización para empresas y/o para colectivos; a la propuesta de grupos de exportación y puesta en marcha de un numero de ellos. Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **B.3.6.: Plan estratégico de internacionalización**

  (Anexo IV: Comercio Exterior)

- **Plan de Adecuación Medioambiental,** este Plan pretende inicialmente conocer la realidad sectorial y subsectorial desde el punto de vista medioambiental para proponer buenas practicas medioambientales que incrementen la competitividad de nuestras empresas mediante la innovación en procesos, materiales empleados, técnicas de trabajo, etc., innovaciones estas consecuencia de la mejora en los productos realizados desde un conocimiento de la realidad de la normativa actual y previsible.

  Dada la reducida dimensión empresarial se prevee la edición de guías divulgativas sencillas que ayuden a las empresas a la implantación de las buenas practicas propuestas. Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **C.1.3.: Plan de adecuación ambiental y convenio sobre gestión de residuos. (Anexo V: Relación de empresas participantes)**

- **Plan de Fomento al comercio interior y exterior,** que nos permita fomentar la actividad de las empresas del sector en los mercados nacionales e internacionales,. Para ello la AEMCM viene coordinando las diferentes políticas de apoyo a la comercialización de nuestros productos en diferentes foros y ámbitos en su gran parte cofinanciadores de estas actuaciones y, en la medida de sus posibilidades gestionando un mayor apoyo para nuestras empresas.

Ello supone coordinar acciones de Confemadera, Anieme, ICEX, IPEX, Cámara de Comercio, Cecam, Fedeto, etc., gestionando apoyos complementarios según formulas existentes en otras comunidades autonómicas (Extenda-Andalucía, ó IVEX- Valencia).

Así mismo se realiza un seguimiento de las Ferias más importantes del sector con presencia de sus técnicos y con difusión en Portalmadera.net de las empresas de la región participantes.

Finalmente, bajo el epígrafe. Plan de Fomento al Comercio Interior y Exterior se engloban proyectos que anualmente posibilitan la cofinanciación programada de las asistencias colectivas, erigiéndose la AEMCM en herramienta sectorial que posibilita la consecución de sinergias empresariales que redundan en beneficio de los participantes (mejor ubicación, mejores condiciones en costes, mayor difusión y publicidad, etc).

Desde su inicio a finales del 2003, la evolución de esta participación ha sido:

Nacio	Mogar	Salón .Inmobiliario	Construtec	contrumat	Expoo	FIMA	FIM	Zow	Malag	Oftec	Artecu	Mob-Sevilla	TOTAL
2003	6					4	10						20
2004	12	1	3		1		12	2	1	1		1	34
2005				1	1						1		S/D

Para el 2005 no se tienen las empresas que van a asistir a ferias, solo las del primer trimestre

Interna	PARIS	COLONIA	SACA	ZOW-ALEMANIA	ZOW-MOSCU	TEKTONIC LISBOA	SEF BUILD BIRMINGAN	EXPOCOM PANAMA	WINDOW AND DOOR	TOTAL
2003										
2004	1	1	5	2	1	1	1		1	13
2005	1		5	2	1			1		9 (S/d)

Para el 2005 no se tienen las empresas que van a asistir a ferias, solo las del primer trimestre

Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **B.3.2, B.3.5, B.3.3**.: **Plan de fomento al comercio interior y exterior, prospección y desarrollo de estudios de mercado para el sector y coordinación para la asistencia a ferias y organización de misiones comerciales. (Anexo VI: Empresas participantes)**

- **Plan de Formación continua del Sector de la Madera y del Mueble 2005,** a través de un contrato programa suscrito por FORCEM y Confemadera en representación de las organizaciones sectoriales y subsectoriales de la Madera (Asociación de la Madera de Castilla la Mancha- AEMCM), se esta impartiendo formación preferentemente a las PYEMES. Los diferentes Convenios suscritos en ésta materia por la AEMCM, posibilitan casi con carácter permanente acceder a formación de diferentes materias de modo gratuito: Temas de medioambiente (Fundación biodiversidad), Nuevas tecnologías de información y comunicación (Forintel), cursos genéricos en organización y gestión empresarial (Fedeto, Cecam, Cámara de Comercio), etc., y así mismo aplicables para la practica totalidad de colectivos de trabajadores 8se anexa listado de acciones formativas). Se complementan esto convenios con el mantenimiento en Portalmadera.net de un catalogo de publicaciones actualizadas sectoriales, así como de curso On Line que se van a incorporando a petición empresarial, fomentándose la conectividad con bases de cursos de interés sectorial (DOXA).

Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **A.1.2, y A.1.3.: Formación especialidad para la gestión y formación especializada en riesgos laborales.**

(Anexo VII: Actividades formativas)

- **Programa de actividades en colaboración del Centro Tecnológico de la Madera,** durante el ejercicio 2004 se ha venido trabajando con el CTM en fomentar acciones que posibiliten las adaptaciones normativas en nuestro sector tanto de las industrias, como de los fabricados, siendo destacables la ejecución del proyecto en curso Europuertas, que en su primera fase aportó propuestas de mejora para un elevado porcentaje de fabricados que actualmente suponen un 85% del mercado nacional, para conseguir con la incorporación de nuevos materiales, procesos, etc., continuar con el liderazgo actual, incrementado con un elevado porcentaje del nuevo mercado de productos de altas prestaciones al que accederemos tras este proyecto y, asimismo, conseguir que la totalidad de la producción tenga la clasificación

básica de RF 15. Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **C.1.4, C.3.2, D.4.1: Obtención de marca de calidad (en concreto CE); Potenciación del diseño del producto y en definitiva Potenciación del CTM como herramienta sectorial de I+D+i**

Así mismo, se están adoptando medidas que potencien la utilización de la madera como material en los usos tradicionales (madera estructural), en equipamiento público (mobiliario urbano, parques infantiles, etc), como posibles nuevas fuentes de actividad ante la caída de la demanda en algunos subsectores.

Se mantiene una línea de trabajo que fomente nuevas vías de abastecimiento para materias primas y otra de aprovisionamiento, fundamentalmente desde Brasil y China, actuando en estos casos el CTM como consultor técnico garante de los aprovisionamientos sustituidos.Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **B.2.2 y C.2.1.: Creación de un central de compras por actividad y optimización del Outsourcing.**

Así mismo se trabaja en la potenciación de un laboratorio químico para vincular los trabajo y servicios del CTM en relación a colas, barnices, disolventes, etc., . Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **D.4.1.: Potenciación del CTM**

Por último, esta previsto que en el 2005 se realicen jornadas técnicas sectoriales en el marco del desarrollo del Plan Estratégico Sectorial, así como jornadas de puertas abiertas para los diferentes agentes sectoriales (distribuidores, prescriptores, comerciantes, inmobiliarias, etc.,) e incluso público en general, para lo cual se realizaran oportunas convocatorias para la actualización en la sala de exposiciones del PINBE. Ello posibilita la realización de iniciativas que coadyuvan a la consecución de avances en las líneas establecidas en el Plan Estratégico: **B.2.3 y C.1.4: Incentivos de nuevas técnicas comerciales para la presentación de productos y obtención de la marca de calidad. (Anexo VIII: Relación de empresas participantes)**

FASE 6: SEGUIMIENTO DEL PLAN

El Plan Estratégico es una herramienta que, partiendo de un diagnóstico de la situación del sector de la madera y el mueble en Castilla-La Mancha, permite definir una serie de actuaciones y políticas con un horizonte temporal de medio y largo plazo.

El diagnóstico previsto nos permite, a través de instrumentos como la matriz DAFO o el método Delphi, conocer las debilidades y fortalezas intrínsecas al propio sector, así como las amenazas y oportunidades que provienen del exterior, de forma tal que podamos aprovechar las de naturaleza positiva y atenuar las que afectan de manera negativa al sector.

Este instrumento debe permitir la adopción de medidas específicas y políticas pertinentes para intentar buscar soluciones a los problemas tanto internos como externos, que faciliten la adaptación al nuevo marco cada vez más complejo y cambiante al que se enfrentan las empresas del sector.

Por tal motivo, **un plan estratégico de estas características, a tenor de lo indicado por la UCLM, no va dirigido tan sólo a las empresas del sector, sino que requiere además que los diferentes agentes, públicos y privados, se impliquen en la ejecución del mismo**. Se trata, en definitiva, de algo más que un mero documento con un interés exclusivamente empresarial y/o sectorial; más bien al contrario, es un objetivo social en el que deben participar la mayor cantidad de operadores posibles.

Como en cualquier otro ámbito, donde se define un diagnóstico de una situación en un momento concreto del tiempo, es preciso, con la implicación y colaboración activa y directa de todos los agentes, establecer un sistema adecuadamente estructurado de seguimiento a futuro para analizar de manera efectiva la implementación y cumplimiento de las actuaciones reseñadas.

Hemos de ser conscientes que muchas de las actuaciones aquí propuestas afectan a un conjunto de instituciones públicas, tanto de igual de gobierno como de diferentes niveles de administración, puesto que, desde el inicio del proceso productivo, son varias las Consejerías, por ejemplo, las que se verían implicadas en la resolución de las actuaciones a acometer.

El seguimiento de cualquiera de estas actuaciones debe ser analizado en función de una serie de aspectos, a través de indicadores que sirvan de base para continuar con el Plan, a través de los procesos de retroalimentación o 'feed-back', que permitan conocer y realizar los cambios oportunos en las actuaciones diseñadas.

Entre los indicadores cualitativos y cuantitativos que se podrían utilizar, destacamos los siguientes:

• Ratios de rentabilidad, endeudamiento y liquidez.	• Número de empresas que implantan el sistema de incentivos.
• Número de cursos de formación en riesgos laborales.	• Número de nuevos diseños implantados
• Número de cursos especializados para la gestión.	• Inversión en I+D+i, maquinaria y software de gestión y diseño
• Porcentaje de reclamaciones.	• Número de misiones comerciales
• Participación en ferias internacionales.	• Tasa de exportación.
• Número de páginas web actualizadas o de nueva creación.	• Cumplimiento de la organización de la feria del sector
• Cifra de ventas por comercio electrónico.	• Desarrollo de la marca de calidad

Podría observarse también el número de empresas que cumplen con las distintas normativas a las que deben ajustarse las organizaciones, pero en este caso, las que incumplan las mismas, estarían fuera de dicho mercado.

El sistema estaría provisto de técnicas de control a través de instrumentos estadísticos (modelos econométricos, análisis Delphi, matriz DAFO dinámica, …), alertaría sobre el grado de cumplimiento del plan y, lo que es más importante, sobre

los beneficios que genera, no sólo en términos de mercado y, por tanto, económicos, sino también sociales y políticos.

Esto tan sólo puede realizarse a través de un Plan de Seguimiento diseñado y soportado en el conjunto de instituciones que han de intervenir en el proceso, no sólo económico, sino también social y fundamentalmente institucional. Cualquier otra alternativa estática que se traduzca en no llevar este seguimiento adelante, probablemente desembocaría en no actuar sobre las causas del problema y, en definitiva, no sólo a perder competitividad del sector sino también a condicionar la supervivencia de las empresas implicadas.

Las anteriores actividades complementarias y otras que tradicionalmente se vienen realizando desde la Asociación tales como servicios generales propios o contratados para los asociados, negociación colectiva (Convenio Estatal y Provincial, acuerdos sobre clasificación profesional, Salud Laboral), relaciones institucionales, colaboraciones en actividades y proyectos de entidades empresariales de diversos ámbitos geográficos y funcionales, etc.

Pasamos a referenciar por grupos estratégicos, tanto sus características principales como la política y líneas estratégicas mas destacables.

ANEXO I: GRUPOS ESTRATÉGICOS

Características generales y políticas y líneas estratégicas aconsejables

GRUPO I: SEGUNDA TRANSFORMACIÓN DE LA MADERA

- Aserrado y preparación industrial de la madera.
- Fabricación de tableros, aglomerados, fibras, partículas, etc.

FABRICACIÓN DE TABLEROS, AGLOMERADOS, FIBRAS, PARTÍCULAS, ETC.

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** Empresas pequeñas y familiares.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Estudios secundarios, primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** No disponible.
- **Tipos de contrato:** Temporales e indefinidos.
- **Calidad:** No poseen departamento de calidad. Sin expectativas de certificación.
- **Diseño:** No disponen de departamento de diseño. Realizan variaciones de modelos propios. Fabricación en serie.
- **Destino de ventas:** Mercados nacionales.
- **Subcontratación:** Actividades de gestión, publicidad y transporte.
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a fabricantes nacionales y un bajo porcentaje de sus compras son adquiridas a fabricantes de la UE.
- **Marketing:** No disponen de departamento de marketing. Realizan actividades de promoción. Asisten a ferias nacionales e internacionales. Poseen política de marca.
- **Innovación y Desarrollo:** Invierten en "hardware" y en nueva maquinaria. Innovación de producto cada dos años.
- **Utilización de nuevas tecnologías:** Nivel de informatización medio-bajo. Disponen de Internet y de página web con información de la empresa y catálogo.

POLÍTICAS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- **RECURSOS HUMANOS**
  - ✓ Fomentar la formación del personal.
  - ✓ **Formación en gestión empresarial para directivos, especialmente para niveles intermedios de grandes empresas y PYMES.**
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING**
  - ✓ Buscar fuentes de aprovisionamiento en nuevos mercados.
  - ✓ Estudio de nuevos mercados en el ámbito nacional e internacional.
  - ✓ Desarrollo de nuevos eventos, ferias y exposiciones en el ámbito internacional.
- **CALIDAD Y DISEÑO**
  - ✓ Fomentar la calidad, informando e incorporando las normativas nacionales e internacionales al producto y contando con agencias de acreditación.
  - ✓ Especialización y expansión de productos artesanales de alta calidad.
  - ✓ Desarrollo de estrategias medioambientales, incentivando el uso de energías limpias y renovables.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**
  - ✓ Investigación conjunta para la incorporación de nuevos materiales.
  - ✓ Inversión en maquinaria y tecnología robótica o computerizada.
  - ✓ Actuaciones dirigidas a aumentar la competitividad a través de un cambio cultural.
  - ✓ Creación de un sistema de información para el sector de legislación, nacional y comunitaria.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**
  - ✓ Fomento de actuaciones con las Administraciones Públicas para la mejora de infraestructuras desde los emplazamientos especializados del sector.

ASERRADO Y PREPARACIÓN INDUSTRIAL DE LA MADERA

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** Empresas pequeñas y familiares.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Estudios primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** No disponible.
- **Tipos de contrato:** Temporales e indefinidos.
- **Calidad:** Alrededor del 50% de las empresas disponen de departamento de calidad, además de estar certificadas.
- **Diseño:** No poseen departamento de diseño. No llevan a cabo diseños propios y fabrican a medida.
- **Destino de ventas:** Mercados nacionales.
- **Subcontratación:** Actividades de gestión y transporte.
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a fabricantes y almacenistas nacionales. Un alto porcentaje de sus compras son adquiridas a través de fabricantes de la UE.
- **Marketing:** No disponen de departamento de marketing. No realizan actividades de promoción. No asisten a ferias. Aproximadamente el 50% de las empresas disponen de política de marca.
- **Innovación y Desarrollo:** La inversión en actividades de I+D+i es nula
- **Utilización de nuevas tecnologías:** Nivel de informatización muy bajo. En torno al 50% de las empresas disponen de Internet y de página web con información de la empresa.

POLÍTICAS Y LÍNEAS

- **RECURSOS HUMANOS**
  - ✓ Incorporación de plantilla joven y altamente cualificada.
  - ✓ La formación interna maestro / aprendiz debe mejorarse y desarrollarse.
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING**
  - ✓ Desarrollo de políticas comunes de aprovisionamiento.
  - ✓ Acuerdos con otras empresas para la comercialización del producto.
  - ✓ Estudio de nuevos mercados en el ámbito nacional e internacional.
  - ✓ Desarrollo de nuevos eventos, ferias y exposiciones en el ámbito internacional.
- **CALIDAD Y DISEÑO**
  - ✓ Desarrollo de estrategias medioambientales, apostando por energías limpias y renovables.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**
  - ✓ Investigación conjunta para la incorporación de nuevos materiales.
  - ✓ Inversión en nuevas tecnologías en el ámbito de redes.
  - ✓ Inversión en desarrollo de comercio electrónico, de negocio a negocio.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**

GRUPO II: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE MADERA PARA CONSTRUCCIÓN

- Fabricación de puertas de tablero aglomerado y otros.
- Fabricación de puertas y ventanas de madera.

FABRICACIÓN DE PUERTAS DE AGLOMERADO

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** Empresas medianas.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Titulados en ciclos formativos, estudios secundarios y estudios primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** Desarrollo de un alto número de actividades formativas en todos los ámbitos de la empresa.
- **Tipos de contrato:** Tanto temporales como indefinidos.
- **Calidad:** Mayoritariamente disponen de departamento y de certificación de calidad.
- **Diseño:** Poseen departamento de diseño, produciendo nuevos modelos o variaciones de los ya creados. Fabrican en serie.
- **Destino de ventas:** Su mayor porcentaje de ventas se destina a mercados regionales y nacionales. Las exportaciones son dirigidas a la UE.
- **Subcontratación:** En torno a la mitad de las empresas no subcontratan. Las que lo hacen, se centran en publicidad, transporte y parte del proceso productivo.
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a fabricantes y almacenistas nacionales. Destacar el alto porcentaje de compras a USA.
- **Marketing:** Sobre el 50% de las empresas poseen departamento de marketing. Asisten a ferias nacionales e internacionales, realizan un gran número de actividades de promoción y disponen de política de marca.
- **Innovación y Desarrollo:** Alto coste en actividades de I+D+i. Inversión en "hardware", "software" y nueva maquinaria.
- **Utilización de nuevas tecnologías:** Alrededor de la mitad de las empresas tienen un alto nivel de informatización. Disponen de Internet, página web con información general de la empresa, catálogo de productos e, incluso, ofrece la posibilidad de la compra a través de la web.

POLÍTICAS Y LÍNEAS

- **RECURSOS HUMANOS:**
  - ✓ Fomentar la formación del personal.
  - ✓ **La formación maestro / aprendiz debe mejorarse.**
  - ✓ Formación en gestión empresarial para directivos.
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING:**
  - ✓ Buscar fuentes de aprovisionamientos en nuevos mercados.
  - ✓ Acuerdos con otras empresas para la comercialización de productos.
- **CALIDAD Y DISEÑO:**
  - ✓ Estrategias sobre diferenciación del producto.
  - ✓ Desarrollo de marca diferenciada de España y / o Castilla-La Mancha.
  - ✓ Desarrollo de estrategias medioambientales.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS:**
  - ✓ Inversión en nuevas tecnologías en el ámbito de redes.
  - ✓ Actuaciones, de acuerdo con la normativa nacional y comunitaria, en desarrollo y prevención.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS:**
  - ✓ Fomento de actuaciones que faciliten la adaptación y el seguimiento a la normativa vigente.
  - ✓ Fomento de actividades para la obtención de suelo industrial

FABRICACIÓN DE PUERTAS DE MADERA MACIZA

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** Empresas pequeñas.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Estudios primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** Nula.
- **Tipos de contrato:** Mayoritariamente contratos indefinidos.
- **Calidad:** No disponen de departamento de calidad.
- **Diseño:** No poseen departamento de diseño. No llevan a cabo diseños propios y fabrican a medida.
- **Destino de ventas:** Las ventas van destinadas a mercados nacionales.
- **Subcontratación:** Sólo subcontratan la gestión de la empresa.
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a comisionistas y almacenistas nacionales y de la UE.
- **Marketing:** No poseen departamento de marketing. No asisten a ferias. No realizan actividades de promoción, ni lleva a cabo política de marca.
- **Innovación y Desarrollo:** Inversión en I+D+i nula.
- **Utilización de nuevas tecnologías:** Nivel de informatización de la empresa muy bajo. Las empresas no disponen de página web.

POLÍTICAS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- **RECURSOS HUMANOS:**
  - ✓ La formación maestro / aprendiz debe mejorarse.
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING:**
  - ✓ Desarrollo de políticas comunes de aprovisionamiento.
  - ✓ Estudio de nuevos mercados.
  - ✓ Firmas de convenios con las empresas cabeceras del sector de la construcción para dar salida al producto final.
  - ✓ Desarrollo de actividades de promoción del sector.
- **CALIDAD Y DISEÑO:**
  - ✓ Elaboración de nuevos diseños para fomentar la calidad y abrir nuevos mercados.
  - ✓ Especialización y expansión de productos artesanales de alta calidad.
  - ✓ Desarrollo de estrategias medioambientales.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS:**
  - ✓ Inversión en maquinaria y tecnología robótica para el desarrollo de productos.
  - ✓ Inversión en nuevas tecnologías en el ámbito de redes.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS:**
  - ✓ Fomento de actuaciones para la resolución de problemas estratégicos básicos.
  - ✓ Fomento de actuaciones para la mejora de infraestructuras.
  - ✓ Fomento de actividades para la obtención de suelo industrial.

GRUPO III: FABRICACIÓN DE MUEBLES

- Fabricación de mobiliario tapizado.
- Fabricación de mueble de cocina y baño.
- Mobiliario juvenil.
- Fabricación de mesas y sillas.
- Fabricación mobiliario de hogar.
- Fabricación madera maciza.

FABRICACIÓN MOBILIARIO TAPIZADO

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** Empresas pequeñas y familiares.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Estudios primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** No disponible.
- **Tipos de contrato:** Temporales.
- **Calidad: N**o poseen departamento de calidad y no tienen perspectivas para la certificación.
- **Diseño:** No disponen de departamento de diseño. En general, no realizan diseños propios y fabrican a medida.
- **Destino de ventas:** Mercados nacionales.
- **Subcontratación:** Actividades de gestión, transporte, producción (acabado) y publicidad.
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a fabricantes y almacenistas nacionales.
- **Marketing:** No disponen de departamento de marketing. Realizan actividades de promoción y poseen política de marca. No asisten a ferias.
- **Innovación y Desarrollo:** Inversión en nueva maquinaria. Innovación de producto anual.
- **Utilización de nuevas tecnologías: N**ivel de informatización bajo. Disponen de Internet pero no de página web.

POLÍTICAS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- **RECURSOS HUMANOS**
  - ✓ Incorporación de plantilla joven y altamente cualificada.
  - ✓ La formación interna maestro / aprendiz debe mejorarse y desarrollarse.
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING**
  - ✓ Buscar fuentes de aprovisionamiento en nuevos mercados.
  - ✓ Desarrollo de filiales en países o regiones donde dirigimos la producción.
  - ✓ Creación de organismos intermedios para la exportación.
  - ✓ Estudio de nuevos mercados en el ámbito nacional e internacional.
  - ✓ Desarrollo de nuevos eventos, ferias y exposiciones en el ámbito internacional.
- **CALIDAD Y DISEÑO**
  - ✓ Fomentar la calidad, informando e incorporando las normativas nacionales e internacionales al producto.
  - ✓ Especialización y expansión de productos artesanales de alta calidad.
  - ✓ Elaboración de nuevos diseños para fomentar la calidad y abrir nuevos mercados.
  - ✓ Desarrollo de estrategias medioambientales, apostando por energías limpias y renovables, eliminando residuos.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**
  - ✓ Investigación conjunta para la incorporación de nuevos materiales.
  - ✓ Inversión en maquinaria y tecnología robótica.
  - ✓ Actuaciones, de acuerdo con la normativa nacional y comunitaria en materia de desarrollo y prevención
  - ✓ Actuaciones dirigidas a aumentar la competitividad a través de un cambio cultural y organizacional en la empresa.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**
  - ✓ Fomento de actuaciones con las Administraciones Públicas para la mejora de infraestructuras desde los emplazamientos especializados del sector.
  - ✓ Fomento de actuaciones con las Administraciones Públicas para la obtención de suelo industrial y la agrupación de actividades subsectoriales.
  - ✓ Fomento de actuaciones para la resolución de problemas estratégicos básicos.

FABRICACIÓN MUEBLE DE COCINA Y BAÑO

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** Empresas pequeñas. Alrededor del 50% son familiares.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Estudios primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** Desarrollo de actividades de formación en informática, en prevención-calidad y en marketing.
- **Tipos de contrato:** Indefinidos.
- **Calidad:** La mayor parte de las empresas no disponen de departamento de calidad, aunque las que sí disponen de éste, están certificadas.
- **Diseño:** Alrededor del 50% de las empresas poseen departamento de diseño, realizando nuevos diseños o variando los ya existentes. Fabrican a medida.
- **Destino de ventas:** Mercados nacionales, regionales y locales.
- **Subcontratación:** Subcontratan actividades de gestión, transporte, producción (tablero alistonado), publicidad y servicios de Internet.
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a fabricantes y almacenistas locales, regionales y nacionales.
- **Marketing:** No disponen de departamento de marketing. Realizan actividades de promoción y poseen política de marca. No asisten a ferias.
- **Innovación y Desarrollo:** Inversión en I+D+i escasa. Innovación anual de producto.
- **Utilización de nuevas tecnologías:** Nivel de informatización medio-bajo. Disponen de Internet y la gran mayoría de página web con información general de la empresa y catálogo de productos.

POLÍTICAS Y LÍNEAS

- **RECURSOS HUMANOS**
  - ✓ Incorporación de plantilla joven y altamente cualificada.
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING**
  - ✓ Estudio de nuevos mercados en el ámbito nacional e internacional.
  - ✓ Desarrollo de políticas comunes de aprovisionamiento.
  - ✓ Desarrollo de nuevos eventos, ferias y exposiciones en el ámbito internacional.
  - ✓ Desarrollo de nuevas estrategias comerciales.
- **CALIDAD Y DISEÑO**
  - ✓ Fomentar la calidad, informando e incorporando las normativas nacionales e internacionales al producto.
  - ✓ Especialización y expansión de productos artesanales de alta calidad.
  - ✓ Elaboración de nuevos diseños para fomentar la calidad y abrir nuevos mercados.
  - ✓ Desarrollo de estrategias medioambientales, apostando por energías limpias y renovables, eliminando residuos.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**
  - ✓ Actuaciones dirigidas a aumentar la competitividad a través de un cambio en la cultura y organización de la empresa.
  - ✓ Creación de un sistema de información de legislación regional, nacional y comunitaria.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**
  - ✓ Fomento de actuaciones con las Administraciones Públicas para la mejora de infraestructuras desde los emplazamientos especializados del sector.
  - ✓ Fomento de actuaciones con las Administraciones Públicas para la obtención de suelo industrial y la agrupación de actividades subsectoriales.
  - ✓ Fomento de actuaciones para la resolución de problemas estratégicos básicos.
  - ✓ Fomento de actuaciones que faciliten a las empresas la adaptación y el seguimiento de la normativa vigente.

MOBILIARIO JUVENIL

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** Empresas pequeñas y familiares.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Titulados en ciclos formativos, estudios primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** Desarrollo de actividades de formación en el departamento de producción, informática y en prevención-calidad.
- **Tipos de contrato:** Temporales e indefinidos.
- **Calidad:** La mayor parte de las empresas no disponen de departamento de calidad, aunque las que sí disponen de éste, están certificadas.
- **Diseño:** Poseen departamento de diseño realizando modelos propios y fabrican en serie.
- **Destino de ventas:** Principalmente mercados nacionales.
- **Subcontratación:** Mayoritariamente no subcontratan y las que lo hacen demandan transporte y producción (piezas de mobiliario).
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a fabricantes y almacenistas nacionales.
- **Marketing:** No poseen departamento de marketing. Realizan actividades de promoción y poseen política de marca. No asisten a ferias.
- **Innovación y Desarrollo:** Inversión en mejora de condiciones tecnológicas, diseño de nuevos productos, mejora de los sistemas de información y en nueva maquinaria. Innovación de producto cada dos años.
- **Utilización de nuevas tecnologías: N**ivel de informatización medio-alto. Disponen de Internet y página web con información general de la empresa y catálogo.

POLÍTICAS Y LÍNEAS

- **RECURSOS HUMANOS**
  - ✓ Fomentar la formación del personal.
  - ✓ Formación en gestión empresarial para directivos, especialmente para niveles intermedios de grandes empresas y PYMES.
  - ✓ Reorganización del personal hacia modelos menos jerárquicos y más flexibles, mayor apuesta por la estabilidad y seguridad de la plantilla.
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING**
  - ✓ Estudio de nuevos mercados en el ámbito nacional e internacional.
  - ✓ Creación de organismos intermedios para la exportación.
- **CALIDAD Y DISEÑO**
  - ✓ Fomentar la calidad, informando e incorporando las normativas nacionales e internacionales al producto.
  - ✓ Estrategias sobre diferenciación en producto, fomento de tecnologías de diseño y calidad para incorporar al producto final.
  - ✓ Desarrollo de una marca diferenciada de España y/ o Castilla-La Mancha en sectores insignia o clave como el de fabricación de puertas.
  - ✓ Especialización y expansión de productos artesanales de alta calidad.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**
  - ✓ Inversión en maquinaria y tecnología robótica para desarrollo de productos.
  - ✓ Inversión en nuevas tecnologías en el ámbito de redes.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**
  - ✓ Fomento de actuaciones con las Administraciones Públicas para la mejora de infraestructuras desde los emplazamientos especializados del sector.
  - ✓ Fomento de actuaciones que faciliten a las empresas la adaptación y el seguimiento a la normativa vigente.

FABRICACIÓN DE SILLAS Y

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** Empresas pequeñas y familiares.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Estudios primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** Desarrollo de actividades de formación en informática.
- **Tipos de contrato:** Indefinidos.
- **Calidad:** No existe departamento de calidad ni expectativas de certificación de calidad.
- **Diseño:** No poseen departamento de diseño. Los modelos creados son principalmente copias, aunque también crean modelos propios pero en menor medida. Fabrican a medida.
- **Destino de ventas:** Principalmente mercados nacionales. Las exportaciones se destinan a países de la UE.
- **Subcontratación:** Subcontratan actividades de gestión, publicidad, servicios de Internet y transporte.
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a fabricantes y almacenistas nacionales y de la UE.
- **Marketing:** No disponen de departamento de marketing. Realizan actividades de promoción y poseen política de marca. No asisten a ferias.
- **Innovación y Desarrollo:** Inversión en "hardware", "software" y en nueva maquinaria. Innovación de producto cada dos años.
- **Utilización de nuevas tecnologías: N**ivel de informatización medio. Disponen de Internet y página web con información general de la empresa y catálogo.

POLÍTICAS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- **RECURSOS HUMANOS**
  - ✓ La formación interna maestro/ aprendiz debe mejorarse y desarrollarse.
  - ✓ Formación en gestión empresarial para directivos, especialmente para niveles intermedios de grandes empresas y PYMES.
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING**
  - ✓ Desarrollo de políticas comunes de aprovisionamiento.
  - ✓ Acuerdos con otras empresas para la comercialización del producto.
- **CALIDAD Y DISEÑO**
  - ✓ Desarrollo de una marca diferenciada de España y/ o Castilla-La Mancha en sectores insignia o clave como el de fabricación de puertas.
  - ✓ Elaboración de nuevos diseños para fomentar la calidad y abrir nuevos mercados.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**
  - ✓ Inversión en maquinaria y tecnología robótica para desarrollo de productos.
  - ✓ Investigación conjunta para la incorporación de nuevos materiales.
  - ✓ Inversión en desarrollo de comercio electrónico, de negocio a negocio.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**
  - ✓ Fomento de actuaciones con las Administraciones Públicas para la mejora de infraestructuras desde los emplazamientos especializados del sector.
  - ✓ Fomento de actuaciones con las Administraciones Públicas para la obtención de suelo industrial y la agrupación de actividades subsectoriales.
  - ✓ Fomento de actuaciones para la resolución de problemas estratégicos básicos.
  - ✓ Fomento de actuaciones que faciliten a las empresas la adaptación y el seguimiento de la normativa vigente.

FABRICACIÓN MOBILIARIO DE

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** En torno al 75% de las empresas son pequeñas y el resto medianas. El 50% de las empresas son familiares.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Titulados en ciclos formativos, estudios primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** Desarrollo de actividades de formación en el departamento de producción.
- **Tipos de contrato:** Temporales.
- **Calidad:** No existe departamento de calidad, ni expectativas de certificación de calidad.
- **Diseño:** Alrededor del 50% de las empresas disponen de departamento de diseño, realizando modelos propios. Fabricación en serie.
- **Destino de ventas:** Principalmente mercados nacionales.
- **Subcontratación:** No subcontratan.
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a fabricantes nacionales.
- **Marketing:** Aproximadamente el 50% de las empresas poseen departamento de marketing, realizan actividades de promoción y poseen política de marca. No asisten a ferias.
- **Innovación y Desarrollo:** Baja inversión en I+D+i. Innovación anual de producto.
- **Utilización de nuevas tecnologías:** La mitad de las empresas tienen un nivel de informatización alto y acceso a Internet.

POLÍTICAS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- **RECURSOS HUMANOS**
  - ✓ La formación interna maestro/ aprendiz debe mejorarse y desarrollarse.
  - ✓ Fomentar la formación del personal.
  - ✓ Formación en gestión empresarial para directivos, especialmente para niveles intermedios de grandes empresas y PYMES.
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING**
  - ✓ Estudio de nuevos mercados en el ámbito nacional e internacional buscando oportunidades de negocio.
- **CALIDAD Y DISEÑO**
  - ✓ Estrategias sobre diferenciación en producto, fomento de tecnologías de diseño y calidad para incorporar al producto final.
  - ✓ Desarrollo de una marca diferenciada de España y/ o Castilla-La Mancha en sectores insignia o clave como el de fabricación de puertas.
  - ✓ Especialización y expansión de productos artesanales de alta calidad.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**
  - ✓ Inversión en maquinaria y tecnología robótica para desarrollo de productos.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**
  - ✓ Fomento de actuaciones con las Administraciones Públicas para la obtención de suelo industrial y la agrupación de actividades subsectoriales.

MOBILIARIO DE MADERA MACIZA

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** Empresas pequeñas y familiares.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Mayoritariamente estudios primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** Actividades de formación escasas.
- **Tipos de contrato:** Indefinidos.
- **Calidad:** No existe departamento de calidad ni expectativas de certificación de calidad.
- **Diseño:** Modelos propios de nueva creación .Fabrican en serie y a medida.
- **Destino de ventas:** Principalmente mercados nacionales, seguidos de regionales y provinciales. Las ventas internacionales se destinan en su mayor parte a mercados de la UE.
- **Subcontratación:** En torno al 50% subcontratan, siendo las actividades de gestión, transporte, logística y producción (tablero alistonado) las más demandadas.
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a fabricantes y almacenistas nacionales, regionales y locales.
- **Marketing:** Aproximadamente el 50% de las empresas disponen de política de marca. Asistencia a ferias, principalmente regionales y provinciales.
- **Innovación y Desarrollo:** Baja inversión en I+D+i. Innovación de producto cada dos años.
- **Utilización de nuevas tecnologías:** Un bajo porcentaje de las empresas tienen un nivel de informatización alto, con acceso a Internet y página web con información general y catálogo.

POLÍTICAS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- **RECURSOS HUMANOS**
  - ✓ La formación interna maestro/ aprendiz debe mejorarse y desarrollarse.
  - ✓ Incorporación de plantilla joven y altamente cualificada.
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING**
  - ✓ Creación de organismos intermedios para la exportación.
  - ✓ Desarrollo de nuevos eventos, ferias y exposiciones internacionales.
  - ✓ Desarrollo de nuevas estrategias comerciales.
  - ✓ Desarrollo de actividades que promocionen el sector a través de Asociaciones.
- **CALIDAD Y DISEÑO**
  - ✓ Elaboración de nuevos diseños para fomentar la calidad y abrir nuevos mercados.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**
  - ✓ Inversión en maquinaria y tecnología robótica para desarrollo de productos.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**
  - ✓ Fomento de actuaciones con las Administraciones Públicas para la mejora de infraestructuras desde los emplazamientos especializados del sector.
  - ✓ Fomento de actuaciones con las Administraciones Públicas para la obtención de suelo industrial y la agrupación de actividades subsectoriales.
  - ✓ Fomento de actuaciones para la resolución de problemas estratégicos básicos.
  - ✓ Fomento de actuaciones que faciliten a las empresas la adaptación y el seguimiento de la normativa vigente.

GRUPO IV: FABRICACIÓN DE PIEZAS DE MADERA.

- Carpintería tradicional / ebanistería y objetos de madera.

FABRICACIÓN DE PIEZAS DE MADERA

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** Empresas pequeñas y familiares.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Titulados en ciclos formativos, estudios primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** Inversión en actividades de formación dirigidas principalmente al departamento de producción informática y prevención de riesgos.
- **Tipos de contrato:** Mayoritariamente contratos indefinidos.
- **Calidad:** Aproximadamente el 50% de las empresas disponen de departamento de calidad y alrededor de un 25% están en perspectivas de certificarse.
- **Diseño:** Modelos propios de nueva creación .Fabrican a medida.
- **Destino de ventas:** Las ventas van destinadas a mercados nacionales, regionales y locales.
- **Subcontratación:** En torno al 60% de las empresas no subcontratan. El resto subcontrata principalmente gestión, transporte y mantenimiento tecnológico.
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a fabricantes y almacenistas nacionales.
- **Marketing:** No disponen de departamento de marketing. No asisten a ferias. No realizan actividades de promoción y la mitad de las empresas no disponen de política de marca.
- **Innovación y Desarrollo:** Escasa inversión en I+D+i.
- **Utilización de nuevas tecnologías:** Nivel de informatización de la empresa muy bajo. La mayor proporción de las empresas no disponen de página web.

POLÍTICAS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- **RECURSOS HUMANOS:**
  - ✓ Incorporación de plantilla joven y altamente cualificada.
  - ✓ La formación maestro / aprendiz debe mejorarse.
  - ✓ Reorganización del personal.
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING:**
  - ✓ Desarrollo de políticas comunes de aprovisionamiento.
  - ✓ Estudio de nuevos mercados.
  - ✓ Desarrollo de actividades de promoción del sector.
- **CALIDAD Y DISEÑO:**
  - ✓ Elaboración de nuevos diseños.
  - ✓ Desarrollo de estrategias medioambientales.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS:**
  - ✓ Investigación conjunta para la incorporación de nuevos materiales.
  - ✓ Actuaciones, de acuerdo con la normativa nacional y comunitaria, en desarrollo y prevención.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS:**
  - ✓ Fomento de actuaciones para la resolución de problemas estratégicos básicos.
  - ✓ Fomento de actuaciones que faciliten a la empresa la adaptación y el seguimiento de la normativa vigente.
  - ✓ Fomento de actuaciones para la mejora de infraestructuras.
  - ✓ Fomento de actividades para la obtención de suelo industrial.

GRUPO V: VARIOS

- Fabricación de molduras para cuadros.

FABRICACIÓN DE MOLDURAS PARA CUADROS

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- **Dimensión:** Empresas pequeñas y en torno a la mitad de ellas familiares.
- **Nivel de cualificación de los trabajadores:** Mayoritariamente estudios primarios y sin estudios.
- **Formación en la empresa:** Inversión en actividades de formación dirigidas principalmente al departamento de producción.
- **Tipos de contrato:** Mayoritariamente contratos indefinidos.
- **Calidad:** Disposición de departamento de calidad y en proceso de certificación de calidad.
- **Diseño:** Modelos propios de nueva creación .Fabrican en serie.
- **Destino de ventas:** Principalmente mercados nacionales. Las ventas internacionales se destinan en su mayor parte a mercados de la UE.
- **Subcontratación:** Transporte, logística y producción (acabado).
- **Aprovisionamientos:** De forma individual, dirigiéndose a fabricantes, comisionistas y almacenistas nacionales.
- **Marketing:** Disposición de política de marca.
- **Innovación y Desarrollo:** Escasa inversión en I+D+i.
- **Utilización de nuevas tecnologías:** Nivel de informatización de la empresa medio. Disposición de página web con información general de la empresa y catálogo de productos.

POLÍTICAS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- **RECURSOS HUMANOS:**
  - ✓ Incorporación de plantilla joven y altamente cualificada.
- **CLIENTES, PROVEEDORES Y MARKETING:**
  - ✓ Desarrollo de políticas comunes de aprovisionamiento.
  - ✓ Desarrollo de filiales en países o regiones.
  - ✓ Desarrollo de actividades de promoción del sector.
- **CALIDAD Y DISEÑO:**
  - ✓ Desarrollo de una marca diferenciada de España y / o Castilla-La Mancha.
  - ✓ Desarrollo de estrategias medioambientales.
- **INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS:**
  - ✓ **Inversión en nuevas tecnologías en el ámbito de redes.**
  - ✓ Actuaciones, de acuerdo con la normativa nacional y comunitaria, en desarrollo y prevención.
- **RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS:**
  - ✓ Fomento de actuaciones para la resolución de problemas estratégicos básicos.
  - ✓ Fomento de actuaciones que faciliten a la empresa la adaptación y el seguimiento a la normativa vigente.

ANEXO II:
Relación de empresas en Portalmadera.net

ANEXO III:

Empresas participantes en el Proyecto Sibelius

EMPRESAS PARTICIPANTES

ACTIVIDAD	EMPRESA
Fabrica mobiliario juvenil	LOPEZ Y OCAÑA, S.A. (FINALIZADO)
Fabrica mobiliario madera maciza	MOGARTE, C.B (FINALIZADO)
Acabado muebles	FABRICA DE MUEBLES BERZOSA, S.L (FINALIZADO)
Postformados	TOP FORM, S.A. (Se termina en 2005)
Fabrica mobiliario tablero	A.C. RODRIGUEZ, S.L (FINALIZADO)
Fabrica de sillas	INROTAR, S.L.- (Se termina en 2005)
Fabrica de Tableros	MANCHAMOBEL, S.A. (Se termina en 2005)
Fabrica exportadora	ARTE DYS XXI, S.L (Se termina en 2005)

ANEXO IV: COMERCIO EXTERIOR

- **Plan de fomento a la exportación del mueble de ANIEME-2005**
- **Plan e fomento a la exportación de Confemadera-2005**
- **Plan de fomento a la exportación de Cámara Comercio**
- **Comercio exterior de manufacturas de madera exponla, 1º y 2º cuatrimestre del 2004**
- **Comercio exterior de mueble a octubre 2004**

CONFEMADERA PLAN SECTORIAL DE EXPORTACIÓN 2005 ACTIVIDADES PREVISTAS	
MES	**ACTIVIDAD**
FEBRERO	**PARTICIPACIÓN AGRUPADA EN LA FERIA SACA (Marcos para cuadros), ITALIA** **PARTICIPACIÓN AGRUPADA EN LA FERIA ZOW (AUX. MUEBLE), ALEMANIA**
	MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A EMIRATOS ARABES UNIDOS
	MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A RUSIA
	MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A RUMANIA Y BULGARIA
	MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A UCRANIA
	MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A EGIPTO
	MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A TURQUÍA
NOVIEMBRE	**MISIÓN COMERCIAL INVERSA DE COMPRADORES Y PERIODISTAS EXTRANJEROS A MADERALIA**
	MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A BRASIL
	MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A MARRUECOS

*** MISIÓN COMERCIAL INVERSA: Invitación de potenciales compradores extranjeros a visitar una feria sectorial o bien fábricas españolas.**

**** PARTICIPACIÓN AGRUPADA EN FERIAS INTERNACIONALES: Los expositores españoles participan formando parte de un grupo identificado como español si bien cada uno de ellos está ubicado en una zona de la feria diferente. Confemadera coordina el transporte de las muestras y, en su caso, la decoración uniforme de los stands. Los porcentajes de ayuda al coste del alquiler, transporte y decoración varían en función del país donde se celebra la feria.**

***** MISIONES COMERCIALES DIRECTAS: Un grupo de empresarios españoles se desplaza a fin de mantener entrevistas con empresas extranjeras interesadas en su producto. Confemadera confecciona, en colaboración con las Oficinas Económicas y Comerciales**

COMERCIO EXTERIOR DE MANUFACTURAS DE MADERA ESPAÑOLAS*

1º y 2º CUATRIMESTRE DEL 2004

- Dpto. Internacional de Confemadera-

- **Exportaciones de productos de madera – 2001-2004 (unidades de €)**

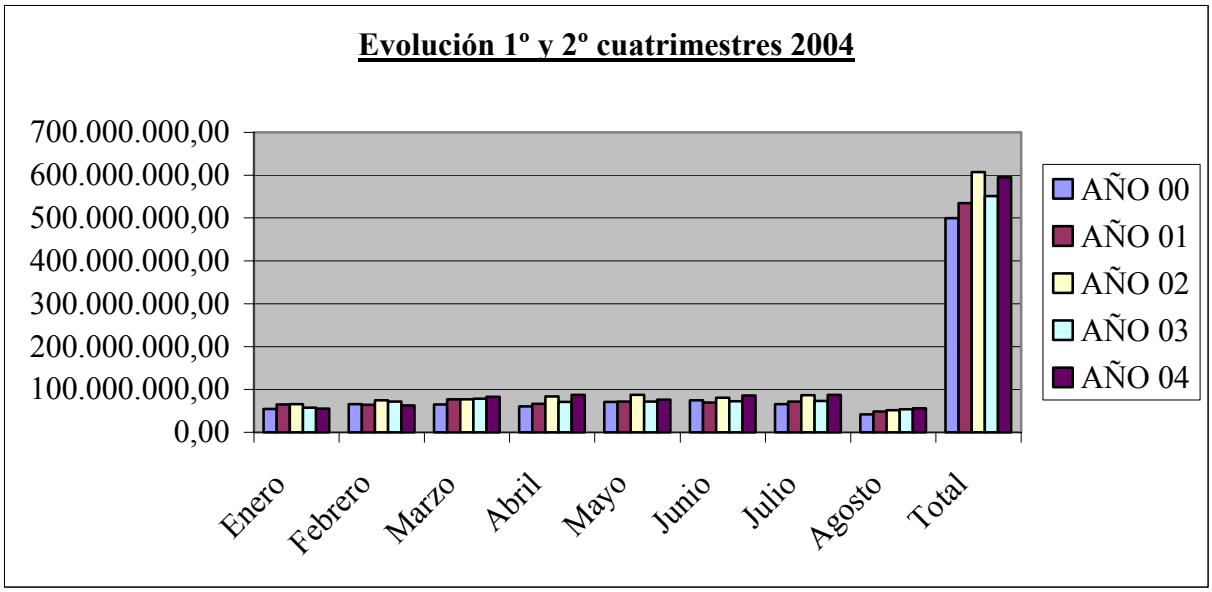
	AÑO 01	*AÑO 02*	*AÑO 03*	*AÑO 04*	*02/01*	*03/02*	*04/03*
Enero	64.898.111,48	65.600.123,82	57.215.293,53	55.168.617,44	1,08	-12,78	-3,58
Febrero	64.398.423,69	74.773.810,17	71.593.069,68	63.116.592,44	16,11	-4,25	-11,84
Marzo	77.125.896,13	76.699.199,28	78.384.202,83	83.135.319,68	-0,55	2,20	6,06
Abril	66.807.150,33	83.864.327,88	71.236.618,03	87.726.366,14	25,53	-15,06	23,15
Mayo	71.473.540,34	87.304.563,41	72.164.385,72	76.375.788,37	22,15	-17,34	5,84
Junio	69.775.807,52	80.689.019,62	72.803.252,76	86.075.264,58	15,64	-9,77	18,23
Julio	71.449.292,64	86.914.026,55	73.515.847,56	87.286.172,38	21,64	-15,42	18,73
Agosto	48.627.600,56	51.631.971,61	53.997.728,26	56.217.524,87	6,18	4,58	4,11
Septiembre	63.040.726,39	70.102.849,43	65.854.661,87	ND	11,20	-6,06	ND
Octubre	77.171.379,90	85.352.463,40	81.989.330,47	ND	10,60	-3,94	ND
Noviembre	76.257.540,11	72.029.319,73	64.425.113,28	ND	-5,54	-10,56	ND
Diciembre	61.318.792,22	62.350.585,51	71.071.724,70	ND	1,68	13,99	ND
TOTAL	**812.344.261,31**	**897.312.260,41**	**834.251.228,69**	**595.101.645,90**	**10,46**	**-7,03**	**8,02**

Comparaciones por períodos

* Los datos de este informe referente a las manufacturas de madera corresponden a las siguientes partidas arancelarias:
  - 44: MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA
  - 94.01.90.30: PARTES DE ASIENTOS DE MADERA
  - 94.03.90.30: PARTES DE MUEBLES DE MADERA

Fuente: ESTACOM, elaboración de CONFEMADERA.

	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04
Enero	54.953.833,61	64.898.111,48	65.600.123,82	57.215.293,53	55.168.617,44
Febrero	65.789.680,70	64.398.423,69	74.773.810,17	71.593.069,68	63.116.592,44
Marzo	64.789.955,34	77.125.896,13	76.699.199,28	78.384.202,83	83.135.319,68
Abril	60.280.816,94	66.807.150,33	83.864.327,88	71.236.618,03	87.726.366,14
Mayo	70.873.230,43	71.473.540,34	87.304.563,41	72.164.385,72	76.375.788,37
Junio	74.834.371,60	69.775.807,52	80.689.019,62	72.803.252,76	86.075.264,58
Julio	65.477.321,56	71.449.292,64	86.914.026,55	73.515.847,56	87.286.172,38
Agosto	42.230.531,25	48.627.600,56	51.631.971,61	53.997.728,26	56.217.524,87
Total	**499.229.741,43**	**534.555.822,69**	**607.477.042,34**	**550.910.398,37**	**595.101.645,90**

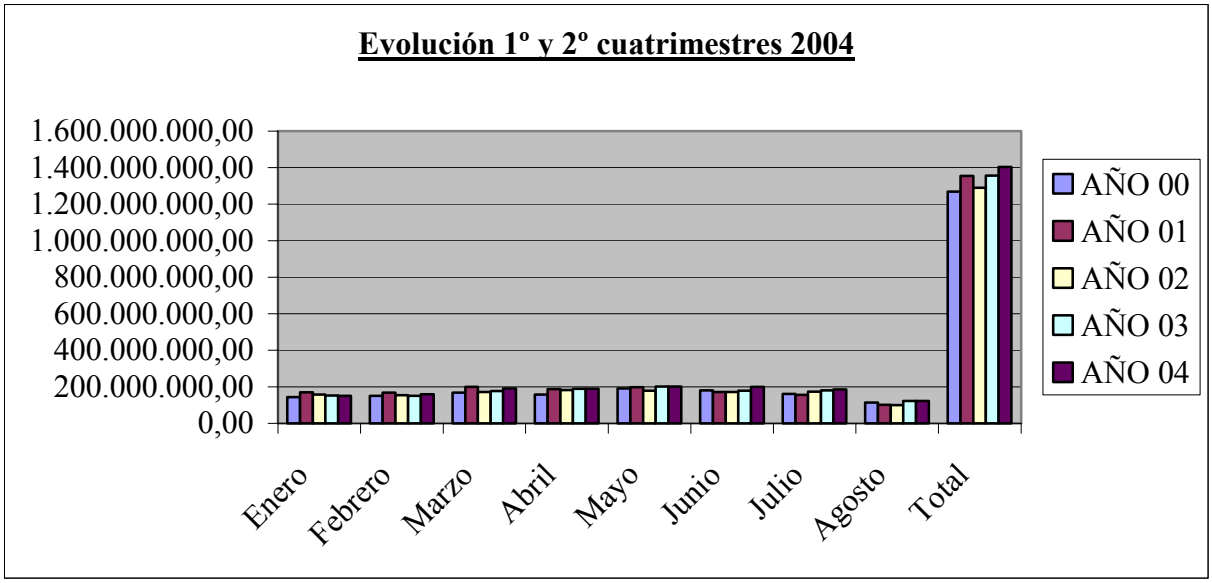


- **Importaciones de productos de madera – 2001-2004 (unidades de €)**

	AÑO 01	*AÑO 02*	*AÑO 03*	*AÑO 04*	*02/01*	*03/02*	*04/03*
Enero	170.572.316,40	157.443.099,58	153.292.992,16	151.540.471,89	-7,70	-2,64	-1,14
Febrero	167.560.423,56	154.104.046,16	150.512.723,65	159.845.222,47	-8,03	-2,33	6,20
Marzo	199.270.389,79	172.430.131,08	177.352.826,78	191.454.621,48	-13,47	2,85	7,95
Abril	188.430.785,58	182.298.237,41	189.826.170,62	189.994.087,92	-3,25	4,13	0,09
Mayo	198.755.335,75	178.241.811,23	201.778.608,32	201.516.321,03	-10,32	13,20	-0,13
Junio	171.497.203,03	171.906.251,70	178.919.649,14	200.343.229,26	0,24	4,08	11,97
Julio	156.332.788,04	173.487.044,23	181.139.335,54	186.737.668,05	10,97	4,41	3,09
Agosto	101.108.087,39	99.869.550,30	122.625.391,34	122.872.401,00	-1,22	22,79	0,20
Septiembre	165.669.417,89	172.117.152,71	191.134.395,90	ND	3,89	11,05	ND
Octubre	169.585.244,84	183.804.721,70	200.830.493,34	ND	8,38	9,26	ND
Noviembre	181.977.591,76	176.847.630,76	184.066.860,80	ND	-2,82	4,08	ND
Diciembre	158.031.171,77	179.406.379,27	177.963.707,44	ND	13,53	-0,80	ND
TOTAL	**2.028.790.755,80**	**2.001.956.056,13**	**2.109.443.155,03**	**1.404.304.023,10**	**-1,32**	**5,37**	**3,60**

Comparaciones por períodos

	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04
Enero	143.083.902,60	170.572.316,40	157.443.099,58	153.292.992,16	151.540.471,89
Febrero	151.335.480,05	167.560.423,56	154.104.046,16	150.512.723,65	159.845.222,47
Marzo	169.089.340,13	199.270.389,79	172.430.131,08	177.352.826,78	191.454.621,48
Abril	157.102.419,58	188.430.785,58	182.298.237,41	189.826.170,62	189.994.087,92
Mayo	191.509.302,24	198.755.335,75	178.241.811,23	201.778.608,32	201.516.321,03
Junio	181.442.654,68	171.497.203,03	171.906.251,70	178.919.649,14	200.343.229,26
Julio	161.123.521,40	156.332.788,04	173.487.044,23	181.139.335,54	186.737.668,05
Agosto	113.628.413,39	101.108.087,39	99.869.550,30	122.625.391,34	122.872.401,00
Total	**1.268.315.034,07**	**1.353.527.329,54**	**1.289.780.171,69**	**1.355.447.697,55**	**1.404.304.023,10**



- **Exportaciones por Comunidades Autónomas (unidades de €)**

	AÑO 2003 Enero-Agosto	AÑO 2004 Enero-Agosto	Variación 2004/2003
ANDALUCIA	20.674.748,18	22.822.113,45	10,39
ARAGON	11.579.186,57	12.331.527,63	6,50
ASTURIAS	1.632.167,73	1.803.037,09	10,47
BALEARES	281.345,77	209.962,82	-25,37
CANARIAS	289.008,76	151.560,25	-47,56
CANTABRIA	2.450.249,04	3.089.026,02	26,07
CASTILLA LA MANCHA	30.130.275,30	30.665.095,08	1,78
CASTILLA Y LEON	19.720.134,40	16.576.078,61	-15,94
CATALUÑA	97.258.447,03	103.075.489,48	5,98
CEUTA	0,00	0,00	No significativo
COMUNIDAD VALENCIANA	135.881.163,35	158.523.825,14	16,66
EXTREMADURA	9.386.765,56	8.804.518,11	-6,20
GALICIA	125.676.285,57	140.687.808,38	11,94
LA RIOJA	23.893.572,78	24.373.817,00	2,01

MADRID	24.521.486,50	16.964.950,95	-30,82
MELILLA	0,00	874,00	No significativo
MURCIA	6.694.728,70	7.367.787,76	10,05
NAVARRA	15.275.609,84	16.263.516,83	6,47
PAIS VASCO	23.705.049,14	28.684.977,07	21,01
DESCONOCIDA	1.860.174,15	2.705.680,23	45,45
TOTAL	**550.910.398,37**	**595.101.645,90**	**8,02**

- **Importaciones por Comunidades Autónomas (unidades de €)**

	AÑO 2003 Enero-Agosto	**AÑO 2004 Enero- Agosto**	**Variación 2004/2003**
ANDALUCIA	111.022.564,59	115.841.296,28	4,34
ARAGON	29.027.626,78	26.005.862,65	-10,41
ASTURIAS	10.760.417,70	9.382.708,90	-12,80
BALEARES	18.037.977,30	17.366.560,28	-3,72
CANARIAS	31.579.229,92	33.147.966,70	4,97
CANTABRIA	42.167.038,86	35.344.613,21	-16,18
CASTILLA LA MANCHA	51.905.966,68	56.155.678,84	8,19
CASTILLA Y LEON	39.854.467,76	44.372.772,72	11,34
CATALUÑA	222.341.221,17	241.100.204,78	8,44
CEUTA	41.715,08	43.834,78	5,08
COMUNIDAD VALENCIANA	292.644.766,67	307.685.094,16	5,14
EXTREMADURA	3.196.283,83	3.780.042,27	18,26
GALICIA	173.834.482,94	190.701.722,51	9,70
LA RIOJA	20.939.269,39	20.349.119,71	-2,82
MADRID	159.937.300,09	152.868.481,03	-4,42
MELILLA	98.422,29	17.600,00	-82,12
MURCIA	19.735.553,19	22.231.665,35	12,65
NAVARRA	29.408.832,74	28.132.941,21	-4,34

PAIS VASCO	97.424.817,95	98.383.230,10	0,98
DESCONOCIDA	1.489.742,62	1.392.627,62	-6,52
TOTAL	**1.355.447.697,55**	**1.404.304.023,10**	**3,60**

- **Principales destinos de las exportaciones españolas (unidades de €)**

Nº	PAÍS DE DESTINO	ENERO- AGOSTO 2004
1	PORTUGAL	113.522.971,33
2	FRANCIA	97.330.681,92
3	ESTADOS UNIDOS	67.380.090,89
4	REINO UNIDO	60.500.713,37
5	ALEMANIA	26.069.154,80
6	ITALIA	25.957.733,60
7	PAISES BAJOS	19.834.038,27
8	BELGICA	17.637.402,20
9	MARRUECOS	12.684.793,11
10	GRECIA	11.736.563,82
11	IRLANDA	10.271.099,57
12	RUSIA	8.507.999,55
13	ISRAEL	8.277.467,00
14	NORUEGA	7.057.089,72
15	COREA DEL SUR	6.795.100,25
16	POLONIA	6.758.366,35
17	ANDORRA	6.437.237,43
18	ARABIA SAUDITA	6.417.484,01
19	EMIRATOS ARABES UNIDOS	5.628.579,26
20	EGIPTO	5.199.240,92
	SUBTOTAL	524.003.807,37
	TOTAL	**595.101.645,90**

- **Principales orígenes de las importaciones españolas (unidades de €)**

	PAÍS DE ORÍGEN	ENERO- AGOSTO 2004
1	FRANCIA	199.931.492,83
2	PORTUGAL	168.414.471,65
3	ESTADOS UNIDOS	126.778.040,67
4	ALEMANIA	115.999.195,45
5	SUECIA	93.082.051,81
6	CHINA	66.674.068,78
7	FINLANDIA	57.462.514,28
8	ITALIA	56.215.012,70
9	BRASIL	56.059.323,70
10	CAMERUN	44.384.233,44
11	COSTA DE MARFIL	40.228.625,71
12	POLONIA	32.118.284,21
13	BELGICA	30.041.278,46
14	RUMANIA	29.997.626,51
15	AUSTRIA	29.521.683,14
16	CHILE	27.552.245,39
17	URUGUAY	21.694.465,45
18	RUSIA	15.169.273,56
19	UCRANIA	12.921.473,15
20	ARGENTINA	12.311.270,68
	SUBTOTAL	1.236.556.631,57
	TOTAL	**1.404.304.023,10**

- **Principales manufacturas de madera exportadas (unidades €)**

Nº	Producto	AÑO 2004 1º y 2º cuatrimestre
1	441119 -- TABLEROS DE FIBRA DE MADERA U OTRAS MATERIAS LEÑOSAS, CON UNA MASA VOLUMICA SUPERIOR A 0,8 G/CM3, INCLUSO AGLOMERADOS CON RESINAS U OTROS AGLUTINANTES ORGANICOS, (EXCEPTO SIN TRABAJO MECANICO NI RECUBRIMIENTO DE SUPERFICIE).	69.447.696,70
2	441121 -- TABLEROS DE FIBRA DE MADERA U OTRAS MATERIAS LEÑOSAS, CON UNA MASA VOLUMICA SUPERIOR A 0,5 G/CM3, PERO INFERIOR O IGUAL A 0,8 G/CM3, INCLUSO AGLOMERADOS CON RESINAS U OTROS AGLUTINANTES ORGANICOS, SIN TRABAJO MECANICO NI RECUBRIMIENTO DE SUPERFICIE	44.182.835,69
3	441820 -- PUERTAS Y SUS MARCOS, Y UMBRALES, DE MADERA.	42.199.286,36
4	440920 -- MADERA, QUE NO SEA DE CONIFERAS, (INCLUIDAS LAS TABLILLAS Y FRISOS PARA PARQUES, SIN ENSAMBLAR) PERFILADA LONGITUDINALMENTE (CON LENGUETAS, RANURAS, REBAJES, ACANALADOS, BISELADOS, CON JUNTAS EN V, MOLDURADOS, REDONDEADOS O SIMILARES)	34.960.008,40
5	441129 -- TABLEROS DE FIBRA DE MADERA U OTRAS MATERIAS LEÑOSAS, CON UNA MASA VOLUMICA SUPERIOR A 0,5 G/CM3, PERO INFERIOR O IGUAL A 0,8 G/CM3, INCLUSO AGLOMERADOS CON RESINAS U OTROS AGLUTINANTES ORGANICOS, (EXCEPTO SIN TRABAJO MECANICO NI RECUBRIMIENTO DE SUPERFICIE)	30.079.047,22
6	441219 -- MADERA CONTRACHAPADA CONSTITUIDA EXCLUSIVAMENTE POR HOJAS DE MADERA DE ESPESOR UNITARIO INFERIOR O IGUAL A 6 MM,	24.987.182,74
7	440890 -- HOJAS DE MADERA PARA CHAPADO Y CONTRACHAPADO (INCLUSO UNIDAS) Y DEMAS MADERA ASERRADA LONGITUDINALMENTE, CORTADA O DESENROLLADA, INCLUSO CEPILLADA, LIJADA O UNIDAS POR ENTALLADURAS MULTIPLES, DE ESPESOR INFERIOR O IGUAL A 6 MM	22.975.378,54
8	441032 -- TABLEROS DE PARTICULAS Y TABLEROS SIMILARES DE MADERA, RECUBIERTOSEN LA SUPERFICIE CON PAPEL IMPREGNADO DE MELAMINA, INCLUSO AGLOMERADOS CON RESINA U OTROS AGLUTINANTES ORGANICOS.	21.711.968,80
9	441111 -- TABLEROS DE FIBRA DE MADERA U OTRAS MATERIAS LEÑOSAS, CON UNA MASA VOLUMICA SUPERIOR A 0,8 G/CM3, INCLUSO AGLOMERADOS CON RESINAS U OTROS AGLUTINANTES ORGANICOS, SIN TRABAJO MECANICO NI RECUBRIMIENTO DE SUPERFICIE	21.234.392,69
10	441510 -- CAJAS, CAJITAS, JAULAS, TAMBORES Y ENVASES SIMILARES; TAMBORES (CARRETES) PARA CABLES, DE MADERA.	19.813.974,99
11	441830 -- TABLEROS PARA PARQUES, DE MADERA.	19.808.407,93
12	442190 -- LAS DEMAS MANUFACTURAS DE MADERA	19.703.931,37
13	441213 -- MADERA CONTRACHAPADA CONSTITUIDA EXCLUSIVAMENTE POR HOJAS DE MADERA DE ESPESOR UNITARIO INFERIOR O IGUAL A 6 MM, QUE TENGAN POR LO MENOS UNA HOJA EXTERNA DE LAS MADERAS TROPICALES CITADAS EN LA NOTA DE SUBPARTIDA 1 DE ESTE CAPITULO.	15.810.759,09

14	440839 -- HOJAS DE MADERAS TROPICALES, PARA CHAPADO Y CONTRACHAPADO (INCLUSO UNIDAS) Y DEMAS MADERA ASERRADA LONGITUDINALMENTE, CORTADA O DESENROLLADA, INCLUSO CEPILLADA, LIJADA O UNIDA POR ENTALLADURAS MULTIPLES, ESPESOR INFERIOR O IGUAL A 6 MM.	14.852.822,34
15	440910 -- MADERA DE CONIFERAS (INCLUIDAS LAS TABLILLAS Y FRISOS PARA PARQUES, SIN ENSAMBLAR) PERFILADA LONGITUDINALMENTE (CON LENGUETAS, RANURAS, REBAJES, ACANALADOS, BISELADOS, CON JUNTAS EN V, MOLDURADOS, REDONDEADOS O SIMILARES)	14.367.261,33
SUBTOTAL		**416.134.954,19**

- **Principales manufacturas de madera importadas (unidades de €)**

Nº	**Producto**	**AÑO 2004 1º y 2º cuatrimestre**
1	440710 -- MADERA DE CONIFERAS, ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE, CORTADA O DESENROLLADA, INCLUSO CEPILLADA, LIJADA O UNIDA POR ENTALLADURAS MULTIPLES, DE ESPESOR SUPERIOR A 6 MM.	252.344.052,18
2	440729 -- MADERAS TROPICALES, ASERRADAS O DESBASTADAS LONGITUDINALMENTE, CORTADAS O DESENROLLADAS, INCLUSO CEPILLADAS, LIJADAS O UNIDAS POR ENTALLADURAS MULTIPLES, DE ESPESOR SUPERIOR A 6 MM.	87.796.571,24
3	440890 -- HOJAS DE MADERA PARA CHAPADO Y CONTRACHAPADO (INCLUSO UNIDAS) Y DEMAS MADERA ASERRADA LONGITUDINALMENTE, CORTADA O DESENROLLADA, INCLUSO CEPILLADA, LIJADA O UNIDAS POR ENTALLADURAS MULTIPLES, DE ESPESOR INFERIOR O IGUAL A 6 MM	79.489.083,65
4	440791 -- MADERA DE ROBLE (QUERCUS SPP.), ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE, CORTADA O DESENROLLADA, INCLUSO CEPILLADA, LIJADA O UNIDA POR ENTALLADURAS MULTIPLES, DE ESPESOR SUPERIOR A 6 MM.	77.229.479,41
5	440799 -- MADERA ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE, CORTADA O DESENROLLADA, INCLUSO CEPILLADA, LIJADA O UNIDA POR ENTALLADURAS MULTIPLES, DE ESPESOR SUPERIOR A 6 MM.	59.872.403,53
6	441830 -- TABLEROS PARA PARQUES, DE MADERA	58.178.019,99
7	440399 -- MADERA EN BRUTO, INCLUSO DESCORTEZADA, DESALBURADA O ESCUADRADA (EXCEPTO LA TRATADA CON PINTURA, CREOSOTA U OTROS AGENTES DE CONSERVACION; DE CONIFERAS; DE MADERAS TROPICALES; DE ROBLE (QUERCUS SPP.) Y DE HAYA (FAGUS SPP.).	50.205.482,49
8	442190 -- LAS DEMAS MANUFACTURAS DE MADERA (EXCEPTO PERCHAS PARA PRENDAS DE VESTIR).	46.229.396,32
9	441119 -- TABLEROS DE FIBRA DE MADERA U OTRAS MATERIAS LEÑOSAS, CON UNA MASA VOLUMICA SUPERIOR A 0,8 G/CM3, INCLUSO AGLOMERADOS CON RESINAS U OTROS AGLUTINANTES ORGANICOS, (EXCEPTO SIN TRABAJO MECANICO NI RECUBRIMIENTO DE SUPERFICIE).	42.956.485,83

10	440920 -- MADERA, QUE NO SEA DE CONIFERAS, (INCLUIDAS LAS TABLILLAS Y FRISOS PARA PARQUES, SIN ENSAMBLAR) PERFILADA LONGITUDINALMENTE (CON LENGUETAS, RANURAS, REBAJES, ACANALADOS, BISELADOS, CON JUNTAS EN V, MOLDURADOS, REDONDEADOS O SIMILARES)	42.458.100,48
11	441121 -- TABLEROS DE FIBRA DE MADERA U OTRAS MATERIAS LEÑOSAS, CON UNA MASA VOLUMICA SUPERIOR A 0,5 G/CM3, PERO INFERIOR O IGUAL A 0,8 G/CM3, INCLUSO AGLOMERADOS CON RESINAS U OTROS AGLUTINANTES ORGANICOS, SIN TRABAJO MECANICO NI RECUBRIMIENTO DE SUPERFICIE	37.444.347,18
12	441890 -- OBRAS Y PIEZAS DE CARPINTERIA PARA CONSTRUCCIONES, INCLUIDOS LOS TABLEROS CELULARES, DE MADERA (EXCEPTO VENTANAS, BALCONES Y SUS MARCOS; PUERTAS Y SUS MARCOS, Y UMBRALES; TABLEROS PARA PARQUES; ENCOFRADOS PARA HORMIGON; Y TEJAS Y RIPIA).	36.281.298,87
13	441032 -- TABLEROS DE PARTICULAS Y TABLEROS SIMILARES DE MADERA, RECUBIERTOSEN LA SUPERFICIE CON PAPEL IMPREGNADO DE MELAMINA, INCLUSO AGLOMERADOS CON RESINA U OTROS AGLUTINANTES ORGANICOS.	35.447.686,81
14	440320 -- MADERA EN BRUTO, DE CONIFERAS, INCLUSO DESCORTEZADA, DESALBURADA O ESCUADRADA (EXCEPTO TRATADA CON PINTURA, CREOSOTA U OTROS AGENTES DE CONSERVACION).	34.224.703,40
15	440792 -- MADERA DE HAYA (FAGUS SPP.), ASERRADA O DESBASTADA LONGITUDINALMENTE, CORTADA O DESENROLLADA, INCLUSO CEPILLADA, LIJADA O UNIDA POR ENTALLADURAS MULTIPLES, DE ESPESOR SUPERIOR A 6 MM.	33.389.294,96
SUBTOTAL		**973.546.406,34**

ANIEME

INFORME ENERO - SEPTIEMBRE 2004
COMERCIO EXTERIOR MUEBLE ESPAÑOL

ANÁLISIS RESULTADOS ENERO-SEPTIEMBRE 2004

⇒ *Enero-Septiembre'04: la exportación de mueble español disminuyó en un -1,1%*

Durante los nueve primeros meses del año 2004, las ventas al exterior del mueble español han alcanzado la cifra de **1.080.591'5 miles de euros**, cifra que ha supuesto un descenso del **-1'1%** respecto al volumen registrado en el mismo período del ejercicio 2003.

	2003	**2004**	**Δ% 04/03**
Enero	97.645,1	100.492'3	2'9%
Febrero	134.958,0	122.516'3	-9'2%
Marzo	145.375,6	133.755'4	-8'0%
Abril	127.248,0	128.782'9	1'2%
Mayo	130.185'8	124.955'2	-4'0%
Junio	130.799'4	127.094'2	-2'8%
Julio	136.393'5	138.453'0	1'5%
Agosto	79.401'7	91.945'2	15'8%
Septiembre	111.049'4	112.597'1	1'4%
Ene-Sept.	**1.093.056'5**	**1.080.591'5**	**-1'1%**

* Cifras facilitadas en miles de euros FUENTE: ESTACOM

⇒ *Enero-Septiembre'04: la importación de mueble español se incrementa en un 21'7%*

La **importación** de muebles en nuestro país continúa con la tendencia alcista que viene registrando en los últimos años. Así, durante los **nueve primeros meses del año 2004,** España importó muebles por valor de **1.352.379'5 miles de euros** frente a los 1.111.119'6 miles de euros importados en el mismo periodo de 2003, cifra que representa un incremento del **21'7%.**

Con estos datos, tenemos que el **saldo de la balanza sectorial** arroja un déficit de **– 271.788'0 miles de euros** situándose la **tasa de cobertura** en un **79'9%.**

Ranking de países. Importación España

	ENE- SEPTIEMBRE 2004	% sobre total	CRECIMIENTO
Italia	226.084'3	16'7%	12'3%
Francia	224.832'2	16'6%	15'3%
China	185.691'5	13'7%	35'9%
Alemania	178.914'5	13'2%	40'4%
Portugal	135.359'0	10'0%	36'6%
Indonesia	66.912'3	4'9%	-0'1%
Polonia	31.881'3	2'4%	54'3%
Vietnam	30.106'7	2'2%	46'5%
Reino Unido	23.297'5	1'7%	-19'8%
Bélgica	21.204'5	1'6%	-20'9%

*Miles de euros FUENTE: ESTACOM

Como se puede observar en el cuadro anterior, Italia, Francia, China y Alemania son los principales países origen de nuestras importaciones, totalizando el 60'2% de las mismas. Durante el periodo enero-septiembre del año 2004 se han importado muebles por valor de 226.084'3 miles de euros de Italia, 224.832'2 miles de euros de Francia, 185.691'5 miles de euros de China y 178.914'5 miles de euros de Alemania. A continuación y en este ranking de origen de la importación española de mobiliario le siguen por este orden Portugal e Indonesia.

⇒ ***Enero – Septiembre'04: Principales destinos de nuestras exportaciones***

Francia, Portugal, Reino Unido, Alemania, e Italia están a la cabeza de los principales destinos de las exportaciones españolas de mobiliario.

El mercado francés ha importado entre enero y septiembre de 2004 mueble español por valor de 333.409'8 miles de euros; cifra que representa un 30,9% sobre el total de la exportación española en ese periodo. El crecimiento de la exportación española a Francia en estos 9 meses ha sido de un 6'2% lo que afianza a este país en la primera posición del ranking de países destino de la exportación española de muebles.

Portugal se mantiene como segundo país consumidor de mueble español con un volumen de compras de 158.283'3 miles de euros en el periodo referido, cifra que ha supuesto un ligero descenso del -0'1%.

Por su parte, Reino Unido con un volumen de importación de mueble español por valor de 74.370'7 miles de euros se consolida en el tercer puesto del ranking, seguido de Alemania, Italia y EE.UU. por este orden.

Ranking de países. Exportación España

	Ene-Sept. 2004	% sobre total	Crecimiento
Francia	333.409'8	30'9%	6'2%
Portugal	158.283'3	14'6%	-0'1%
Reino Unido	74.370'7	6'9%	-4'4%
Alemania	60.863'5	5'6%	-20'0%
Italia	56.543'6	5'2%	2'9%
Estados Unidos	47.799'6	4'4%	5'5%
Rusia	32.981'1	3'1%	0'8%
Bélgica	29.680'8	2'7%	3'1%
Países Bajos	26.136'2	2'4%	-8'4%
México	20.500'1	1'9%	3'7%

* Miles de euros FUENTE: ESTACOM

Enero-Septiembre'04: Resultados Exportación de Muebles por Comunidades Autónomas

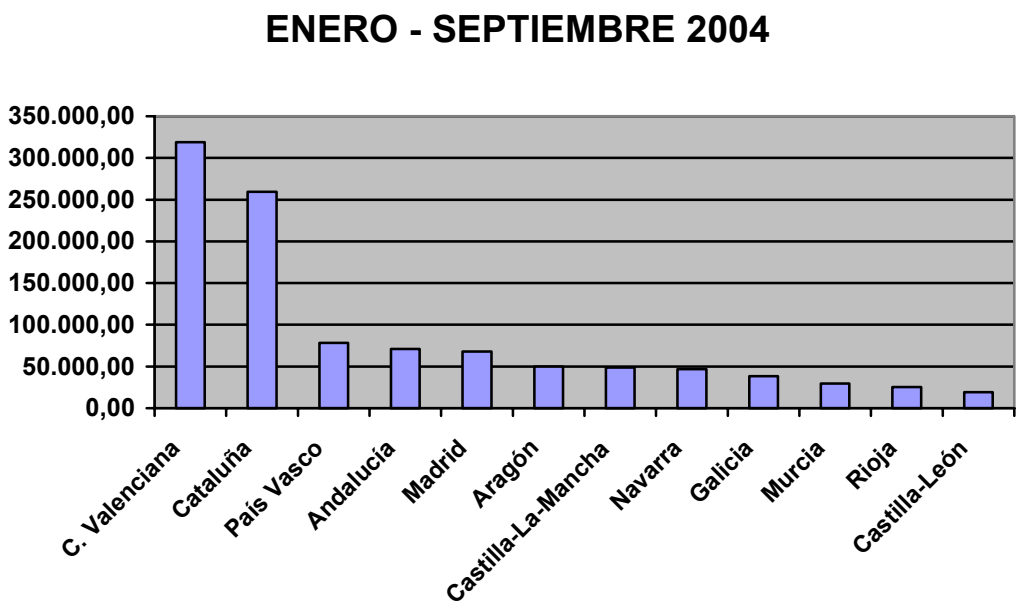
Según los datos facilitados por la base de datos ESTACOM, la Comunidad Valenciana sigue liderando, -en lo que a volumen se refiere-, la exportación española de mobiliario. Así, la cifra de exportación alcanzada por la Comunidad Valenciana durante el período enero-septiembre de 2004 fue de 319.008'2 miles de euros, lo que supone un descenso del –4'5% con respecto al mismo periodo del año 2003.

A destacar que entre la Comunidad Valenciana y Cataluña suman el 53'5% de exportaciones sobre el total nacional con lo que, a pesar de la atomización del sector, la exportación está muy concentrada.

	Enero-Sept. 2004*	% sobre total	Crecimiento
C. Valenciana	319.008'2	29'5%	-4'5%
Cataluña	259.516'6	24'0%	14'6%
País Vasco	78.109'3	7'2%	-5'0%
Andalucía	71.022'9	6'6%	8'9%
Madrid	67.938'9	6'3%	-16'4%
Aragón	49.864'9	4'6%	-5'7%
Castilla-La-Mancha	48.917'6	4'5%	-12'1%
Navarra	46.970'0	4'3%	1'0%
Galicia	38.428'0	3'6%	-14'6%
Murcia	29.592'4	2'7%	-18'8%
Rioja	25.712'3	2'4%	-8'4%
Castilla-León	19.257'6	1'8%	-10'0%
Baleares	7.824'7	0'7%	105'6%
Extremadura	4.958'8	0'5%	-6'6%
Asturias	2.322'5	0'2%	-30'2%
Cantabria	533'7	0'0%	-13'5%

* Miles de euros FUENTE: ESTACOM

Gráficamente :



* Datos facilitados en miles de euros Fuente: ESTACOM

ANEXO V

EMPRESAS PARTICIPANTES EN MEDIO AMBIENTE

ANEXO VI

EMPRESAS PARTICIPANTES EN FERIAS

EMPRESAS PARTICIPANTES EN FERIAS EN EL EXTRANJERO 2004

EMPRESA	FERIA
ARTE DYS ,S.L	Feria de Paris
ARTY MOLD. Gª E HIJOS MOLDURAS GOYA MOLDURERA TOLEDANA ARTE 2	Saca Quadrum
TOP FORM HERRAJES PALENCIA	Zow Bad
MEKA BLOCK	Colonia
TOP FORM	Zow Moscu
ARTEVI, S.A.	. Windows and Doors Moscú . Self Build enBirmingan . Tektonica en Lisboa

EMPRESAS PARTICIPANTES EN FERIAS EN EL EXTRANJERO 1º TRIMESTR 2005

EMPRESA	FERIA
ARTE DYS ,S.L	Feria de Paris
ARTY MOLD. Gª E HIJOS MOLDURAS GOYA MOLDURERA TOLEDANA ARTE 2	Saca Quadrum
TOP FORM HERRAJES PALENCIA	Zow Bad
MEKA BLOCK	EXPOCOMER de Panamá

EMPRESAS PARTICIPANTES EN LA FERIA DE MADRID 2004

ANFE, S.L.
M.LANCHA,
SOMIERES MARPE
MUEBLES LINARES
GRUPO R.C.R.
ARTE DYS XXI
MUEBLES LA SOLEDAD
ELBEMA
ANTONIO MORALEDA
DIAZ SANTA CRUZ

EMPRESAS PARTICIPANTES EN LA FERIA DE VALENCIA 2004

ANFE, S.L.
M.LANCHA,
MARKTEX
NAVAMOBEL
GRUPO R.C.R.
ERIADOR
ARTE DYS XXI
INDUSTRIAS TAGAR
CASADALBA
LOPEZ Y ORGAZ
FABIAN GOMEZ GIRON
MEKA BLOCK. S.A.

EMPRESAS PARTICIPANTES EN OTRAS FERIA 2004

EMPRESA	FERIA
RCR	**MOBILIARIA SEVILLA** **FERIA DE MALAGA**
ARTEVI	**SALON INMOBILIARIO DE MADRID**
TOP FORM HERRAJES PALENCIA	**ZOW MADRID**
RUIZ LOPEZ	**EXPO OCIO**
SAN RAFAEL DIMARA STYL BAÑO XXI	**CONSTRUTEC DE MADRID**

EMPRESAS PARTICIPANTES EN OTRAS FERIA 2005- 1º TRIMESTRE

EMPRESA	FERIA
MOLD INDUSTRIAL	**ARTECUADRO 2005**
MUEBLES NAVAMUEL	**CEVISAMA 2005**
TALLERES RUIZ LÓPEZ	**EXPO OCIO 2005**

ANEXO VII

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- **Contrato programa para la formación continua 2004-2005, Confemadera- AEMCM**
- **Plan e formación nuevas tecnologías dentro del programa "Forintel"**
- **Cursos de formación FEDETO**

CONTRATO PROGRAMA PARA LA FORMACIÓN CONTINUA 2004-2005 CONFEMADERA-A.E.M.C.M

- Financiado por FORCEM
- Cursos para trabajadores ocupados

Media	Inglés Intermedio	Distancia	206
Media	Inglés Avanzado	Distancia	206
Media	Inglés Negocios	Distancia	206
Máxima	ECDL	Distancia	83
Máxima	Microsoft Access	Distancia	93
Máxima	Microsoft Excel	Distancia	93
Máxima	Microsoft Word	Distancia	93
Máxima	Microsoft Outlook	Distancia	93
Máxima	Secado de madera (manual y automático)	Presencial	26
Máxima	Técnicas de barnizado	Presencial	46
Máxima	Propiedades de la madera	Presencial	26
Máxima	Prevención frente a la contaminación acústica	Distancia	13
Máxima	Manipulación manual de cargas	Distancia	13
Máxima	Trabajos con pantallas de visualización de datos	Distancia	13
Máxima	Prevención de riesgos en trabajos de carpintería	Distancia	13
Máxima	Prevención de Riesgos Laborales en la Empresa	Distancia	53
Máxima	Prevención de riesgos en el manejo de carretillas	Presencial	31
Máxima	Técnico Superior en Prevención de Riesgos Laborales	Distancia	603
Máxima	Gestión de residuos en el Sector de la Madera y del Mueble	Presencial	26
Máxima	Introducción a Microsoft Office	Presencial	23
Máxima	Perfeccionamiento de Microsoft Office	Presencial	23
Máxima	Actualización de Microsoft Office	Presencial	23
Media	Introducción al Marketing	Distancia	56
Media	Análisis, descripción y valoración de puestos de trabajo	Distancia	56
Media	Control Numérico en la Industria de la Madera	Presencial	26
Máxima	ContaPlus	Distancia	53
Media	Calidad y Atención al Cliente: Atender las Reclamaciones	Distancia	63
Media	Calidad y Atención al Cliente: Introducción	Distancia	63
Media	Calidad y Atención al Cliente: El Tratamiento	Distancia	63
Media	Aplicador de productos plaguicidas. Nivel básico	Presencial	27
Media	Aplicador de plaguicidas de uso ambiental y en la industria alimentaria. Nivel avanzado	Presencial	66
Máxima	Diseño gráfico informatizado asistido por ordenador. Autocad	Presencial	48

Media	Barnices y pinturas en la industria del mueble	Presencial	26
Máxima	Montaje de muebles	Presencial	46
Máxima	Diseño de páginas Web. Nivel I	Presencial	23
Máxima	Diseño de páginas Web. Nivel II	Presencial	23
Máxima	Windows 2000 Professional Fundamentos	Distancia	33
Máxima	Windows 2000 Professional Avanzado	Distancia	33
Máxima	Internet	Distancia	53
Máxima	Gestión de la Calidad. Normas ISO 9000/2000. Nivel I	Presencial	23
Máxima	Gestión de la Calidad. Normas ISO 9000/2000. Nivel II	Presencial	23

PLAN DE FORMACION NUEVAS TECNOLOGIAS DENTRO DEL PROGRAMA "FORINTEL"

- Cursos financiados por el Fondo Social Europeo y el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Destinatarios todo tipo de participantes relacionados con el sector.

OFERTA FORMATIVA

CURSO	DURACIÓN (HORAS)	MODALIDAD PRESENCIAL	MODALIDAD MIXTA (3 HORAS PRESENCIALES)
Tratamiento de textos	25	SI	SI
Hoja de calculo	25	SI	SI
Base de Datos	25	SI	SI
Presentaciones	25	SI	SI
Redes e Internet	15	SI	NO
Telemarketing	25	SI	SI
Comercio Electrónico	30 (25)	SI	SI
NT (RR:HH)	25	SI	NO
NT (Laboral)	25	SI	NO
Formación Direct. TIC	25	NO	SI

En la modalidad presencial el curso de Correo electrónico es de 30 horas y para la modalidad mixta 25 horas

ANEXO VIII

EMPRESAS PARTICIPANTES EN SERVICOS TECNOLÓGICOS Y EN PROYECTOS EN COLABORACIÓN CON EL CTM

RELACIÓN DE EMPRESAS RECEPTORAS DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS DESDE EL C.T.M.

COLECTIVOS:

A.E.M.C.M. (indirectamente 300/2600 empresas)

EMPRESAS:

BRICOBLOCK, S.A.

MADERAS SAN RAFAEL, S.A

PUERTAS DAYFOR, S.L.,

DERMACO, S.A.

DOCAVI, S.A.

ARTEVI, S.A.

PROMA, S.A.

VISEL PUERTAS, S.A.

RECUBRIMIENTOS PLASTICOS, S.A.

ARTEMA PUERTAS, S.A.L.

BARMOVI, S.A.L.

EUROPFORM, S.A.

MUEBLES NAVAMUEL, S.L.

TOPFORM, S.A.

UNIARTE, S.A.

RELACIÓN DE EMPRESAS PARTICIPANTES EN PROYECTOS

***PROYECTO SIBELIUS**: EMPRESAS PARTICIPANTES EN MEDIOAMBIENTE*

***PROYECTO SECADO:** ORO VERDE, Y TABLEROS LOSAL*

***PROYECTO EUROPUERTAS:** DERMACO, S.A., VISEL, S.A., PORMA, S.A., ARTEMA, S.A.L., BRICO BLOCK, S.A., UNIARTE, S.A., ARTEVI, S.A, MADERAS SAN RAFAEL, S.A, Y BARMOVI, S.A*

ANEXO IX

CONVENIO LABORAL