PLAN INTERNACIONALIZACIÓN AEMCM 2004
SECTOR MUEBLE CASTILLA - LA MANCHA

1. CONOCIMIENTO GENERAL DEL SECTOR

- **Visita** por parte del personal de ANIEME de las empresas asociadas a AEMCM con vocación exportadora más representativas, tanto de mobiliario de hogar como de cocina, con el fin de obtener un mayor conocimiento de la industria y del producto fabricado en Castilla - La Mancha.

- Obtención de información específica sobre las necesidades concretas de las empresas del sector del mueble de Castilla - La Mancha a través del envío de un **cuestionario**. Conocimiento del grado de experiencia de los fabricantes de esta región en lo que a la exportación se refiere, de los principales mercados de exportación en los que están interesados y de la implicación de las empresas en la internacionalización de sus productos (experiencia internacional, recursos humanos, recursos financieros, adaptación del producto, etc.).

2. ACCIONES INCLUIDAS EN EL PLAN SECTORIAL ANIEME 2004

Entre las actividades previstas en el Plan Sectorial de ANIEME para el año 2004, aquéllas en las que la demanda del país podría coincidir con el tipo de mobiliario elaborado en Castilla - La Mancha y en las que, por consiguiente, podrían fomentarse sus exportaciones son las siguientes:

- **Misión Comercial CHIPRE, LÍBANO y JORDANIA**. Prevista del 29 de marzo al 7 de abril de 2004, esta Misión Comercial va dirigida a fabricantes de mobiliario de hogar. ANIEME, en colaboración con las Oficinas Comerciales correspondientes, se encarga de la elaboración de los programas de entrevistas entre fabricantes españoles e importadores

y distribuidores locales y organiza el desplazamiento en grupo a estos países.

Con anterioridad a este desplazamiento y concretamente durante los días 23 al 31 de enero de 2004, se realizará un estudio "in situ", por parte de personal de ANIEME, en el que se analizará la situación general del sector del mueble en los países antes mencionados, haciendo especial hincapié en la demanda local de mobiliario. De esta manera, y una vez finalizado el viaje, se elabora un informe en el que se incluye toda la información obtenida de las diferentes empresas entrevistadas (tipo de producto que comercializa, gama de precio, estilo, origen de las importaciones, empresas con las que trabaja, medios de pago, ferias que visita, ...), con el fin de poder ofrecer información actualizada y lo más veraz posible a las empresas participantes en la posterior Misión Comercial.

- **Encuentro de Representantes HOLANDA**. Se celebrará durante el mes de mayo de 2004 y tiene como objetivo entrevistarse con los agentes holandeses del sector del mueble interesados en representar el mobiliario fabricado por los empresarios de Castilla - La Mancha en su zona de influencia. Tras estudios previos realizados por ANIEME en este país, se ha observado que en el mercado holandés los agentes comerciales constituyen el principal canal en lo que a la distribución del mueble se refiere. Así pues, en estos encuentros se pretende poner en contacto a los fabricantes de Castilla - La Mancha con aquellos agentes interesados en ampliar su cartera de productos con el mobiliario por ellos elaborado.

  Señalar, por último, que este tipo de encuentros se lleva a cabo en salones previamente reservados en hoteles del país en cuestión y tienen un día o dos de duración. En esta ocasión, Amsterdam, capital holandesa, será la ciudad en la que se llevará a cabo esta acción de promoción.

- **Plan Hábitat**. El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), en colaboración con las Asociaciones Sectoriales implicadas, va a llevar a cabo el Plan Hábitat cuyas acciones se ejecutarán durante el periodo 2003-2006. El Plan Hábitat va dirigido a los sectores relacionados con el equipamiento del hogar y la decoración (mobiliario, pavimentos cerámicos, textiles para el hogar, artículos de iluminación, equipos de climatización, entre otros), y tiene como principal objetivo crear una imagen del Hábitat Español en el exterior y reforzar el posicionamiento de las empresas españolas a nivel internacional.

  El citado Plan va dirigido a dos tipo de mercados objetivo. Por una parte, mercados considerados "de oportunidad" como sería el caso de la Federación Rusa, México o China y, por otra parte, mercados maduros como Estados Unidos, Canadá, Australia y el sudeste asiático (Honk-Kong, Singapur, Taiwán), adoptándose en cada caso acciones específicas de promoción.

  La primera acción desarrollada dentro de este Plan ha sido la Expohábitat realizada en Moscú en junio de 2003, gran exposición en la que se han dado cita un importante número de empresas españolas.

  Continuando con esta acción y dentro del Plan Hábitat, está previsto llevar a cabo la realización de seminarios y jornadas técnicas, encuentros empresariales, celebración de exposiciones, organización de Misiones Inversas de periodistas y compradores extranjeros, creación de un portal electrónico sobre el hábitat español, organización de Pabellones Oficiales y participaciones agrupadas en ferias internacionales, promociones en punto de venta, creación de una base de datos de agentes comerciales, organización de Misiones Comerciales, desarrollo de una estrategia integral dirigida al canal de las instalaciones (contract), elaboración de un plan de comunicación y la celebración de una nueva gran exposición de productos para el hábitat (EXPOHÁBITAT) prevista para el año 2005 en la región sur de China o en México.

Asimismo, y con el fin de colaborar en el desarrollo y organización de las acciones incluidas en el Plan, el ICEX ha destacado 10 becarios en las Oficinas Económicas y Comerciales de aquellos países involucrados en el mismo: Alemania, Francia, Reino Unido, China, Honk-Kong, Rusia, Japón, México y Estados Unidos (2).

Las empresas de Castilla - La Mancha pueden formar parte del citado Plan Hábitat y beneficiarse de todas las acciones de promoción exterior que se van a ejecutar hasta el año 2006.

- **Encuentro de Representantes ALEMANIA**. Desde 1998 ANIEME ha venido organizando encuentros entre agentes comerciales alemanes y fabricantes españoles de mobiliario en diferentes ciudades del país (Hamburgo, Colonia, etc.). Como en el caso de Holanda, en el mercado alemán destaca la figura del agente comercial en lo que a la distribución del mueble se refiere de ahí que se centren en ellos las acciones de promoción desarrolladas en este país.

  En el año 2004 el encuentro de representantes que tendrá lugar en Alemania se ha incluido como una acción específica dentro del Plan Hábitat 2003-2006. Se llevará a cabo el día 10 de mayo de 2004 en la ciudad de Berlín.

- **Misiones Inversas de Importadores Mueble de Cocina**. Durante el año 2004 se van a realizar diferentes Misiones Inversas de Importadores de mobiliario de cocina procedentes de Alemania (9-13 febrero), Polonia y Hungría (3-7 de mayo), Rusia y Ucrania (31 mayo - 4 de junio), Reino Unido (28 junio - 2 de julio) y Emiratos Árabes Unidos (13-17 septiembre).

En este tipo de acciones son los propios importadores extranjeros los que se desplazarían a Castilla - La Mancha con el fin de conocer in situ la oferta de mobiliario de cocina de esta región.

Así pues, ANIEME, en colaboración con las Oficinas Comerciales de los países en cuestión, se encargaría de la selección de los importadores extranjeros cuyo perfil más se ajusta al producto elaborado por los fabricantes de Castilla - La Mancha. Organiza su desplazamiento en lo que a billete de avión, hoteles y logística en general se refiere y les organiza una agenda de visitas en función de la demanda de los importadores (tipo de mueble, estilo, gama de precio). Asimismo, personal de ANIEME se encarga de acompañar a los importadores en su desplazamiento por la Comunidad y de hacer el oportuno seguimiento de los resultados de esta acción.

3. ACCIONES PROMOCIONALES ESPECÍFICAS AEMCM 2004

De cara a iniciar un Plan de Promoción dirigido específicamente a potenciar la presencia del mueble elaborado en Castilla - La Mancha en el exterior, las acciones que consideramos serían más oportunas serían las siguientes:

- **Misión Comercial PORTUGAL**. Como en el caso de Chipre, Líbano y Jordania mencionado anteriormente, el objetivo de esta acción de promoción consiste en organizar, a los fabricantes de Castilla - La Mancha interesados, un programa de entrevistas con los importadores, agentes y puntos de venta situados en las ciudades de Lisboa y Oporto. Portugal, dada su proximidad geográfica, puede resultar un primer paso atrayente para aquellas empresas que se inicien en la exportación.

- **Misión Comercial IRLANDA**. Tras un reciente estudio elaborado por ANIEME, se han detectado contactos en este país que podrían ser de interés para los fabricantes de mobiliario de la comunidad de Castilla - La Mancha. Así pues, la acción consistiría en mantener entrevistas con todos ellos y darles a conocer la oferta de muebles elaborada en esta región. En esta ocasión, la ciudad en la que se centraría esta actividad sería Dublín.

- **Misión Comercial FRANCIA/BÉLGICA**. Por las características de estos mercados en los que existe una importante demanda de mueble de madera maciza y estilo rústico, ambos países pueden ser considerados de importancia de cara a la internacionalización de las empresas fabricantes de muebles en Castilla - La Mancha.

Todas estas acciones definidas específicamente para el Plan de Promoción de AEMCM a lo largo de 2004, son una propuesta inicial y tendrían que revisarse una vez se obtengan los resultados de los cuestionarios remitidos a las empresas del sector del mueble de Castilla - La Mancha. Así pues, los destinos y acciones podrían mantenerse, ampliarse o añadir nuevas en función de las necesidades y comentarios de los fabricantes. Las fechas deberán fijarse, asimismo, de forma conjunta.

4. CONSULTORÍA

- En colaboración con la Universidad de Toledo, elaboración de un **informe** en el que se efectúe un análisis exhaustivo del sector del mueble de hogar y cocina en Castilla - La Mancha, diagnosticando sus principales oportunidades, puntos fuertes y débiles, retos y posibilidades de mejora de cara a fomentar la exportación de los muebles elaborados en esta Comunidad Autónoma.

5. FORMACIÓN, ASESORAMIENTO E INFORMACIÓN

- Organización y celebración de **Seminarios y charlas informativas** sobre temas de actualidad e interés general dirigidos a los fabricantes de mobiliario de esta Comunidad:
  - Canales de distribución
  - Principales mercados de exportación
  - Situación mundial
  - Problemas relacionados con las copias
  - Información sobre ferias, ...

  El calendario de fechas y ciudades en las que se celebrarían estas jornadas se concretarían de manera conjunta.

- Realización, por parte de personal de ANIEME, de un **informe trimestral** con los datos más significativos relativos a la evolución del comercio exterior del sector del mueble en Castilla - La Mancha (volumen de importaciones, exportaciones, balanza comercial, principales destinos de exportación, etc.).

- Colaboración en la formación de un **becario** de AEMCM que se especialice en la promoción en el exterior del mobiliario de esta Comunidad. Apoyo en la organización y desarrollo de las acciones incluidas en el Plan de Promoción AEMCM.