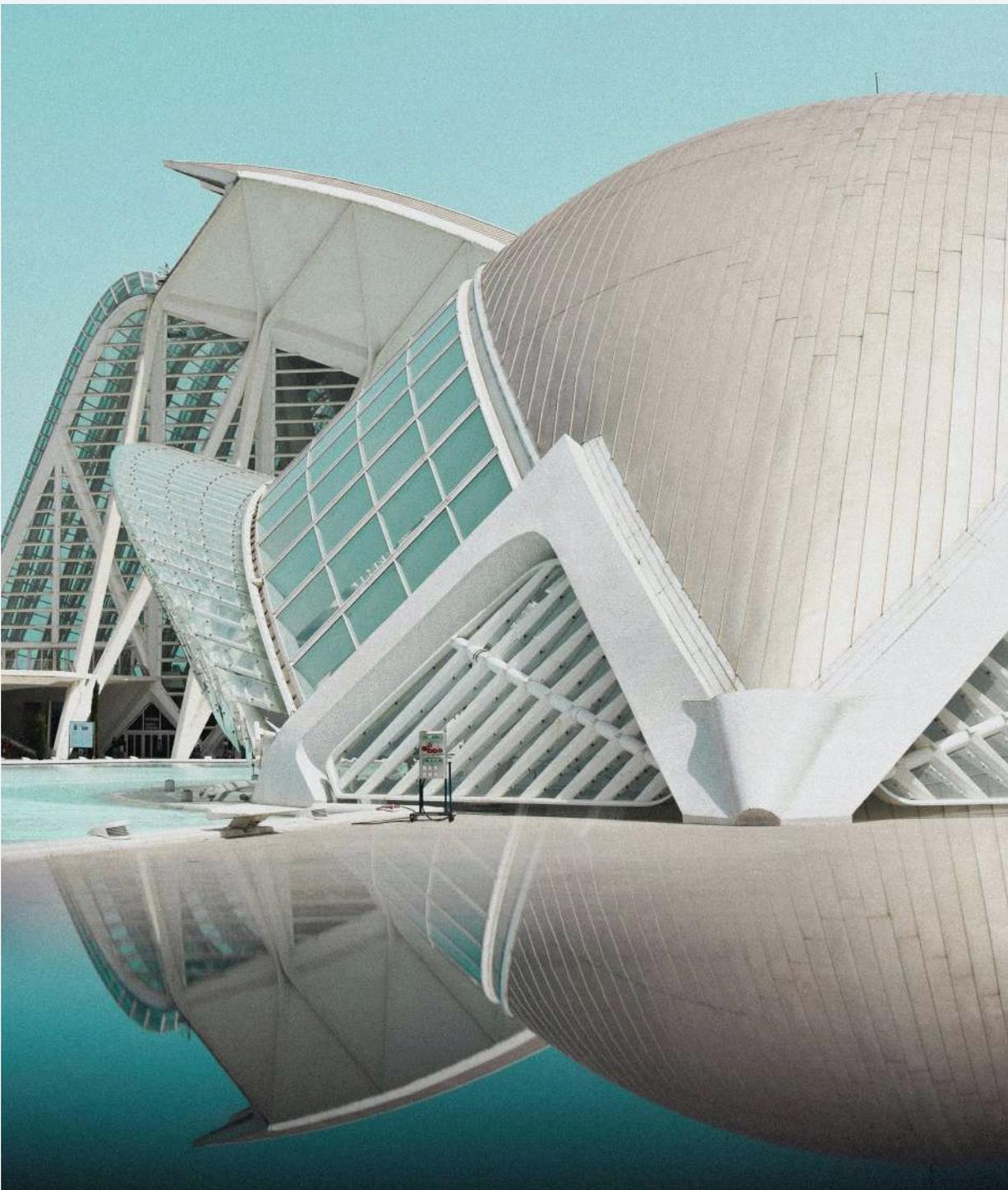
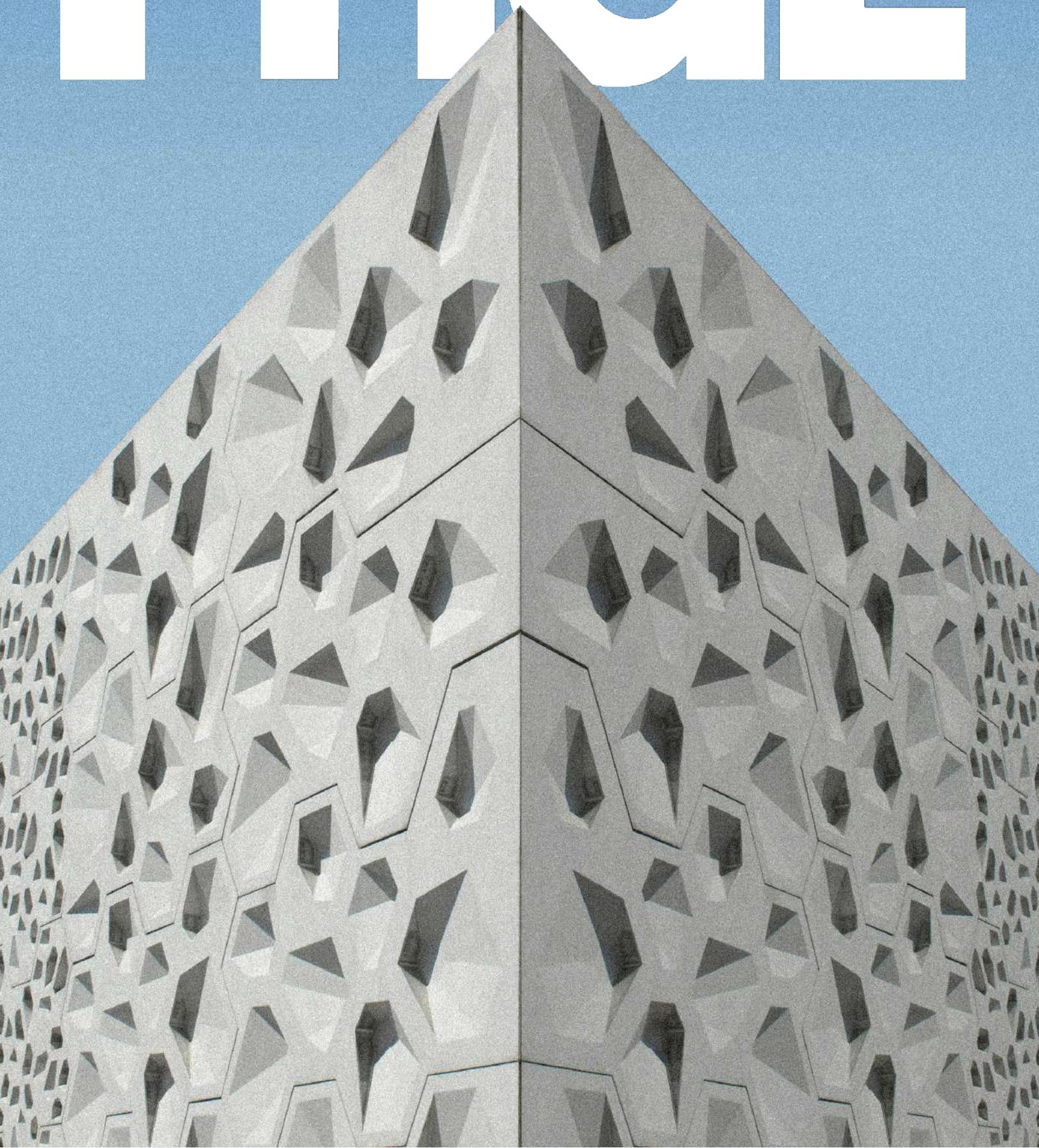


20
23



MED Hábitat

Fhodie



Anuario 2023

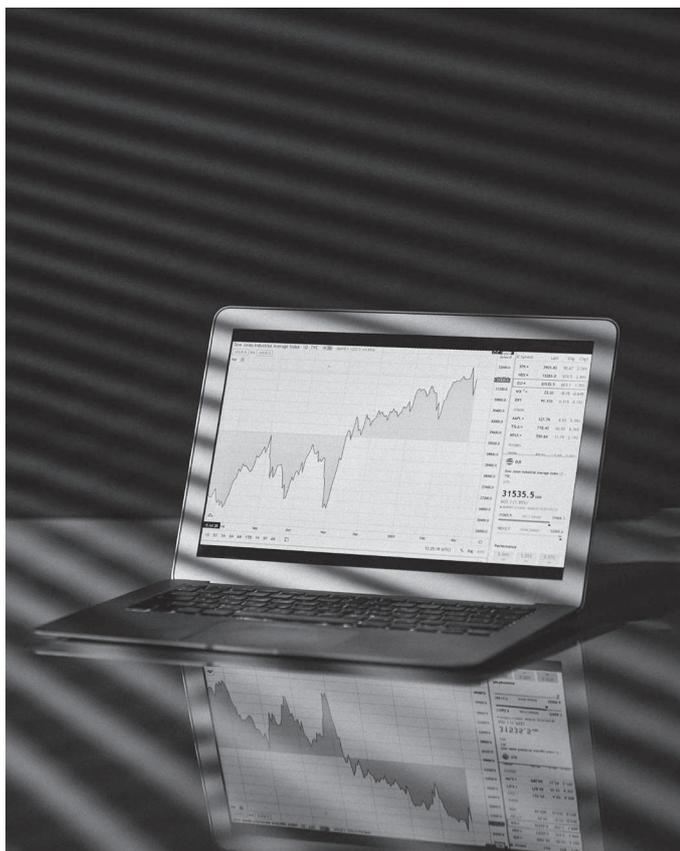
La Industria Española del Hábitat sigue haciendo enormes esfuerzos para ganar en imagen, prestigio, innovación, productividad y, en definitiva, en competitividad internacional. Este Anuario 2023 así lo atestigua. Siguen siendo, sin embargo, muchos los retos actuales a los que se enfrenta. Nuevamente, desde los generales asociados a los incrementos en los costes energéticos, materias primas, componentes y transporte con impacto sobre la inflación y los mercados, hasta los propios retos asociados a la industrialización europea basados en el refuerzo de la seguridad de las cadenas de suministro, la descarbonización de la economía, las economías circulares y la digitalización y, en particular, a la rápida extensión de la IA Generativa. Y, todo ello, en un momento en el que la Industria europea se enfrenta a una nueva recesión con la demanda en retroceso, con unos costos logísticos y de producción en aumento, con una mayor presión en los precios por los excesos de capacidad productiva en el Sureste Asiático -y, en especial, en China- y con las mayores facilidades de inversión en Norteamérica -especialmente en EE.UU. desde la aprobación de la Ley de Reducción de la Inflación (IRA)- por su enorme atractivo financiero combinado con menores costes energéticos. Es, pues, de una enorme importancia que la próxima Comisión Europea impulse un amplio Pacto por la Industria para elevar su competitividad como prioridad estratégica que, a su vez, complemente, reordene o matice el Pacto Verde Europeo. Lo que supondría, en definitiva, repensarse las actuales políticas europeas en materia industrial. Una futura Ley de Industria Española debería recoger estas amplias consideraciones.

Y, por otra parte, resulta enormemente conveniente enfocar nuestros retos futuros en el marco de nuestros principales ecosistemas. Como el que constituye la Arquitectura, la Edificación y el Hábitat para nuestra Industria. Es, alrededor de ese Ecosistema, desde el que se van a poder afrontar con soluciones responsables, integrales y holísticas -con visión 360º con las personas en su centro- los retos de esta primera mitad de Siglo XXI sobre la accesibilidad, habitabilidad, funcionalidad y sostenibilidad de las viviendas, los centros de trabajo y otros espacios colectivos. La Industria Española del Hábitat debe contribuir -sin duda alguna- a estas soluciones.

01. Introducción



02. Prólogo



03. Casos de éxito

04. Innovación, digitalización y sostenibilidad

Pág 22. Habitar, resiliencia y cambio

Pág 24. La Inteligencia Artificial era esto

Pág 26. Responsabilidad Apliada del Productor

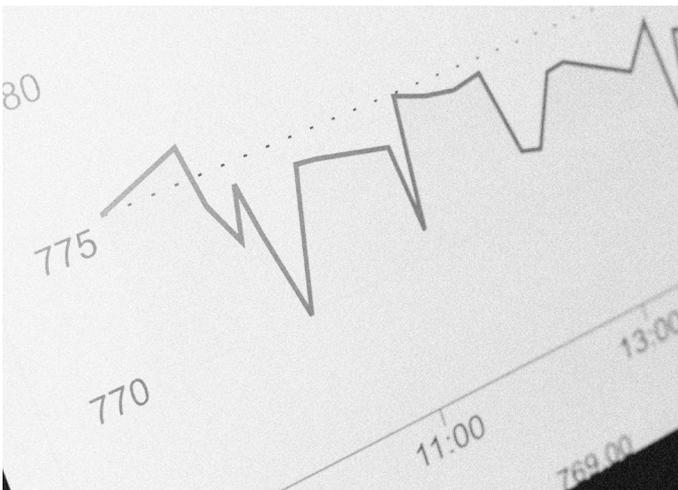


05. Inglobest

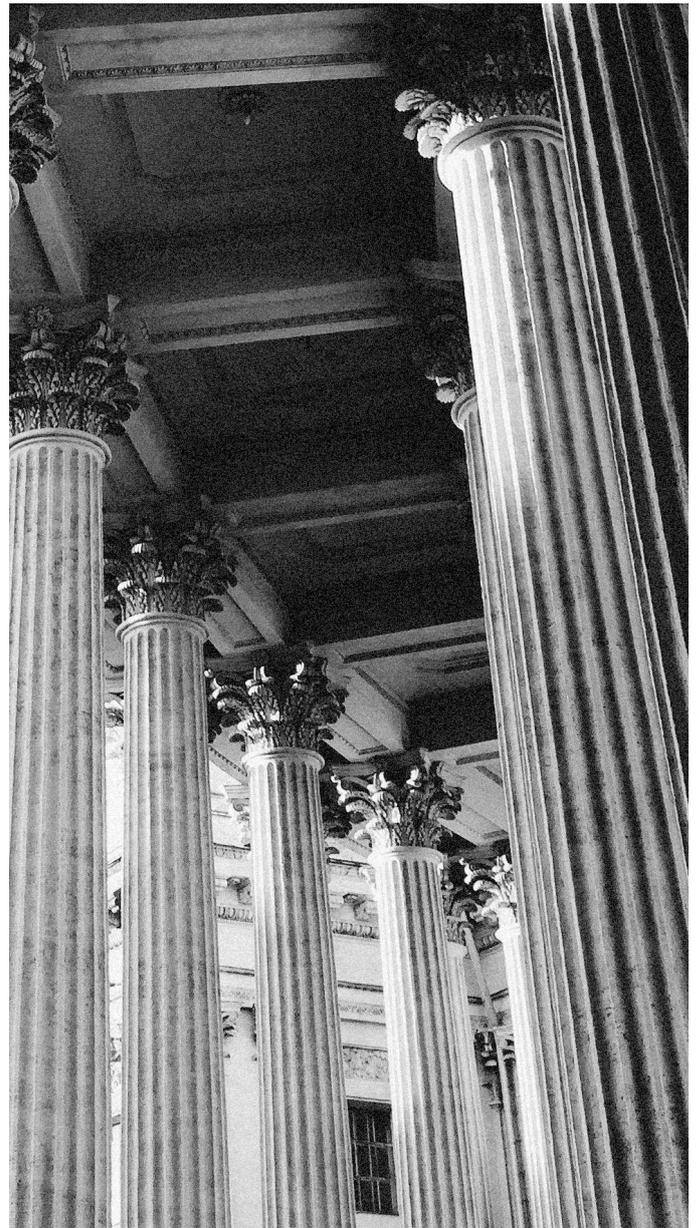
Pág 30. Una visión global de las oportunidades, estrategias y riesgos en la industria del hábitat

Pág 34. Tendencias y perspectivas de la industria del hábitat en el actual contexto global

Pág. 44



07. Informe económico y financiero



06. Arquitectura, edificación y hábitat

Pág 40. Alianzas para impulsar el Ecosistema de la Arquitectura, la Edificación y el Hábitat

Pág 42. No hablamos de rehabilitar sino de re-habitar

Pág 43. El diseño interior como herramienta para la mejora de nuestras vidas

Introducción al Anuario 2023 de la Industria Española del Hábitat



José Ramón Rever
Presidente Federación Hábitat de España

La Industria Española del Hábitat, formada por las agrupaciones de espacio grifería, cocina y baño, iluminación y domótica, muebles y textiles para el hogar -incluyendo descanso- y mobiliario técnico para oficinas, establecimientos y otros espacios colectivos, aumentó ligeramente su tamaño hasta representar unos 15.000 millones de facturación en 2021 con los hogares volcados en reformas, rehabilitaciones o, simplemente, actualizaciones en sus equipamientos. Esta cifra de negocios siguió creciendo de forma significativa también en 2022 como consecuencia, por un lado, de una cierta continuidad en la demanda por los ahorros embalsados durante la pandemia, si bien también, por el aumento de precios derivado de los incrementos en los costes de materias primas, energéticos y otros. Y durante 2023 fue el segmento contract -que sufrió fuertemente en 2020 e, incluso, en la primera parte del 2021- el que tomó el testigo sobre las ventas para el hogar.

Este Anuario pretende reflejar -en toda su complejidad- la riqueza de esta Industria, su evolución en los últimos años y sus oportunidades, fortalezas y retos ante la actual coyuntura; pero también, más allá de la misma, a ciertas macrotendencias derivadas de la

aceleración del conocimiento, la creciente preocupación por el medioambiente y la rápida evolución de las relaciones sociales, que vienen impulsando una amplia transformación en todos los órdenes, también en el ecosistema de la arquitectura, edificación y hábitat en el que estamos inmersos. El refuerzo de ese ecosistema se nos antoja imprescindible para afrontar los retos de este nuevo siglo en materia de accesibilidad, habitabilidad, funcionalidad y sostenibilidad de los edificios, viviendas, centros de trabajo y otros espacios colectivos desde soluciones responsables, integrales y holísticas -con visión 360º- con las personas en el centro. Sólo por mencionar algunos de estos retos: (a) sociales tales como teletrabajo, envejecimiento y urbes metropolitanas, (b) de industrialización de la edificación, igualdad de oportunidades y atracción de talento, (c) de consumo responsable de materiales (así como su circularidad) y, por supuesto, (d) de eficiencia climática incluyendo huellas de carbono e hídrica.

El Anuario se estructura en un prólogo, firmado por el Jefe de Estudios de la Cámara de Comercio de España, D. Raúl Mínguez, centrado en la actual coyuntura internacional, en varios artículos sobre oportunidades, fortalezas, perfiles y retos elaborados por el Equipo de Investigación INGLOBEST de la Universidad de Valencia liderado por el Catedrático de Organización de Empresas de esta Universidad, D. José Plá-Barber -autores también en 2023 de un magnífico informe sobre los actuales procesos de reshoring en la Industria- así como la evolución en términos agregados de 250 empresas de la Industria como elemento de consulta y, por último, incorpora varias Tribunas de entidades, centros tecnológicos y colegios profesionales que han querido colaborar con este Anuario en aspectos tales como mercados, tendencias, circularidad e inteligencia artificial. A ellos toda nuestra gratitud.

Por último, quisiera también agradecer a JORI & ARMENGOL el patrocinio de este Anuario 2023. Se trata de una de las principales corredurías españolas de seguros de carácter independiente, con redes colaborativas internacionales y una larga trayectoria con la Industria del Hábitat. En el Anuario podremos aprovecharnos de sus conocimientos en estas materias fundamentales en la expansión empresarial.

Con la publicación del Anuario, la Federación Hábitat de España propone a sus lectores una visión general, lo más equilibrada posible y, aun sin entrar en detalles que impidan ver el bosque, suficientemente rica en matices.

Esperamos haber logrado ese objetivo.





A por el siguiente paso

Si estás pensando en llevar tu empresa a nivel internacional, JORI& es tu mejor aliado para dar el paso

Vayas donde
vayas.

Impulsamos la expansión global de nuestros clientes a través de la gestión centralizada de siniestros y pagos .

Miembros de:  Foro de Marcas Renombradas Españolas

Partners de:  TECHASSURE  UnisonSteadfast



Líderes en el sector asegurador



01.

Asesoramiento de estructura internacional



02.

Pólizas



03.

Gestión centralizada de siniestros y pagos



05.

Cláusulas

La ventaja de JORI& es que gracias a nuestras redes internacionales Unison Steadfast y Techassure, acompañamos a la empresa española en su internacionalización en todos los sectores de actividad y manteniendo una visión global de los riesgos.

Barcelona:

C. Roger de Llúria 124, 3º 2ª
+34 934 763 350

Madrid:

Pl. Alonso Martínez, 6, 6ºD
+34 917 814 650

Bilbao:

Colón de Larreátegui
Kalea, 3, 1ºC

Y en cualquier
lugar del mundo:
joriarmengol.com



Prólogo



02

Prólogo anuario 2023 de la industria española del hábitat



Raúl Mínguez
Director de Estudios
Cámara de Comercio de España de Raúl Mínguez

El entorno internacional en el que se desenvuelve la actividad económica global, lejos de despejarse, continúa complicándose por momentos. Confiábamos en que la invasión de Ucrania por parte de Rusia fuese el último evento adverso de una serie de sucesos que han acaecido sucesivamente sobre la economía mundial, pero nada más lejos de la realidad. A los problemas encañados desde la crisis sanitaria de 2020, con la ruptura de las cadenas de suministro, y la invasión de Ucrania, con el desahogado incremento de los costes energéticos, fundamentalmente europeos, y sus procesos monetarios e inflacionarios posteriores, se le ha añadido recientemente la conflagración en Oriente Próximo entre Israel y Hamás.

Lejos de aplacarse, estos conflictos bélicos activos no reducen su intensidad. Más bien al contrario. Las hostilidades entre Ucrania y Rusia no ceden, con la OTAN situándose en un segundo plano, y el conflicto en la Franja de Gaza amenaza con ampliarse a otros actores de la zona como Irán o Libano. De momento, se ha extendido a Yemen de la mano de los rebeldes hutíes de este país, que vienen asediando a los buques mercantes que transitaban por el Mar Rojo hacia el Canal de Suez. Ya son numerosas las navieras que deciden tomar la ruta del Cabo de Buena Esperanza para evitar problemas, lo que añade miles de kilómetros a los viajes, aumentando el coste de transporte y retrasando las entregas de todo tipo de bienes, incluidos petróleo y gas natural licuado.

Además, debido a lo peligroso de la ruta hacia el Mediterráneo, las compañías de transporte marítimo están encontrando cada vez más problemas a la hora de asegurar los fletes. Las primas de seguro se han multiplicado y, por ende, los costes asociados.

Por si fuera poco, la otra ruta marítima más importante del mundo, la que atraviesa el Canal de Panamá, también está afrontando problemas serios debido a la persistente sequía que afecta a los lagos que proveen de agua dulce a las esclusas del canal. Esta situación está obligando a la Autoridad del Canal de Panamá a imponer restricciones al calado de los buques, que llevan a reducir la carga transportada, a incrementar las tarifas de tránsito y, en su defecto, a la búsqueda de rutas alternativas que encarecen los costes de transporte.

El incremento de costes derivado de la complicada situación, que afrontan las rutas comerciales más relevantes, pone en riesgo la senda de moderación que ha venido siguiendo la inflación a lo largo de 2023 y, con ello, la posible reducción de tipos de interés por parte de los bancos centrales en 2024.

Mientras tanto, en Estados Unidos la demanda interna mantiene el dinamismo, si bien a lo largo de 2024 se prevé una desaceleración

ante la contención del exceso de ahorro y el impacto del tono restrictivo de la política monetaria, circunstancias que se disiparían gradualmente durante 2025. No obstante, se apuntan riesgos vinculados al resultado de las elecciones presidenciales, a la intensidad de la ralentización, a la prolongación de las dificultades financieras por el endurecimiento monetario, o a la incertidumbre derivada de la política fiscal aplicada.

En el caso de China, si bien el concurso de las medidas fiscales, monetarias y regulatorias articuladas apoyarán un avance de la actividad por encima del 4% durante el bienio 2024-2025, el crecimiento mantendrá un perfil desacelerado conforme transcurre el periodo, motivado por la reconfiguración de sus bases estructurales. A lo que se añaden ciertos riesgos latentes con origen en el sector inmobiliario, las tensiones geopolíticas o la tendencia deflacionaria en ciertas actividades.

En nuestro vecindario europeo, algunas noticias siguen siendo inquietantes. Alemania, la locomotora europea, registró una contracción de su PIB en el año 2023 del -0,3%, si bien la eurozona consiguió esquivar la recesión. La dificultad para encontrar alternativas a la energía que procede de Rusia, tras las sanciones aplicadas por la UE, la debilidad de la demanda mundial a la que tiene que hacer frente un sector industrial netamente exportador, o

las condiciones de financiación desfavorables debido a las subidas de tipos de interés, se cuentan entre las causas que están detrás de esta caída del PIB. Pero también existen una serie de problemas estructurales que pesarán sobre el crecimiento potencial de Alemania durante los próximos años: deslocalizaciones industriales, envejecimiento de la población, escasez de mano de obra o falta de inversión regular en determinadas infraestructuras, entre otros.

Este comportamiento presente y futuro de la economía alemana es muy relevante, ya que supone casi el 30% del PIB de la eurozona y es el mayor socio comercial de más de la mitad de los países de la UE.

Al impacto directo que esta situación tendrá en sectores exportadores y en el turismo (Alemania es el segundo socio comercial de España y el tercer país emisor de turismo hacia nuestro país,



por ejemplo), habrá que añadir el efecto indirecto que tendrá en otros países con especial relación con España, como Francia, Italia o Países Bajos.

En clave interna, a la presión que se está trasladando a las empresas vía incremento de costes debido al encarecimiento de los suministros procedentes de terceros países, hay que añadir otras medidas que golpean directamente en los costes de producción. Entre ellas, destaca sobremanera el incremento de los costes laborales -subida del salario mínimo interprofesional con efecto directo en aquellas compañías pertenecientes a sectores intensivos en la utilización de mano de obra poco cualificada, incremento de las cotizaciones sociales o actualización de salarios en base al alza de la inflación-. De hecho, según la Encuesta de Perspectivas Empresariales, que todos los años elabora la Cámara de Comercio de España para conocer las expectativas de los empresarios de cara al próximo ejercicio, los costes laborales serán el principal condicionante para la actividad empresarial en 2024. El 67% de las empresas así lo ha manifestado, porcentaje muy superior al de firmas que señalan otros factores, como la escasez de personal cualificado, reto para el 42,6% de las empresas, o los precios de la energía y de las materias primas, condicionante importante de la actividad para el 37,4% de las empresas españolas (un año antes preocupaba al 62,2% de ellas).

Todos los factores comentados alimentan a una inflación en retroceso durante 2023, pero que es probable que establezca su senda descendente en 2024.

Efecto que, a su vez, puede realimentarse estructuralmente por un entorno europeo preocupado por su alta vulnerabilidad frente a importaciones de productos de bajo precio, y desinflacionistas, pero que incumplen, a menudo, regulaciones europeas. Factor que subyace, sin ninguna duda, en las recientes revueltas del campo europeo.

En un contexto de incertidumbre como el descrito, la Cámara de España prevé que la economía española crezca un 2,0% en el conjunto de 2024, aunque podría haber revisiones a lo largo del año en función de cómo evolucione el entorno internacional, la

inflación y, por ende, la política de tipos de interés de los bancos centrales. Y para 2025 se espera una continuación en el ritmo de avance del PIB en España, con un crecimiento estimado del 1,9%, si bien condicionado a que gradualmente se vaya disipando la inestabilidad en la que se desenvuelve la actividad económica global.

En cualquier caso, España enfrenta problemas estructurales que no se pueden obviar y que se deberían afrontar con firmeza. Nos referimos al elevado déficit público, a la baja productividad de la economía, al desajuste entre la formación y las necesidades en las empresas o a las bajas tasas de inversión en I+D tanto pública como privada, a los que habría que añadir los problemas de sequías cada vez más pertinaces, el aumento de los alquileres en las grandes ciudades o el progresivo envejecimiento de la población entre otros.

Por último, y con respecto a la Industria Española del Hábitat, hay que destacar primero su estrecha vinculación con el bienestar y la calidad de vida de las personas, proporcionando productos y servicios que influyen en el entorno en el que viven y trabajan. La evolución de las tendencias de estilo de vida, la tecnología y el diseño influyen en la forma en la que esta industria se desarrolla y ofrece soluciones innovadoras para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado. En ese sentido, la Industria del Hábitat no es ajena a muchos de los retos enumerados en el ámbito macro. Digitalización e innovación, sostenibilidad, internacionalización, formación y captación de talento, son desafíos para los que la actividad viene preparándose desde hace tiempo, por lo que, a priori, enfrenta un futuro prometedor.

Se podría decir que ya tiene mucho camino recorrido. Se trata de una industria moderna, reconocida internacionalmente, enfocada en la sostenibilidad, que ha incorporado a sus procesos tecnologías avanzadas como a realidad virtual y aumentada, que se ha adaptado a las preferencias cambiantes del consumidor, y que ha adoptado el comercio electrónico como otra forma complementaria para llegar al público.

En resumen, capacidad para adaptarse a las tendencias actuales, sostenibilidad y potencial para ofrecer soluciones atractivas y funcionales, son factores clave para el éxito futuro de las empresas del sector en España en un contexto de incertidumbre como el actual.





Casos de éxito



03

Globales compitiendo como locales



Jordi Pou
JORI&, International business director.

Con el avance del siglo XXI, los países se van viendo cada vez más desdibujados y las empresas trascienden su localización geográfica inicial para volverse más globales de formas inimaginables en el siglo anterior.

Si bien en el siglo XX se vieron movimientos de deslocalización básicamente productiva, actualmente las compañías de todo tamaño se encuentran en proceso de competir a nivel internacional como si de su mercado inicial se tratara.

Estamos viendo movimientos internacionales de producción, de servicios, de I+D y, incluso, de sede social corporativa (léase caso Ferrovial). De hecho, recientemente KPMG publicaba que un 81% de los empresarios españoles exploraba las oportunidades fuera de España, con especial foco en la Unión Europea y Estados Unidos.

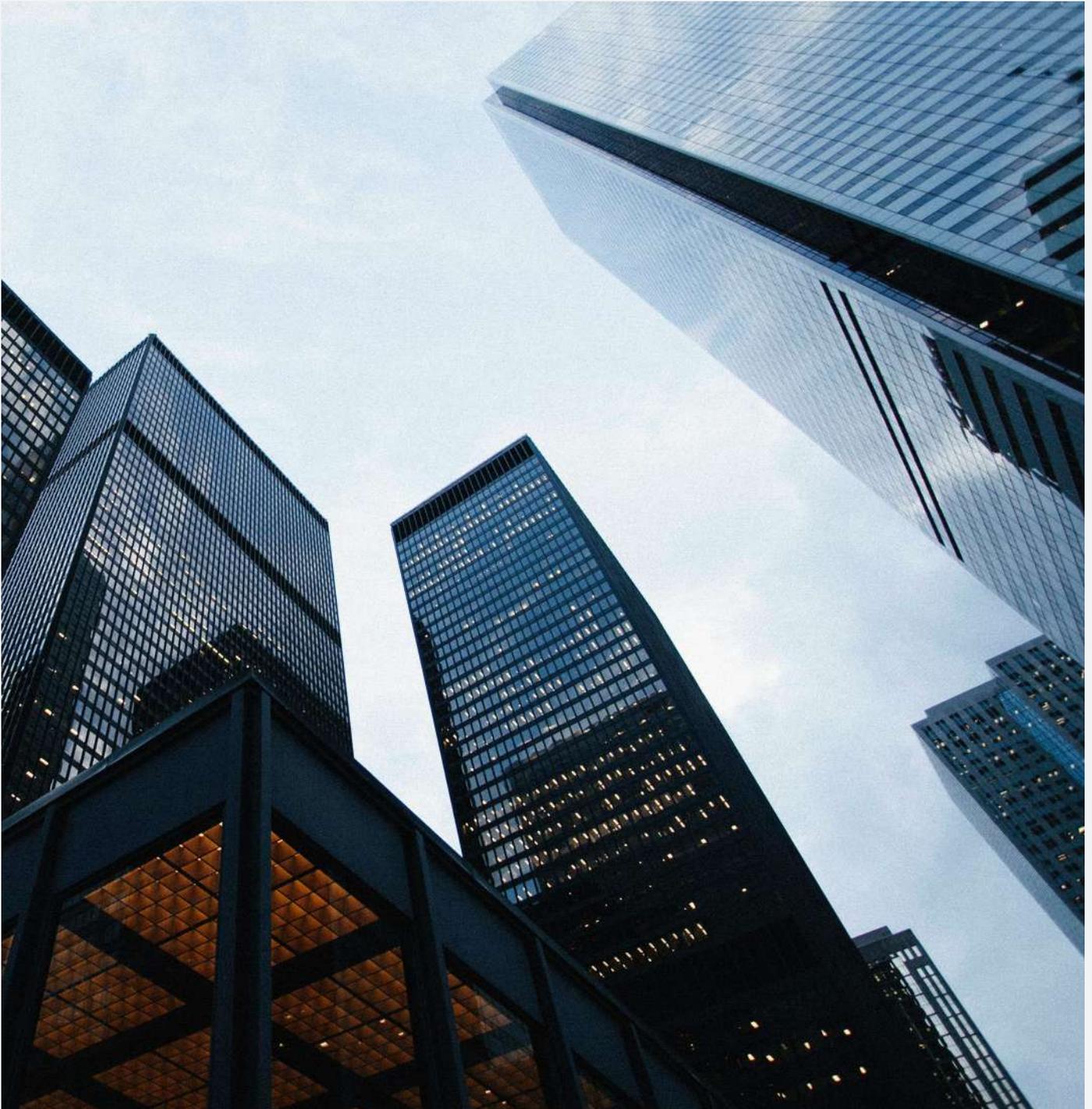
Esto tiene un efecto inmenso a unos niveles nunca vistos hasta ahora, de forma que empresas con un gran conocimiento de su mercado local se ven expuestas a legislaciones, culturas y entornos muy distintos a los habituales en un periodo de tiempo muy corto.

Esto, obviamente, requiere de unos perfiles y equipos diferenciados y especializados por mercado para evitar incurrir en errores y malentendidos al afrontar culturas muy distintas.

En ese proceso es muy importante rodearse de consultores especialistas con implantación internacional que puedan dar claridad a esa maraña legislativa, formal o informal, para conseguir el claro objetivo de ser globales pero competir como locales.

En el sector asegurador, muy regulado localmente, es especialmente difícil encontrar esa tranquilidad de estar adaptados y bien asesorados en cualquier parte del mundo.

En JORI& llevamos preparándonos para este escenario desde que hace más de 40 años empezamos nuestra implantación internacional, inicialmente para dar servicio a nuestros clientes para más tarde pasar a ofrecer ese expertise a toda empresa con la visión y el empuje necesario para salir de su zona de confort.



Nuestra estrategia va muy alineada con las necesidades actuales ya que, después de barajar varias opciones incluyendo la creación de filiales JORI& en varios países, decidimos optar por creernos realmente lo de ser locales en todos sitios y buscar, crear y mantener una red de partners en cada región.

Nuestro criterio básico es seleccionar brokers locales con una filosofía y funcionamiento parecido al nuestro, líderes independientes de cada país, y mantener una relación con ellos transparente, fiel y cercana para que nuestros clientes sean tratados en la JORI& way sea donde sea.

Actualmente, contamos con capacidad para dar soluciones de consultoría de riesgos, colocación de riesgos y asesoramiento de ingeniería en más de 150 países alrededor de mundo cubriendo

las Américas, África, Asia, Oriente medio y Australia, con nuestra filosofía a de cercanía, profesionalidad, conocimiento y visión de largo plazo.

Cada año se visitan los partners para asegurar que nuestra red sigue engrasada y alineada con nuestra idea de como se tienen que hacer las cosas.

Por todos estos motivos, en JORI&, estamos preparados para ofrecer a las empresas españolas de todo tamaño, el conocimiento y asesoramiento para acompañarles en ese oscuro, difícil e incierto camino a la globalización.



Innovación, digitalización y sostenibilidad



04

Hábitat, resiliencia y cambio



Vicente Sales Vivó
Economista, Doctor en Investigación y Comercialización de Mercados.
*Subdirector de AIDIMME Instituto Tecnológico Metalme-
cánico, Mueble, Madera, Embalaje y Afines.*

Las industrias del hábitat cerraron en 2023 un nuevo ejercicio de incertidumbre y adaptación constante, y ya son unos cuantos desde el estallido de la pandemia de COVID-19 en el primer trimestre de 2020. Los sobresaltos geopolíticos y económicos predominan en el entorno empresarial, cada vez más sensible a los factores del entorno macro internacional. El impacto en el hábitat español es desigual: mientras que la actividad de renovación de instalaciones y amueblamiento experimentó un impulso en 2021 y 2022, la crisis energética golpeó otras industrias, como la cerámica.

Con todo, la industria del hábitat nacional ha demostrado una elevada resiliencia, ese término traído de la ciencia física y, posteriormente, de la psicología hasta ser asimilado por el lenguaje económico actual. Así, ante las sacudidas del entorno hablamos de la resiliencia de negocio y de la cadena de suministro como una capacidad de resistencia ante las adversidades. En esto, las industrias del hábitat españolas han demostrado una elevada capacidad de adaptación ante pandemias, conflictos bélicos, crisis de materias primas, subidas de costes, etc.

Es esta una característica fundamental del nuevo orden mundial tras la pandemia: se prioriza la capacidad de resiliencia sobre la eficiencia y el ahorro de costes.

Los movimientos estratégicos derivados son evidentes y algunos términos se erigen como ganadores en este contexto: reshoring (vuelta de la estructura productiva al país de origen) y nearshoring (acercamiento de la producción hacia el país de origen), frente al offshoring o deslocalización hacia economías emergentes de décadas atrás. Es una consecuencia de la globalización multipolar y sus continuos riesgos (aunque el proceso se había iniciado ya – Brexit, populismos...). No es de extrañar, pues, la reciente entrada de capital desde otros países avanzados en empresas del hábitat españolas (puertas, baño, oficina...), un fenómeno nada habitual hasta hace unos años.

En paralelo, el factor tecnológico es el otro gran dinamizador de esta época de cambios para la industria. Podríamos hablar del entorno regulatorio europeo y su búsqueda de la quimera sostenible

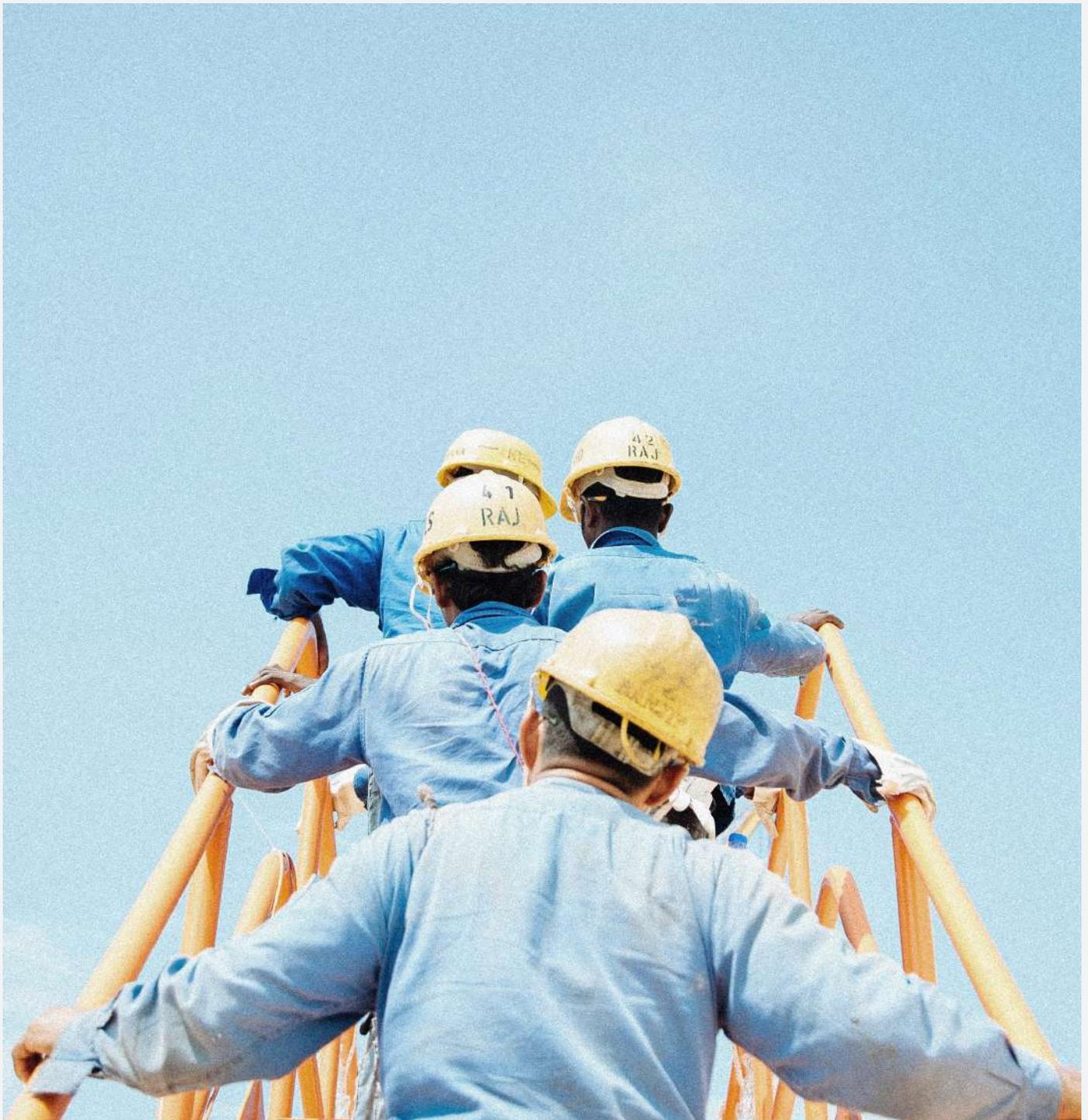
(descarbonización, economía circular, simbiosis industrial...); pero es en las tecnologías emergentes donde debemos poner la antena para anticipar los cambios de los próximos años.

La industria se enfrenta a un marco normativo donde prima la trazabilidad, la sostenibilidad y la seguridad de materiales y productos. En este sentido, serán las aplicaciones tecnológicas las que permitan dar respuesta a este entorno regulador.

Conocemos la capacidad que tiene la digitalización para colarse como agua en toda actividad productiva y transformar el paradigma empresarial. La Industria 4.0 seguirá incorporando cambios tecnológicos con alta capacidad transformativa, hoy inquietantes, mañana imprescindibles. Así, la trazabilidad de las materias primas se dotará de sistemas de monitorización por satélite, la seguridad de la cadena de suministro se apoyará en blockchain, la Inteligencia

Artificial se aplicará en los procesos de desarrollo de producto y de comercialización... Sin olvidar las plataformas de IA generativa que, puestas en manos de consumidores y compradores profesionales, redefinirán los procesos de diseño y prescripción en muchos sectores del hábitat.

En conclusión, esta columna nos recuerda que la industria del hábitat española debe seguir viva ante los retos del entorno. Los cambios geopolíticos, regulatorios y tecnológicos no permiten que ninguna empresa se duerma en un paradigma competitivo anterior a 2020. La industria del hábitat está, pues, muy viva, pero cabe recordar, parafraseando aquella canción de Jorge Drexler, que la vida, al igual que el entorno al que se enfrenta la industria, "no para, no espera, no avisa".



La Inteligencia Artificial era esto



Francisco Ricau
ITI – Instituto Tecnológico de Informática
Director de Información Estratégica e
Innovación Empresarial

Imagina una tecnología capaz de hacer tangible el pensamiento, de convertir una simple instrucción en una obra original con una precisión y fluidez que desafían lo que creíamos posible. Una tecnología que nos permite comunicarnos con las máquinas usando nuestro propio lenguaje. Hasta hace poco, esto podría sonar a promesas de un futuro lejano, casi sacado de la ciencia ficción, pero ya es una realidad gracias a la Inteligencia Artificial Generativa (IAGen). ¿Te resulta familiar el concepto? Tal vez no, pero seguro que has oído hablar de aplicaciones como ChatGPT, el chatbot conversacional de OpenAI, que apenas necesitó cinco días tras su lanzamiento a finales de 2022 para alcanzar el millón de usuarios, estableciendo todo un récord.

Para muchos, ChatGPT supuso el primer contacto consciente con la Inteligencia Artificial (IA). Por fin había llegado algo nuevo capaz de hacernos sentir que estábamos ante una tecnología avanzada que, por momentos, nos parecía magia. No obstante, la IA ya convivía hace años con nosotros, integrada en numerosos productos y servicios de consumo diario aunque no interactuábamos directamente con ella. La IAGen ha cambiado radicalmente este panorama, democratizando el acceso a la tecnología y acercándola a individuos y empresas de una manera como nunca antes vista.

El gran avance de la IAGen reside en los grandes modelos de lenguaje (LLM) capaces de crear contenido nuevo a partir de patrones aprendidos en datos existentes. Esto ha dado lugar a herramientas generativas que comprenden el lenguaje humano, permitiendo que, a partir de una instrucción o 'prompt' en lenguaje natural, se genere como respuesta no solo texto, sino también imágenes y vídeos, con un nivel de realismo y relevancia anteriormente inalcanzable. Las fronteras de lo posible se amplían, transformando no solo el cómo interactuamos con las máquinas, sino también el cómo concebimos soluciones en prácticamente todos los sectores.

En el sector del hábitat, la IAGen despliega un abanico de posibilidades tan amplio como prometedor. Puede asistir al diseño de interiores, enriqueciendo los espacios con soluciones innovadoras y a medida, o a la optimización del uso de materiales sostenibles en la construcción. También en la personalización de mobiliario y decoración, adaptando cada pieza a los gustos y necesidades específicas de los clientes.

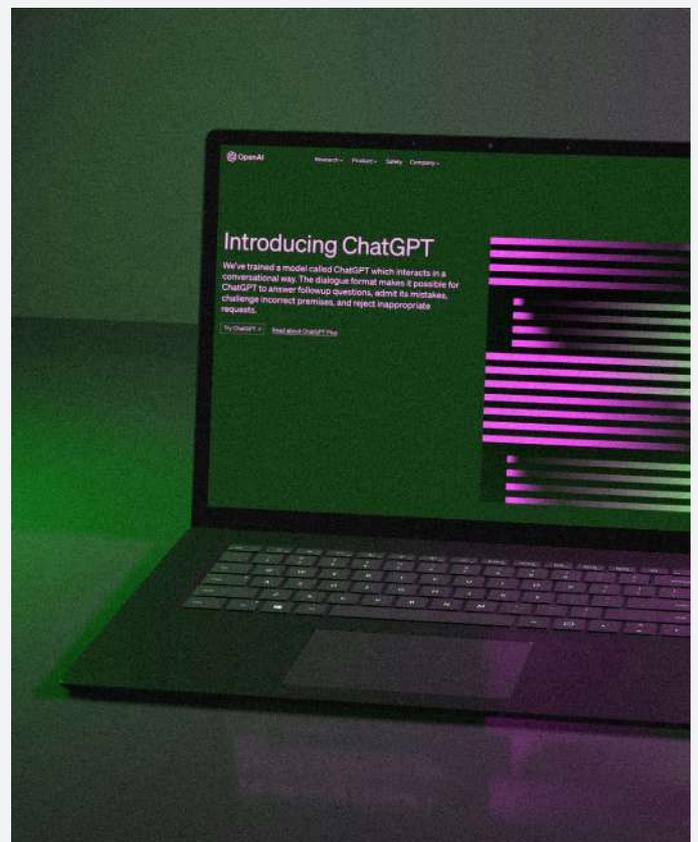
Otros ejemplos podrían extenderse también al desarrollo de textiles y mobiliario técnico, donde la creatividad, la funcionalidad

y los requerimientos normativos de todo tipo se encuentran para crear entornos que responden a, por ejemplo, las últimas tendencias y exigencias ergonómicas.

La aplicación de la IAGen en los procesos empresariales ofrece una oportunidad significativa para incrementar la productividad y eficiencia en áreas diversas como el marketing, la atención al cliente o las operaciones logístico-productivas y sus flujos de información.

Pese a ello, su implementación no está exenta de riesgos que requieren de una gestión cuidadosa y del diseño de políticas de uso a nivel corporativo. Los grandes modelos de lenguaje (LLM), por ejemplo, tienen la capacidad de ‘alucinar’, es decir, de generar información errónea o ficticia y presentarla como si fuera un hecho verificable. A esto se suma la preocupación imperante sobre la propiedad, privacidad y seguridad de los datos, donde es esencial confiar en proveedores que ofrezcan garantías sólidas para la protección de información sensible y su uso responsable. No podemos tampoco obviar la resistencia al cambio, más si cabe ante una tecnología a la que, tal vez de manera precipitada, se le ha otorgado una enorme capacidad de destruir puestos de trabajo. Puede que desaparezcan algunos perfiles laborales, pero en la mayor parte de los casos, se trata de un cambio en las capacidades de los puestos que ya existen. La IA reemplaza tareas, no personas.

Ante este panorama, es necesario estar preparados para navegar con garantías por el gran bazar de promesas y expectativas que la IAGen ha desplegado. Para ello, contamos con tres elementos principales: formación, estrategia y colaboración. Primero, es crucial entender los fundamentos de esta tecnología, saber explotarla correctamente, reconociendo tanto sus potenciales beneficios como sus limitaciones actuales. Este conocimiento nos habilita para identificar, en segundo lugar, cómo la IAGen se alinea con nuestra estrategia empresarial, poniendo el foco en aquellos casos de uso



que puedan aportar valor real a la empresa. Por último, la colaboración emerge como un factor determinante, eligiendo socios estratégicos que complementen nuestra visión y capacidades.

Llegados a este punto, podrías preguntarte si una IA ha generado este artículo. Sin embargo, plantear esta cuestión sería equivalente a debatir si se ha usado un ordenador o un procesador de textos para ello. Lo esencial está en cómo aprovechamos la tecnología disponible para ampliar nuestras capacidades y transformarnos en profesionales más competentes y eficaces. Así que la pregunta adecuada sería: ¿qué estás haciendo tú?

Responsabilidad Ampliada del Productor

La consolidación de la institución y su extensión a nuevos sectores e industrias.



Arancha Bengoechea
Socia corresponsable de Derecho Público y Regulatorio
Responsable de Derecho Medioambiental
ANDERSEN

Responsabilidad Ampliada del Productor: la consolidación de la institución y su extensión a nuevos sectores e industrias.

En un entorno social de creciente preocupación por el impacto medioambiental que supone la generación de residuos en los actuales modelos productivos, los límites con los que nació la RAP en Europa -allá por principios de la década de los noventa-, lejos de anquilosarse, se han visto progresivamente ampliados hacia sectores que inicialmente escapaban al marco regulador de las obligaciones que imponía esta institución.

El más claro exponente de la consolidación del régimen de RAP ha sido la reciente aprobación de la Directiva 2018/851, de 30 de mayo, que ha formulado una importante actualización del régimen de RAP en Europa y que el legislador español se ha encargado de transponer a nuestro Derecho mediante la Ley 7/2022, de 8 de abril de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular (en adelante, "LRSCEC").

Dentro de los márgenes que permite el juego armonizador de las Directivas, la LRSCEC ha afianzado con firmeza el régimen jurídico de la RAP; régimen que, por otra parte, no supone más que la traslación de la responsabilidad en la generación de residuos, es decir, que la responsabilidad de una gestión medioambientalmente adecuada de los residuos no corresponda al sujeto que desecha un producto sino al que lo produce, desplazándose así, hacia el origen, la obligación de organizar y financiar los residuos en que se convierten los productos una vez que han agotado su vida útil.

El instituto de la RAP no nos es desconocido y ya resulta aplicable en España en determinados ámbitos: los envases, los aparatos eléctricos y electrónicos, los neumáticos usados o los aceites industriales.

Sin embargo, otros sectores con un importante nivel de producción y generación de residuo y, por ende, con un elevado potencial de daño para el medio ambiente, también se verán incluidos en el régimen de la responsabilidad ampliada del productor. Es el caso de la extensión de la RAP en materia de envases -donde ya no



sólo resulta aplicable a los envases domésticos sino también a los industriales y comerciales-; de los productos textiles o de calzado; de los muebles y los enseres voluminosos; de determinados productos plásticos; o de las cápsulas de café monodosis.

Para que exista un sometimiento a obligaciones de RAP de un determinado sector productivo, es necesario que el Gobierno apruebe, en desarrollo de la LRSCEC, un régimen reglamentario por el que se instrumente la RAP de ese concreto flujo de productos/residuos (art.37.2 LRSCEC); algunas de estas normas reglamentarias ya han sido aprobadas. Otras, por el contrario, se encuentran en una incipiente fase de tramitación.

En este sentido, la nueva normativa reglamentaria en materia de envases ya comenzó su andadura con la aprobación del Real Decreto 1055/2022, de 27 de diciembre, de envases y residuos de envases.

Así, la actualización de las obligaciones en materia de envases domésticos debe hacerse efectiva a partir del próximo 1 de julio de 2024. Asimismo, en el caso de las obligaciones de RAP en materia de envases comerciales e industriales, que por primera vez se sujetan a esta institución, serán de aplicación a partir del 1 de enero de 2025.

La brevedad de estos plazos ha propiciado rápidos movimientos en el mercado y durante este año y el precedente, han ido surgiendo innumerables iniciativas de productores para la constitución de Sistemas individuales y colectivos de responsabilidad ampliada del productor a través de los cuales cumplir las nuevas obligaciones que ha impuesto el actual marco normativo.

Por otra parte, se debe tener muy presente que, aunque la LRSCEC remite a lo que disponga en el futuro el Reglamento por el que se regule cada uno de los flujos de residuos, también mandata al Gobierno para la aprobación del desarrollo reglamentario de la RAP en determinadas materias (textil, muebles o plásticos agrarios) en un plazo máximo de tres años desde su entrada en vigor.

En este sentido, resulta especialmente destacable que algunas industrias, como la textil, al amparo de la posibilidad que permite la LRSCEC en la asunción voluntaria de la RAP, han puesto en marcha proyectos de creación de SCRAPS con el fin de afrontar con seguridad y experiencia la extensión a su respectivo sector del régimen de RAP que resultará de inminente implantación teniendo en cuenta que el 11 de abril de 2025 es la fecha límite para la aprobación de estos desarrollos reglamentarios.

En definitiva, la RAP constituye una de las soluciones jurídicas con más éxito entre las elegida a nivel político e institucional para aplacar la problemática medioambiental que constituye la cada vez más continua generación de residuos en el entorno. Es indiscutible que dicha solución cada vez adquiere un papel más preponderante como institución jurídica del Derecho medioambiental y que a cada paso se consolida y se extiende como mecanismo fundamental de la política medioambiental en Europa y en los países de nuestro entorno comparado.

No obstante, al margen de apreciaciones subjetivas de oportunidad política, es deseable que la regulación de esta responsabilidad empresarial, -como en general la creciente regulación en materia ambiental- cumpla con los principios generales del Derecho de seguridad jurídica y de proporcionalidad, y contribuya equilibradamente, tanto a minimizar el daño ambiental, como a asegurar el crecimiento sostenible de nuestras industrias y nuestra economía.



Inglobest



05

Una visión global de las oportunidades, estrategias y riesgos en la industria del hábitat

La crisis de la COVID-19 ha marcado el inicio de una era económica caracterizada por una volatilidad y disrupción sin precedentes que se ha visto exacerbada por conflictos geopolíticos de gran magnitud, como la guerra entre Rusia y Ucrania, y tensiones prolongadas en el ámbito comercial, especialmente el enfrentamiento entre Estados Unidos y China. Estos eventos han evidenciado la fragilidad de las Cadenas de Valor Globales (CVG), que durante décadas han sido el pilar de la producción industrial a nivel mundial. Ante este escenario, expertos de distintos sectores están planteando la necesidad de una profunda revisión y potencial reconfiguración de las CVG, buscando estrategias que permitan mitigar el impacto de futuras disrupciones. Sin embargo, transformar un sistema tan arraigado y complejo presenta desafíos significativos

En este contexto de cambio, la industria española, particularmente integrada en las CVG, se enfrenta a retos y oportunidades únicos. Sectores tradicionales como el hábitat, que incluye a la industria textil-hogar, de iluminación, grifería y muebles, no son ajenos a estos desafíos. La adaptación a un nuevo paradigma económico global requiere de innovación y flexibilidad, tanto en la producción como en la gestión de la cadena de suministro. La relocalización de algunas etapas productivas, la diversificación de mercados y el fomento de la sostenibilidad son algunas de las estrategias que podrían ayudar a estos sectores a navegar el incierto panorama económico y a aprovechar las oportunidades que surjan en este proceso de reconfiguración global. Este momento de cambio representa una llamada a la acción para reevaluar y fortalecer las capacidades competitivas de la industria española del hábitat en el escenario mundial.

Las industrias del sector del hábitat han sido fundamentales para el avance económico y social de España, destacándose por su habilidad para atraer y desarrollar talento cualificado, así como por su capacidad de impulsar actividades de alto valor añadido que enriquecen la productividad nacional. Este impacto fue documentado en el "Anuario 2021 de la Industria Española del Hábitat" (Pla-Barber, Villar, Botella-Andreu, Pallás-Rocafull, 2022), donde se enfatizó la resiliencia del sector frente a las recientes disrupciones globales, demostrando una notable adaptabilidad y fortaleza. En concreto, dentro de la industria manufacturera, el peso del hábitat continúa siendo relevante, con una contribución significativa al PIB a través de una producción valorada en aproximadamente 14.000 millones de euros, una empleabilidad de 110.000 personas, la generación

de 4.000 millones de euros en valor añadido y 6.000 millones de euros en exportaciones (Federación Hábitat de España, 2021). Estas cifras no solo subrayan la relevancia económica del sector, sino que también resaltan su papel como motor de innovación y competitividad en el escenario internacional.

Al igual que en el anuario anterior, **incluimos en el presente trabajo un análisis DAFO actualizado en las áreas correspondientes, sobre las fortalezas y debilidades de las empresas del hábitat, así como las oportunidades y amenazas que el entorno presenta actualmente para este sector.** Con relación a las fortalezas, el sector del hábitat, como hemos señalado anteriormente, desempeña un papel crucial en la economía, generando un número significativo de empleos y contribuyendo de manera importante al PIB.

Los sectores del hábitat están profundamente arraigados en una rica tradición y saber hacer acumulado, lo que les confiere una reputación de calidad. Esta tradición, combinada con la búsqueda de innovación, permite a muchas empresas adaptarse a las cambiantes demandas del mercado y explorar nuevas posibilidades de diseño y funcionalidad.

Asimismo, la agrupación de empresas en clústeres industriales representa una ventaja competitiva significativa para los sectores del hábitat. Estos conglomerados funcionan como ecosistemas de innovación, al reunir en una única localización geográfica a empresas e instituciones que se complementan mutuamente. La proximidad física favorece un ambiente colaborativo donde se potencia tanto la competencia saludable como la cooperación estratégica, elementos clave para impulsar la innovación y reforzar la competitividad de las empresas participantes. Esta fortaleza se ve reforzada por una fuerte implantación de asociaciones, insti-

tutos tecnológicos y ferias propias que juegan un papel vital en la difusión del conocimiento, la investigación y el desarrollo dentro de los sectores del hábitat. Estas entidades ofrecen plataformas para la colaboración entre la industria y la academia, impulsando la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías. Facilitan la transferencia de conocimiento, ofrecen formación especializada y promueven las mejores prácticas, contribuyendo así a elevar los estándares de calidad y eficiencia en toda la industria. Un caso destacado que ilustra la eficacia de estos clústeres y la cooperación con asociaciones e institutos fue el surgimiento del clúster textil sanitario en Ontinyent durante la crisis sanitaria provocada por la COVID-19. En este contexto, se facilitaron niveles de colaboración sin precedentes, generando innovaciones dirigidas específicamente al ámbito sanitario, demostrando así la capacidad de los clústeres para responder de manera efectiva y creativa ante situaciones de emergencia global.

En los últimos años se observa también unos crecientes esfuerzos por integrar la automatización en el modelo de negocio. Estos esfuerzos no solo aumentan la eficiencia y la precisión en la producción, sino que también reducen los costes operativos y mejoran la calidad del producto final. La automatización permite a las empresas responder más rápidamente a las tendencias del mercado y personalizar los productos, lo que es crucial en este nuevo entorno competitivo.

En este informe queremos seguir destacando como una fortaleza la clara orientación exportadora de los sectores del hábitat y su capacidad para competir globalmente. Esta mentalidad internacional permite no solo ampliar el alcance de mercado, sino que también mejora la resiliencia económica al diversificar las fuentes de ingresos. La presencia en mercados internacionales estimula la innovación y el cumplimiento de estándares internacionales de calidad, abriendo oportunidades para el crecimiento y la expansión.

No obstante, el sector continúa presentando una serie de debilidades estructurales que merman su capacidad competitiva. Los sectores del hábitat siguen estando mayoritariamente atomizados con una gran cantidad de PYMES operando en el mismo espacio. Esta fragmentación limita la capacidad de las empresas para alcanzar economías de escala y dificulta la implementación de estrategias comunes para enfrentar desafíos sectoriales, como son

la inversión en tecnología y la innovación. Adicionalmente, aunque la introducción de la automatización ha comenzado a transformar algunos procesos, los sectores del hábitat todavía dependen en gran medida de la mano de obra intensiva. Esta dependencia no solo aumenta los costes de producción, sino que también hace que las empresas sean más vulnerables a fluctuaciones en la disponibilidad y el coste de la mano de obra.

Los sectores del hábitat frecuentemente dependen de industrias suministradoras de materias primas o componentes, algunas de las cuales pueden ser menos innovadoras. Esta dependencia puede obstaculizar la capacidad de innovar y adaptarse a cambios rápidos en el mercado, ya que la cadena de suministro no siempre puede responder con la agilidad necesaria. Además, esta dependencia puede exponer a las empresas a riesgos y volatilidades en sectores sobre los que tienen poco control. Algunas áreas dentro de los sectores del hábitat se han especializado en subsectores que tradicionalmente ofrecen menor valor añadido. Esta concentración en nichos de bajo margen limita el potencial de crecimiento y rentabilidad de las empresas, dificultando la reinversión en innovación y desarrollo. Además, los subsectores de menor valor añadido suelen ser más susceptibles a la competencia por precio, lo cual puede erosionar aún más los márgenes.

Con relación a las estrategias de desarrollo del canal, por una parte, el control insuficiente sobre los canales de distribución representa una debilidad significativa para los sectores del hábitat ya que reduce la capacidad de las empresas para influir en la comercialización y la presentación de sus productos, así como en la fijación de precios y en la recopilación de datos valiosos sobre las preferencias y comportamientos de los consumidores. Por otra parte, aunque la orientación exportadora es una fortaleza, la dependencia excesiva de la exportación sin una estrategia internacional más sofisticada puede ser una debilidad por la falta de adaptación, el bajo control sobre el mercado y la falta de agilidad en el servicio. Por último, los sectores del hábitat se enfrentan a un importante desafío para atraer y retener talento joven y cualificado. Esto se debe en parte a la percepción de que algunas industrias dentro del hábitat ofrecen pocas oportunidades de crecimiento y no están alineadas con las aspiraciones de las nuevas generaciones.



El sector del hábitat también se enfrenta a un horizonte lleno de oportunidades que pueden catalizar su crecimiento y transformación en el contexto actual.

En primer lugar, la estabilización de los costes energéticos y de logística en comparación con años anteriores permite planificar con mayor precisión y reducir costes. Por otra parte, la industria 4.0, la inteligencia artificial y nichos de mercado como el contract se presentan como tendencias clave que ofrecen oportunidades para innovar en productos, procesos y modelos de negocio. Estas oportunidades se ven reforzadas por una mayor concienciación sobre la circularidad, sostenibilidad y descarbonización de la economía, valorándose cada vez más los procesos, productos y servicios que respetan el medio ambiente, lo cual puede ser un diferenciador clave en el mercado.

Por último, la potencial regionalización de algunas CVG abre la posibilidad de acercar la producción al consumo, reduciendo dependencias externas y mejorando la agilidad. Esta tendencia hacia la regionalización puede facilitar una mayor personalización de los productos y un enfoque más sostenible de la producción, aprovechando las capacidades locales y reduciendo la huella de carbono. No obstante, el sector del hábitat también se enfrenta a múltiples amenazas que podrían comprometer su estabilidad y crecimiento a largo plazo.

En primer lugar, es evidente que la inestabilidad económica y geopolítica, que incluye factores como la inflación y los conflictos bélicos, representa una amenaza significativa para el sector del hábitat, especialmente por su impacto directo en los costes y la eficiencia del transporte. A nivel de mercado, se observa una transformación en las preferencias de compra de ciertos clientes

internacionales, quienes ahora optan por adquirir volúmenes menores de productos, demandando, a su vez, entregas más ágiles y una mayor adaptabilidad en los servicios ofrecidos.

Otro desafío para el sector es la complejidad de asegurar que las importaciones europeas cumplan con las normativas y seguir su trazabilidad. La entrada al mercado de productos que no cumplen con las regulaciones locales o cuya origen es dudoso, distorsiona la competencia leal y pone en riesgo a los consumidores con artículos de calidad inferior o, en situaciones extremas, peligrosos. La falta de un control riguroso debilita la efectividad de la regulación. Además, la ausencia de uniformidad en estas regulaciones a lo largo del mercado único reduce la competitividad, afectando especialmente a las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Por otro lado, el ritmo acelerado de las regulaciones europeas puede complicar la situación para las empresas que exportan a otros bloques económicos.

La dependencia de las importaciones de materias primas y otros insumos (que podríamos denominar como industrias de cabecera) es otra amenaza considerable, ya que expone a las empresas a vulnerabilidades en caso de fluctuaciones en la disponibilidad, la logística o la calidad de estos recursos. Problemas como la escasez de materias primas o de productos semi elaborados, el aumento de sus precios o las barreras comerciales pueden tener un impacto directo en los costes de producción y en la capacidad de las empresas para mantener sus operaciones.

Por último, la implementación de normativas más estrictas en materia de producción sostenible se presenta como un reto significativo para numerosas empresas del sector que, posiblemente, no estén equipadas para ajustarse a estas nuevas exigencias.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sectores muy atomizados. ▪ Modelo productivo todavía bastante intensivo en mano de obra. ▪ Dependencia de otros sectores, algunos a veces menos innovadores que el hábitat. ▪ Especialización en subsectores de menor valor añadido. ▪ Bajo control del canal de distribución. ▪ Estrategias internacionales menos sofisticadas (predomina la exportación). ▪ Dificultad para atraer personal joven y/o cualificado a algunos de estos sectores. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dependencia de importaciones de materia prima e insumos. ▪ Formación profesional poco adecuada a las necesidades de la industria. ▪ Compromiso gubernamental mayor con otras industrias. ▪ Falta control de las importaciones ▪ Compradores internacionales: tendencia a comprar menos volumen con mayores exigencias de servicio. ▪ Complicado para algunas empresas sumarse a nuevas tecnologías (Industria 4.0, inteligencia artificial) y nuevas normativas de sostenibilidad y construcción. ▪ Inestabilidad (ej., inflación, guerras; afecta a transporte en términos de costes y tiempos). ▪ Destrucción de ecosistema de fabricación en algunos subsectores que impide la reindustrialización.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Importancia en empleo y valor generado (con margen de mejora). ▪ Potentes clústeres industriales. ▪ Asociaciones, institutos tecnológicos y ferias propias (conocimiento). ▪ Tradición y calidad. Versatilidad, capacidad de innovación. ▪ Crecientes esfuerzos por integrar automatización en el modelo de negocio. ▪ Orientación exportadora. ▪ Presencia local de empresas tractoras (líderes de CVG). ▪ Portafolio de productos diversificado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relativa normalización en la logística internacional. ▪ Coste energético elevado, pero más normalizado con respecto a ejercicios anteriores (ej., 2021) ▪ Tendencias: nuevas tecnologías (Industria 4.0, inteligencia artificial), energía renovable, contract... ▪ Concienciación con los valores sostenibles. ▪ Entrada de capital extranjero en algunos subsectores. ▪ Existencia de institutos de módulos superiores/profesionales abiertos a escuchar las necesidades de las empresas. ▪ Disponibilidad de redes locales de apoyo y conocimiento (ej.: universidades). ▪ Potencial regionalización de algunas CVG.

Tabla 1. Fuente: elaboración propia a partir del informe "Anuario 2021 de la Industria española del Hábitat" y opiniones de expertos de cada industria

Tabla 1. Resumen del análisis DAFO del sector del hábitat.

En la edición anterior del anuario, se presentó un perfil estratégico que caracterizaba a las empresas más exitosas del sector del hábitat. Este perfil, concebido como una guía, tenía el objetivo de ayudar al sector a superar sus debilidades estructurales y potenciar la competitividad de sus empresas a través de varios ejes fundamentales: la propuesta de valor de la empresa, su configuración productiva, los valores corporativos, las estrategias para operar en mercados internacionales, y la utilización de redes en sus operaciones. Estos elementos están detallados en la Tabla 2, la cual ha sido nuevamente validada en esta edición del anuario mediante consultas a un panel de empresas y asociaciones empresariales participantes.

Tabla 2. Perfil estratégico de las empresas más exitosas en el sector del hábitat.

El perfil estratégico de las empresas más exitosas en el sector del hábitat destaca inicialmente por su enfoque en una mayor personalización del producto sin abandonar la eficiencia en costes y otras estrategias de diferenciación. Esta tendencia responde a la creciente demanda de segmentos de mercado que valoran la singularidad sobre el coste. La adaptabilidad de los productos modulares emerge como una estrategia clave para satisfacer esta demanda.

En paralelo, estas organizaciones logran un equilibrio entre la deslocalización productiva y el mantenimiento de ciertos procesos productivos locales. La relocalización se presenta como una estrategia emergente, valorando la proximidad de la producción para mejorar la calidad y la imagen de marca, frente a la mera reducción de costes. Este enfoque dual permite a las empresas maximizar

las ventajas competitivas globales, manteniendo al mismo tiempo una base sólida en el mercado local. Además, la sostenibilidad se incorpora como un pilar fundamental en la filosofía organizativa de las empresas líderes, abarcando aspectos medioambientales y sociales. Esta orientación no solo mejora el impacto de la empresa en su entorno, sino que también se traduce en un valor añadido para el consumidor, diferenciándose así en el mercado.

En el ámbito internacional, mientras que la exportación sigue siendo un método común, las empresas más avanzadas optan por estrategias que implican una mayor inversión, pero ofrecen retornos sustanciales, tanto financieros como de aprendizaje, así como un mayor control.

Por último, la cooperación dentro de redes empresariales representa otro elemento distintivo, especialmente relevante dada la fragmentación del sector. Estas alianzas potencian la innovación y la competitividad, aprovechando las sinergias y el conocimiento compartido.

Aunque este perfil estratégico proporciona una hoja de ruta prometedora para las empresas del sector, el éxito no depende exclusivamente de sus acciones. Es crucial el apoyo institucional para superar las amenazas y debilidades estructurales del sector. Este acompañamiento institucional debe promover, entre otras acciones, la adopción de nuevas tecnologías y prácticas sostenibles (como la economía circular), incentivar la cooperación tanto empresarial como público-privada, incrementar los controles sobre las importaciones y apostar por un empoderamiento del consumidor a través de campañas de sensibilización del mercado sobre las ventajas del "Made in Europe".

Modelo clásico		Modelo actual
Propuesta de valor		
Coste	Diferenciación	Personalización En mayor o menor grado, las empresas pueden personalizar el producto
Configuración de la producción		
Producción local	Outsourcing (subcontratación)	Offshoring / Reshoring Combinación de producción local e internacional. Tendencia a relocalizar procesos (por avances en Industria 4.0 y customización)
Principios y cultura corporativa		
Económicos	Responsabilidad social (RSC)	Sostenibilidad Incorporación de prácticas sostenibles (sociales y medioambientales) a todas las áreas de la empresa (diseño, producción, gestión de RRHH, etc.)
Modos de operación		
Agentes / distribuidores (independientes)	Redes propias	Filiales/franquicias/venta online: combinación Estrategia omnicanal. Distribución combinada: redes propias, partners independientes o grandes distribuidores (canal físico y online)
Redes		
Sin cooperación	Cooperación sin participación	Cooperación con participación Acceso a redes mediante participación directa en organizaciones (complementarias) ubicadas en destino

Tabla 2. Fuente: elaboración propia a partir del informe "Anuario 2021 de la Industria española del Hábitat" y opiniones de expertos de cada industria

Tendencias y perspectivas de la industria del hábitat en el actual contexto global

En el primer semestre de 2024, se nota una cierta mayor apatía en los mercados, afectando directamente a las ventas, los recursos y las inversiones. La situación varía según el bloque económico: el mercado norteamericano continúa creciendo, mientras que en Europa, la demanda permanece estancada. Para el segundo semestre, se espera cierta activación de mercados en segmentos medios-altos y altos en Latinoamérica, Oriente Medio o África. En cuanto a nichos específicos, los mercados relacionados con el contract y las reformas de viviendas mantienen su impulso. No obstante, se observa una ralentización más marcada en los equipamientos para el hogar.

No obstante, en este artículo analizaremos una serie de tendencias críticas que están configurando el futuro del sector del hábitat más allá de la actual coyuntura. Estas tendencias fueron identificadas a través del panel de expertos realizado en el mes de marzo de 2024. En este panel, recogimos respuestas de directivos de empresas y asociaciones del hábitat con el objetivo de conocer sus percepciones sobre el sector. Así, a través de un enfoque práctico, abordaremos cómo el reshoring, la creciente importancia de la sostenibilidad, los avances en inteligencia artificial y la adopción de una mentalidad “glocal” están influyendo decisivamente en la evolución de esta industria. Cada uno de estos elementos representa no solo un desafío, sino también una oportunidad significativa para las empresas que buscan adaptarse y prosperar en el actual contexto global.

1. El reshoring y la regionalización de las CVG

En el nuevo entorno global, caracterizado por una creciente incertidumbre, dinamismo y complejidad, se hace imprescindible reconsiderar el diseño de las cadenas de suministro globales, buscando no sólo eficiencia, sino también una mayor resiliencia ante futuras adversidades. Una tendencia que se está extendiendo en algunas cadenas es un viraje hacia la regionalización de estas. Esto implica la configuración de cadenas con menos eslabones, más cortas y flexibles, sacrificándose eficiencia productiva a cambio de mejoras en la seguridad del suministro. Estas cadenas regionalizadas estarán orientadas hacia la colaboración entre economías que se encuentran geográficamente próximas. Además, las principales empresas multinacionales en estas cadenas —tanto fabricantes como grandes distribuidores— probablemente diversificarán su base de proveedores fomentando relaciones cooperativas a largo

plazo y el crecimiento de la producción internacional sobre una base más local o regional.

En muchos casos, esta estrategia supondrá la vuelta a los mercados finales de parte de las operaciones de producción que previamente habían sido trasladadas al extranjero. Esta reorganización a nivel empresarial de la producción se conoce como “reshoring” y representa una reevaluación significativa de las decisiones de localización de la producción y suministro en las cadenas de valor, donde las empresas buscan un equilibrio óptimo entre costes, calidad, agilidad y sostenibilidad en un mundo cada vez más interconectado y sujeto a rápidos cambios. En concreto, el reshoring es una estrategia empresarial que implica el retorno (total o parcial) al país de origen o a países cercanos de operaciones previamente deslocalizadas.

El reshoring se está consolidando como una estrategia atractiva para las empresas que buscan optimizar sus operaciones, principalmente por la oportunidad de reducir costes ocultos asociados al offshoring, como son los gastos de transporte y logística, además de mejorar la eficiencia operativa.

Este enfoque permite a las empresas ejercer un control más riguroso sobre la calidad del producto y los procesos de producción, asegurando altos estándares y una capacidad de respuesta más dinámica ante las fluctuaciones del mercado. Además, el compromiso con prácticas sostenibles y la preferencia por productos “hechos en casa” son factores importantes que impulsan el reshoring, alineándose con un enfoque más ecológico y potenciando la percepción positiva de la marca. La búsqueda de cadenas de suministro más cortas y resilientes, motivada por la necesidad de mitigar riesgos y asegurar una mayor estabilidad operativa frente a interrupciones globales, también juega un papel crucial. Factores como incentivos económicos y políticas gubernamentales favorables, junto con los avances en tecnología, como la auto-

matización y la robótica, hacen que la manufactura local sea más competitiva, cerrando la brecha de costes con la producción en el extranjero y aprovechando el talento especializado disponible en los países desarrollados.

Aunque aún falta consolidar una base de evidencia empírica robusta sobre el reshoring en el sector del hábitat en Europa, existen estudios preliminares que arrojan luz sobre esta tendencia. El European Reshoring Monitor destaca, por ejemplo, la situación en el territorio europeo entre los años 2015 y 2018, señalando avances significativos en la industria manufacturera italiana, particularmente en los sectores textil y de componentes auxiliares. Este análisis revela una recuperación notable en términos de empleo, procesos productivos y revitalización de fábricas, además de impulsar iniciativas empresariales en subsectores que parecían en declive.

En el contexto español, el grupo INGLOBES, en colaboración con la Federación Hábitat de España, recientemente ha llevado a cabo una investigación que aporta perspectiva sobre la relocalización industrial en estos ámbitos específicos. Según este estudio, la adopción de estrategias de reshoring en el sector del hábitat es menos común de lo esperado. De las 240 respuestas obtenidas en un cuestionario centrado en la relocalización, 57 correspondieron a empresas vinculadas al hábitat. Dentro de este grupo, únicamente 15 compañías reportaron haber implementado decisiones de relocalización, con una concentración particular en los sectores del textil e iluminación.

Este estudio sobre la relocalización en el sector del hábitat reveló una serie de hallazgos clave, destacando la tendencia de las empresas a relocalizar principalmente la adquisición de materias primas y productos intermedios. Esto no solo evidencia una fuerte dependencia de los mercados extranjeros para estos insumos, sino que también sugiere un esfuerzo por parte de las empresas para innovar y ganar soberanía en sus cadenas de suministro a través de la búsqueda de proveedores locales o la utilización de materiales alternativos. Al mismo tiempo, la relocalización de ciertos procesos ofrece a las empresas un mayor control sobre los costes en las etapas iniciales de la cadena de suministro, lo cual podría potenciar su competitividad, especialmente en un contexto donde las CVG tienden hacia la regionalización.

La mayoría de las acciones de relocalización identificadas en el estudio fueron parciales, orientándose principalmente hacia el país de origen de las empresas. Esto indica un deseo de recuperar el control sobre segmentos críticos de la cadena de valor, siendo las actividades de mayor valor añadido, como el diseño y la I+D, las que más probablemente retornarán al país de origen. Sin embargo, las empresas enfrentan barreras significativas para el reshoring, incluyendo desafíos para mantener la competitividad en precios y la escasez o ausencia de ciertos insumos o capacidades productivas localmente. Entre las motivaciones para relocalizar, se destacan la sostenibilidad, la proximidad al mercado final, la intención de forjar relaciones más estrechas con socios locales y el impacto de las tensiones geopolíticas.

Los encuestados también propusieron varias líneas de actuación a nivel institucional, como fomentar la adopción de nuevas tecnologías productivas relacionadas con la Industria 4.0, ofrecer ayudas y orientación para modelos de negocio sostenibles, y estimular la cooperación empresarial, especialmente importante en sectores con una alta presencia de empresas de tamaño medio reducido, como es el caso del hábitat.

Los resultados preliminares indican que las empresas que han adoptado estrategias de reshoring han experimentado mejoras notables en varios frentes, incluyendo la reducción de riesgos, la calidad de producción, la sostenibilidad del negocio y la imple-

mentación de nuevas tecnologías. Estos hallazgos sugieren que, a pesar de los desafíos, el reshoring puede ofrecer beneficios significativos para las empresas en el sector del hábitat.

2. La sostenibilidad en el sector del hábitat

La sostenibilidad representa un doble desafío para el sector del hábitat, actuando simultáneamente como un catalizador para la diferenciación en el mercado y, potencialmente, como una amenaza para aquellas empresas que aún no se encuentran equipadas para abordar sus implicaciones. Esta dualidad subraya la importancia de una transición consciente hacia prácticas sostenibles, no solo como un mandato ético para la protección del medio ambiente, sino también como una estrategia crucial para asegurar la relevancia y el éxito a largo plazo en un escenario global cada vez más consciente de la sostenibilidad.

La relevancia de prácticas sostenibles en este sector es indiscutible, dada su influencia directa en el uso de recursos naturales y la generación de residuos. La producción sostenible no solo ayuda a proteger el medio ambiente y conservar recursos para generaciones futuras, sino que también puede mejorar la imagen de marca, satisfacer la demanda del consumidor por productos responsables y generar ahorros a largo plazo a través de la mejora de la eficiencia.

Según los expertos del sector, si bien hay una creciente conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad, existe una tendencia a enfocarse más en los procesos que en los productos. La sostenibilidad de proceso busca optimizar la cadena de producción y distribución para reducir su impacto ambiental mediante la implementación de prácticas como la disminución en el uso de agua, energía y materias primas, la reducción de los residuos generados, la mejora en la gestión de la cadena de suministro y la adopción de políticas laborales que promuevan la responsabilidad social y ambiental. Estos esfuerzos requieren inversiones significativas en tecnología y un cambio en la cultura corporativa, lo que puede generar cierta resistencia interna. Asegurar la adherencia a estándares sostenibles a lo largo de toda la cadena de suministro también presenta desafíos tanto logísticos como financieros. En los últimos años, se ha observado un aumento en la conciencia y el compromiso por parte de las empresas así como de los empleados y consumidores hacia la sostenibilidad de proceso. Esto indica un cambio positivo hacia prácticas más responsables, aunque aún queda mucho camino por recorrer.

Por otro lado, la sostenibilidad en el producto requiere una transformación en la mentalidad empresarial que resulta desafiante. La búsqueda de materiales sostenibles y el desarrollo de diseños que cumplan con los criterios de sostenibilidad, sin sacrificar calidad o funcionalidad, implica dificultades internas significativas, desde los costes de producción hasta la propia percepción del mercado. Los productos sostenibles frecuentemente se perciben como más caros y no todos los consumidores están dispuestos o pueden afrontar el coste adicional. Además, la presión regulatoria y las demandas de grandes distribuidores por productos sostenibles imponen a menudo estos cambios sin una consideración adecuada de los costes para empresas y consumidores.

Este panorama subraya la necesidad de adoptar un enfoque equilibrado entre lo "óptimo" y lo "posible" que considere tanto la sostenibilidad de proceso como de producto. La colaboración entre empresas, consumidores y reguladores será fundamental para superar los desafíos y aprovechar las oportunidades que la sostenibilidad presenta en la producción de bienes para el hogar.

3. La inteligencia artificial

La incorporación de la Inteligencia Artificial (IA) en el sector del hábitat puede representar un cambio significativo en cómo las empresas diseñan, fabrican, movilizan y comercializan sus productos. Esta transformación digital promete una era de innovación y eficiencia, pero al mismo tiempo, plantea desafíos y riesgos que deben ser cuidadosamente manejados. La clave para hacer frente a este nuevo paradigma será la búsqueda de un equilibrio entre el aprovechamiento de las ventajas tecnológicas para el negocio y la atención a las consecuencias éticas y sociales que estas implican.

Expertos del sector señalan que la IA tiene la capacidad de analizar tendencias de mercado y preferencias de los consumidores en tiempo real, permitiendo a las empresas adaptar sus ofertas a las necesidades actuales de manera más precisa. Este análisis profundo mejora significativamente la capacidad de respuesta ante las demandas del mercado, resultando en productos que no solo satisfacen, sino que anticipan los deseos de los consumidores. La implementación de chatbots impulsados por IA y asistentes virtuales complementa esta adaptabilidad, asegurando un servicio al cliente constante. Estas herramientas tecnológicas enriquecen la experiencia del cliente, fortaleciendo su conexión y fidelidad hacia la marca.

Adicionalmente, la IA puede ser un instrumento clave en la optimización de la eficiencia operativa. A través de la automatización de procesos críticos, como la gestión de las cadenas de suministro y la atención al cliente, las empresas pueden lograr un rendimiento superior.

La IA permite pronosticar demandas, optimizar rutas logísticas y personalizar la interacción con clientes en diversos idiomas y contextos culturales, potenciando así la presencia global de las empresas y su penetración en nuevos mercados. La habilidad para analizar grandes volúmenes de datos de múltiples fuentes se traduce en una ventaja competitiva al identificar oportunidades de expansión y ajustar estrategias de entrada de mercado de forma más eficaz.

No obstante, la integración de la IA conlleva el desafío de enfrentarse a diferentes regulaciones sobre su uso y la protección de datos personales, que varían significativamente entre países y regiones. Esta diversidad regulatoria exige a las empresas adoptar estrategias flexibles y capaces de ajustarse a las particularidades de cada jurisdicción. A su vez, la automatización impulsada por la IA puede provocar una reducción en la necesidad de mano de obra, presentando desafíos en la gestión de recursos humanos y potenciales conflictos sociales.

4. Una mentalidad “glocal” en la respuesta a los mercados internacionales

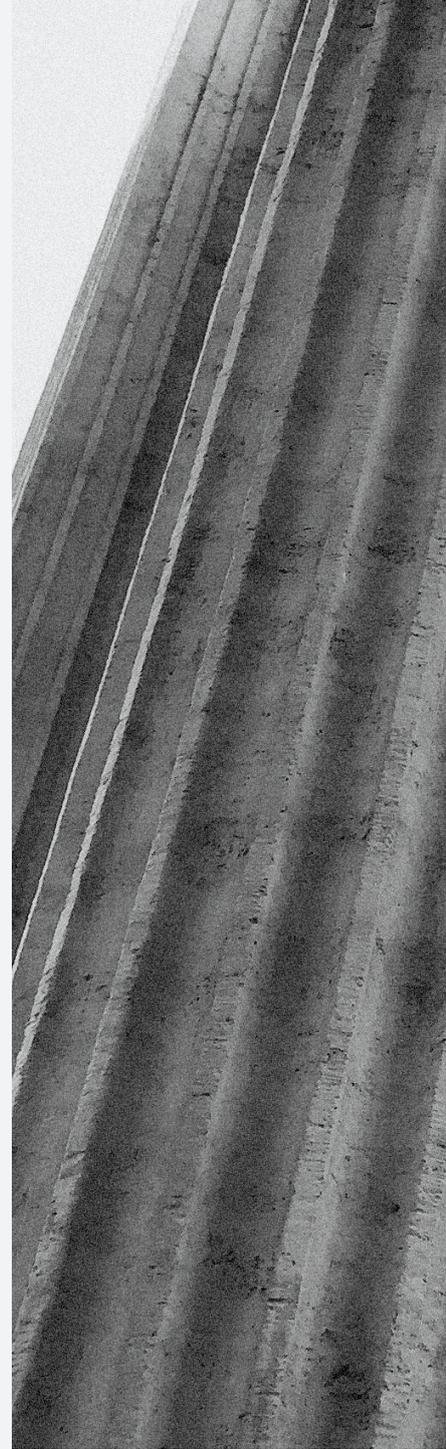
El principio de “pensar globalmente y actuar localmente” se ha establecido como una estrategia esencial en el ámbito empresarial, ofreciendo una guía para navegar las complejidades del mercado global. A pesar de su aparente simplicidad, la aplicación práctica de esta filosofía encierra desafíos notables, particularmente en sectores tan cambiantes y orientados al consumidor como el del hábitat. Este enfoque exige que las empresas desarrollen estra-

tegias que les permitan lograr un delicado equilibrio: maximizar la eficiencia a través de economías de escala y procesos estandarizados, mientras se mantienen sensibles a los mercados locales.

Dentro del sector del hábitat, caracterizado por una fuerte demanda de innovación y personalización, las empresas se encuentran en una encrucijada. Deben decidir qué aspectos de sus operaciones pueden ser globalizados y cuáles deben ser meticulosamente adaptados para cada mercado local. La tensión entre la necesidad de estandarización global y la adaptación local se intensifica ante el creciente apetito de los consumidores por productos innovadores, diversificados y personalizados. A esto se suma el desafío de cumplir con un espectro variado de normativas internacionales, lo que requiere una capacidad constante de adaptación y revisión de productos y operaciones.

Para enfrentar eficazmente estos desafíos, las empresas no pueden limitarse a depender únicamente de las directrices y recursos generados en la sede central. Es imprescindible la transición hacia modelos de internacionalización con una mayor presencia local (ya sea mediante filiales de ventas, centros logísticos o unidades de producción), que capten y respondan con agilidad a las necesidades locales, facilitando la comunicación de estos requerimientos hacia la central. Este enfoque descentralizado es fundamental para estimular el desarrollo y la integración de conocimientos especializados en toda la organización. Las empresas más exitosas en el sector del hábitat serán aquellas capaces de fomentar esta sinergia “glocal”.





Arquitectura, edificación y hábitat



06

Alianzas para impulsar el Ecosistema de la Arquitectura, la Edificación y el Hábitat



*Marta Vall-Ilossera Ferran
Presidenta del Consejo Superior de los Colegios de
Arquitectos de España (CSCAE)*

El círculo de los ODS de la Agenda 2030 de Naciones Unidas se cierra con un objetivo que aspira a fortalecer las alianzas y la asociación mundial como base de un desarrollo sostenible. Desde su creación, en 2018, el Observatorio 2030 del Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España (CSCAE) ha hecho bandera de este objetivo, integrando el conocimiento de cientos de expertos y entidades miembro entre las que, recientemente, tenemos el privilegio de sumar a la Federación (de industrias del) Hábitat. Su incorporación, con la presencia también de su presidente, Juan Ramón Revert, al panel de expertos y expertas que integran la Comisión de Visión y Estrategia del Observatorio 2030 del CSCAE refuerza la alación entre arquitectura, edificación y hábitat como vector de desarrollo social, económico y medioambiental en nuestro país.

Nos congratula, especialmente, esta alianza porque aporta el valioso conocimiento de la industria del hábitat para impulsar al sector de la edificación y, con ello, concretar iniciativas dirigidas a la salud y el bienestar de las personas y a la sostenibilidad de nuestro planeta, apostando por la calidad de la arquitectura y de los espacios que habitamos como motor fundamental del bien común.

Desde hace ya cinco años, el Observatorio 2030 del CSCAE ha trabajado por crear una gran alianza sectorial que supere la atomización tradicional del sector y marque la diferencia, aunando las visiones de los diferentes agentes implicados en el diseño, la planificación y la gestión de nuestros pueblos, ciudades y territorios con el fin, primero, de identificar los principales retos y las líneas de acción necesarias para darles respuesta.

Hecho esto, ahora llega el momento de aterrizar todo ese conocimiento generado por esta mesa transversal en beneficio de la sociedad y, para ello, necesitamos estar unidos, porque en la unión está nuestra fortaleza.

Es mediante alianzas y colaboraciones como la planteada con la incorporación de la Federación (de industrias del) Hábitat al Observatorio 2030 del CSCAE que pueden impulsarse proyectos con



una visión de 360ª que den respuestas a las actuales tendencias de índole social -como el teletrabajo, envejecimiento, el tamaño de las viviendas o la adecuación de espacios colectivos-, de gestión de recursos hídricos y energéticos -ahorro, eficiencia y descarbonización- en los ámbitos de la circularidad y la industrialización del sector.

El factor económico también es clave para poder lograr estos objetivos. Como se destacó durante la firma del convenio con la Federación Hábitat, el crecimiento de la economía española, en estos últimos años, reside, sobre todo, en servicios entre los que destaca el sector de la edificación, construcción e infraestructuras en el exterior gracias a la excelente calidad, flexibilidad y compromiso de las empresas, proveedores y profesionales, entre los que se encuentra una fuerte industria manufacturera de instalaciones, revestimientos y equipamientos del hábitat fuertemente orientada hacia la exportación. Todo esto supone una gran oportunidad económica que debiera permitir el empuje en las mejoras de índole social antes mencionadas.

Aunque el papel de la Comisión de Visión y Estrategia del Observatorio 2030 es clave para trazar una hoja de ruta encaminada hacia el 2050, ya ha identificado las principales líneas de trabajo para este año, y, en ese camino, el conocimiento de la Federación Hábitat será de gran valor. Esas prioridades son la potenciación del empleo y formación en la edificación y la arquitectura, abordando, en paralelo, la industrialización y la digitalización del sector; el impulso de la regeneración urbana con criterios integrales que establezcan un marco jurídico estable y que permita que se estimule la financiación, y la activación de acciones, en colaboración con las Administraciones Públicas competentes, para la creación de un parque de vivienda asequible, accesible, sostenible y saludable, ya que es un problema cada vez más acuciante.

El sector de la edificación juega un rol fundamental como palanca de cambio en la modernización y transformación económica, medioambiental y social de nuestro país. Es esencial para alcanzar los desafíos que afronta nuestra sociedad, aportando soluciones que, desde la unidad de todos los agentes que lo integramos, contribuyan a hacer de nuestros entornos urbanos espacios más habitables, saludables, inclusivos, sostenibles, innovadores y de calidad para las generaciones futuras.

Hay un arduo trabajo que realizar para adaptar los lugares que habitamos -nuestras casas, nuestros edificios, y los pueblos y ciu-

dades donde se erigen- a todos estos retos. No será sencillo, pero todos los agentes del sector, reunidos en torno a una única mesa, la del Observatorio 2030 del CSCAE, y con objetivos compartidos, somos un activo de cambio, un eslabón indispensable y estratégico para garantizar el bienestar de la población y la sostenibilidad del planeta, impulsando la economía española.

No hablamos de rehabilitar sino de re-habitar



Alfredo Sanz Corma
Presidente del Consejo General de la
Arquitectura Técnica (CGATE)

El sector de la edificación se encuentra en un momento único y singular donde, por primera vez en mucho tiempo, la rehabilitación ha cobrado un gran protagonismo.

Las consecuencias palpables y visibles del cambio climático en nuestro entorno urbano, así como la crisis energética –con el foco puesto en la reducción de la demanda por parte de todos los sectores, incluida la vivienda– nos han obligado a mirar hacia nuestros edificios, constatando la necesidad urgente de rehabilitar el parque existente.

Hablamos de mejorar la envolvente, de abordar la propia actualización de las instalaciones de grifería/calefacción/climatización, dotando a nuestros edificios de herramientas para hacer frente a los cambios que se avecinan. Y tampoco debemos olvidarnos del interior de los edificios, viviendas y otros espacios colectivos, ya que la renovación de algunos elementos, prestando atención a aspectos como la funcionalidad, habitabilidad o la accesibilidad, tienen un impacto muy positivo en la salud de las personas, en su interacción social y en el medio ambiente.

Es necesario rehabilitar con visión global; un planteamiento 360° donde también se contemplen otras actuaciones que redunden en la adecuación de los espacios interiores, (instalando rampas, ascensores; mejorando la señalización; adecuando los espacios de forma óptima, apostando por una adecuada iluminación, etc.) y mejoren la

salud, ergonomía y sostenibilidad del conjunto. Se trata, en definitiva, de situar a la persona en el centro de la ecuación.

Por este motivo, desde el Consejo General de la Arquitectura Técnica, CGATE, estamos trabajando con diferentes colectivos y entidades, y entre ellas la Federación Hábitat, para desarrollar canales de comunicación e intercambio de experiencias que nos permitan avanzar en una transformación más justa, sostenible y equilibrada de los edificios, las viviendas y otros espacios colectivos; apostando por esa visión integral de la rehabilitación, que ponga en valor aquellas actuaciones con las que se logra una mejora en la calidad de vida..

Así lo manifestamos ante el Ministerio de Vivienda, en un reciente encuentro en el que se puso de manifiesto que la vivienda es un problema colectivo que nos atañe a todos, poniendo el foco en la importancia de contar con un parque edificado no solo eficiente, sino saludable y digno, donde las personas, independientemente de su edad, condición física o necesidades especiales puedan habitar plenamente.

No podemos olvidar que nuestra forma de diseñar, construir y equipar un espacio tiene un impacto directo en la salud física y mental de los individuos, en sus interacciones sociales, laborales o económicas y, además, en el medio ambiente. No se trata únicamente de rehabilitar, debemos re-habitar nuestros espacios y hacerlo de manera consciente y plena.

• Tribuna/TRB2

El diseño interior como herramienta para la mejora de nuestras vidas



D. Andoni Diaz Torre

Presidente del Consejo General de Diseño Interior (CSCODDI).

En una época en la que tanto hablamos sobre la importancia de la salud, la física y la mental, es hora de pensar en sanar nuestros hogares. Regenerar nuestras viviendas, así como todos los espacios habitables, adaptarlos a las nuevas formas de vivir, a las nuevas necesidades de habitar y de relacionarnos entre nosotros y con el entorno. Es aquí donde el trabajo del diseño interior cobra relevancia.

¿De qué sirve invertir en salud si no lo hacemos de una forma transversal? Tenemos que ver el hogar como el principal espacio donde sanarnos, donde cuidarnos y mimarnos.

Para ello debemos contar con un espacio que esté a nuestro servicio, que nos sea práctico, útil y personal. Los espacios deben dar respuesta a la necesidad de cada uso, y así, los elementos deben responder a esta necesidad. Un hogar cómodo y personal, es aquel que se proyecta adaptado al usuario, con unas instalaciones adecuadas y con los elementos de mobiliario indicados.

Un mobiliario adaptado dará respuesta a su uso y necesidad, siguiendo unos requisitos de ergonomía, mantenimiento o limpieza entre otros, y adaptado al diseño interior de la estancia y del hogar. Aquí entramos los diseñadores y diseñadoras de interior, apoyados siempre en firmas de calidad que garanticen el resultado esperado, y proyectando los nuevos habitares como espacios de sanación. El diseño ayuda a mejorar nuestra salud, ya no solo de forma física con la adaptación de espacios y eliminación de barre-

ras, si no de una forma mucho más global, con la mejora de nuestra salud mental, nuestra paz interior y nuestra tranquilidad. Un espacio mejor adaptado es un espacio más seguro, más amigable, más acogedor y, en definitiva, más sanador.

Para mejorar todavía más este servicio de diseño como herramienta de salud, tenemos que comprometernos a reforzar la conexión entre las industrias de fabricación de elementos para el hábitat y los interioristas. Ello debe ayudar a mejorar aún más la calidad tanto del futuro diseño de estos elementos, desde mobiliario hasta textil o iluminación, así como la calidad del servicio profesional del diseño interior. Habíamos pensado que el mobiliario de “buen diseño” venía de otros países de Europa, así como que los “grandes decoradores y diseñadores” eran extranjeros, y no nos habíamos parado a pensar en la gran red de industrias creativas, creadores y diseñadores que tenemos en España. Es trabajo de todos poner en valor el diseño nacional, los diseñadores nacionales y las marcas españolas. El futuro del hábitat lo estamos trazando entre todos, y somos los responsables de dar respuesta a los requisitos que estos espacios tienen en la actualidad.



Informe económico y financiero



07

Índice de temas

01. El sector del hábitat	Pág. 48
02. Variables organizativas	Pág. 50
03. Análisis de la rentabilidad y retorno de la inversión	Pág. 52
04. Ratios financieras	Pág. 55
05. Medidas de productividad	Pág. 62
06. Pertenencia a grupos y redes externas	Pág. 70

Índice de tablas

Tabla 1. Tipo de empresa por subsector en el hábitat según número de empleados (datos: año 2021).	Pág. 50
Tabla 2. Antigüedad de las empresas por subsector en el hábitat.	Pág. 52
Tabla 3. Diferencia de medias para las variables "antigüedad" y ROS (datos reportados: medias de 2018-2022).	Pág. 53
Tabla 4. Diferencia de medias para las variables "antigüedad" y ROA (datos reportados: medias de 2018-2022).	Pág. 54
Tabla 5. Diferencia de medias para las variables "antigüedad" y ROE (datos reportados: medias de 2018-2022).	Pág. 54
Tabla 6. Participadas por subsector en la industria del hábitat.	Pág. 71
Tabla 7. Empresas con GUO (doméstico o extranjero) por subsector en la industria del hábitat (últimos datos disponibles en noviembre de 2023).	Pág. 71

Índice de gráficos

Gráfico 1. Número medio de empleados por subsector y en la industria del hábitat (medias de los años 2018-2022).	Pág. 51
Gráfico 2. Comparativa de las ratios ROA, ROE y ROS por subsector y en la industria del hábitat (2018-2022).	Pág. 55
Gráfico 3. Comparativa de los índices de liquidez por subsector (2018-2022).	Pág. 56
Gráfico 4. Comparativa del índice de fondo de maniobra por subsector (2018-2022).	Pág. 57
Gráfico 5. Comparativa de los índices de endeudamiento por subsector (2018-2022)	Pág. 58
Gráfico 6. Relación entre deuda neta y EBITDA por subsector1 (2018-2022).	Pág. 60
Gráfico 7. Relación entre EBITDA e ingresos de explotación por subsector (2018-2022).	Pág. 61
Gráfico 8. Ingresos de explotación medios y por empleado en cada subsector (2018-2022).	Pág. 62
Gráfico 9. Coste de los empleados y costes por empleado en cada subsector (2018-2022).	Pág. 64
Gráfico 10. Intensidad de capital media y por empleado en cada subsector (2018-2022).	Pág. 65
Gráfico 11. Inmovilizado inmaterial medio en cada subsector (2018-2022).	Pág. 67
Gráfico 12. Valor añadido medio y por empleado en cada subsector (2018-2022).	Pág. 69

*Grupo de investigación
Internacionalización, globalización y
estrategia (INGLOBEST)*

*José Pla Barber
Ana Botella Andreu
Andrea Pallás Rocafull
Christina Myriouni*

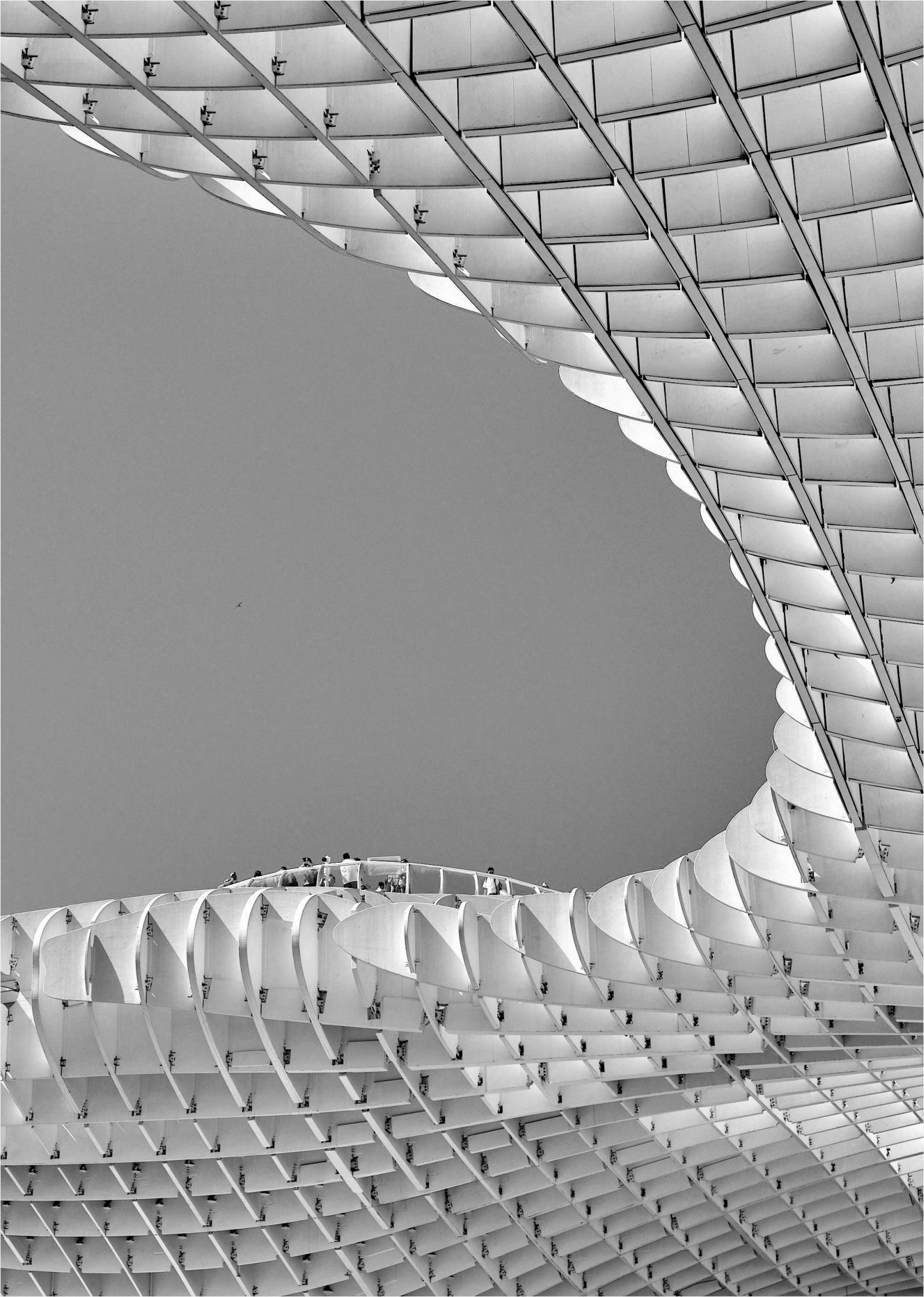
01. El sector del hábitat

Dentro del sector manufacturero en España, que aparece recogido en el capítulo C del CNAE 2009, podemos diferenciar un grupo que conformaría la llamada industria del hábitat. Esta estaría integrada a su vez por las industrias del mueble (incluyendo mueble de hogar, baño, cocina y oficina o técnico), textil hogar, iluminación y otros sectores afines como el de la grifería.

Esta parte del anuario se centra en el estudio de una muestra de 250 empresas consideradas representativas de este sector del hábitat para, a través su análisis, extraer conclusiones sobre las principales características de esta industria en España. Esta parte del estudio constituiría una actualización del informe realizado para el ejercicio 2021. La selección de estas empresas, así como el peso de cada sector industrial dentro de la muestra (al que en adelante llamaremos “subsector”), fueron delimitados en el anuario anterior en base a criterios tanto cuantitativos como cualitativos. Atendiendo a los ingresos de explotación y tomando el año 2019 como referencia dada la particular coyuntura económica del año 2020, se consideró en su momento el umbral mínimo de ingresos que precisaría de una auditoría externa (alrededor de 5,7 millones de euros) para así evitar excesivas imprecisiones en los datos. Adicionalmente, también se consideraron criterios cualitativos, contando así con la opinión de expertos de las asociaciones correspondientes a las industrias estudiadas para la elaboración de la muestra final. Finalmente, se agruparon los sectores que compondrían el hábitat atendiendo, principalmente, a su CNAE y a la similitud de sus modelos de negocio, quedando la muestra organizada de la siguiente manera:

- Muebles de oficina y técnicos: 40 empresas.
- Muebles y textiles para el hogar: 100 empresas.
- Mueble de descanso: 20 empresas.
- Espacio de grifería, cocina y baño: 70 empresas.
- Iluminación: 20 empresas.

En esta sección del anuario, por tanto, se analizarán las características organizativas de las empresas de la muestra, su rentabilidad, estabilidad financiera, productividad y perfil corporativo. Para ello, se parte de la información disponible en las bases de datos ORBIS y SABI para los años 2018, 2019, 2020, 2021 y 2022 (incluyendo así dos años más con respecto al informe anterior). Cabe comentar en este punto tres cuestiones. La primera, que los datos han vuelto a descargarse para contar con la información más actual y completa,



por tratarse tanto ORIBS como SABI de bases de datos en constante actualización al basarse en las cuentas depositadas por las empresas. La segunda, que ocho empresas de la muestra anterior han sido cambiadas por distintos motivos que hacían que ya no cumplieran con los requisitos básicos. Y la tercera, que los datos correspondientes a 2022 cuentan con un elevado porcentaje de datos perdidos, los cuales han sido tratados mediante el método de sustitución por la media de la serie, si bien en algunos casos ha sido necesario otro tipo de tratamiento por distorsionar los datos en exceso. Estas cuestiones no alteran el análisis propuesto ni las tendencias observadas. Considerando los datos perdidos y atípicos de la muestra, también se han calculado valores medios para el periodo estudiado con el fin de aportar un análisis más realista.

02. Variables organizativas

En esta parte del informe, evaluamos las características de las empresas del hábitat mediante la comparación entre subsectores del tamaño medio empresarial; el tipo de empresa en términos de si son pequeñas, medianas o grandes; y la experiencia o antigüedad medias en cada subsector.

Con respecto al análisis de los tipos de empresa predominantes en estas industrias en términos de tamaño, se ha atendido al número de empleados reportado para el año 2021 por ser el ejercicio más reciente con más datos disponibles. Siguiendo los criterios de la Comisión Europea (2014), tales tipos de empresa podrán ser pequeñas empresas (de 10 a 50 empleados, aunque hemos considerado las de menos de 10 en este grupo también), medianas (entre 50 y 250) o grandes empresas (de más de 250 trabajadores). Los datos reportados reflejan que, en esta muestra, el tipo de empresa predominante sería la mediana (continuando con la tendencia reflejada en el anuario anterior), siendo en esta ocasión las áreas de grifería, cocina y baño, así como la de muebles

y textiles para el hogar las que concentrarían un mayor número de grandes empresas. Destacan también estos dos subsectores, junto con el de muebles de descanso, por su clara tendencia hacia el tamaño mediano. De esta manera, la muestra contendría 77 pequeñas empresas, 148 medianas y 25 grandes empresas.

En relación con el tamaño medio de las empresas en cada subsector, se muestra tanto la media de los años bajo análisis (2018-2022) como la evolución de tales valores medios. A partir de estos datos observamos que, en general y con alguna excepción (donde habría que tener en cuenta la presencia de datos perdidos, especialmente en 2022, que afectan a los números de algunos subsectores más que otros), el tamaño medio empresarial ha ido aumentando. De nuevo, apreciamos que la empresa "mediana" parece ser la predominante, siendo el tamaño medio empresarial mayor en los subsectores de mueble de descanso y en el espacio de grifería, cocina y baño (en este último caso cabe considerar la presencia de grandes empresas fabricantes). De hecho, los únicos subsectores que superarían la media del hábitat para este periodo de tiempo (138,14 trabajadores) serían los dos mencionados, siguiendo la misma tendencia que en el anuario anterior.

Con respecto a la experiencia de las empresas de la muestra, los datos que observamos son también muy similares a los del anuario de 2021. La antigüedad media para toda la muestra se sitúa alrededor de los 30 años, siendo la presencia de las empresas más jóvenes mucho menor. El grupo que incluye un mayor porcentaje de empresas sería aquel con más de 20 años de experiencia, lo que podría estar reflejando la mayor tradición en la industria del hábitat, así como la supervivencia de las empresas analizadas que, de hecho, representan algunas de las organizaciones más exitosas en estos sectores (confirmando así cuestiones ya señaladas anteriormente en el anuario pasado).

Tipo de empresa Subsector	Pequeña (10-50)	Mediana (50 - 250)	Grande (> 250)	TOTAL MUESTRA
Mueble de oficina y técnico	17 (42,5%)	19 (47,5%)	4 (10%)	40 (100%)
Muebles y textiles para el hogar	33 (33%)	61 (61%)	6 (6%)	100 (100%)
Mueble de descanso	3 (15%)	13 (65%)	4 (20%)	20 (100%)
Espacio de grifería, cocina y baño	12 (17,14%)	48 (68,57%)	10 (14,29%)	70 (100%)
Iluminación	12 (60%)	7 (35%)	1 (5%)	20 (100%)
TOTAL	77 (30,8%)	148 (59,2%)	25 (10%)	250 (100%)

Tabla 1. Tipo de empresa por subsector en el hábitat según número de empleados (datos: año 2021).
Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

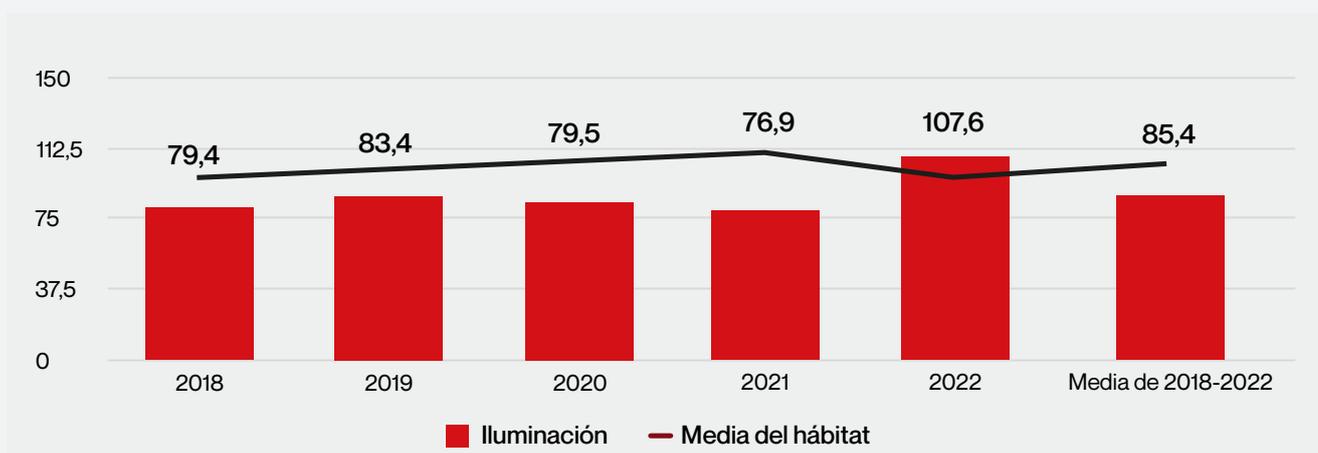
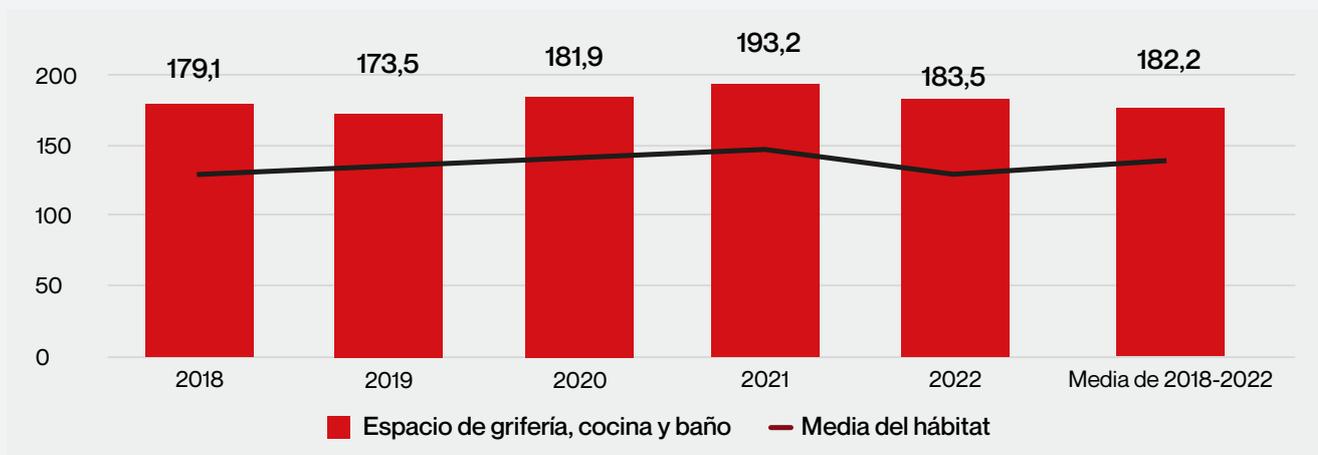
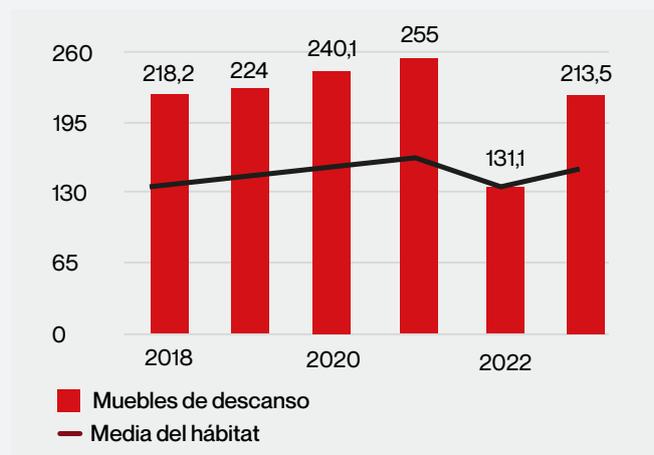
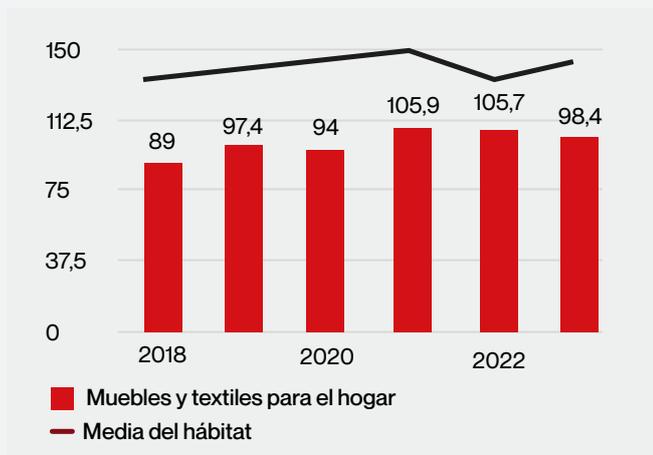
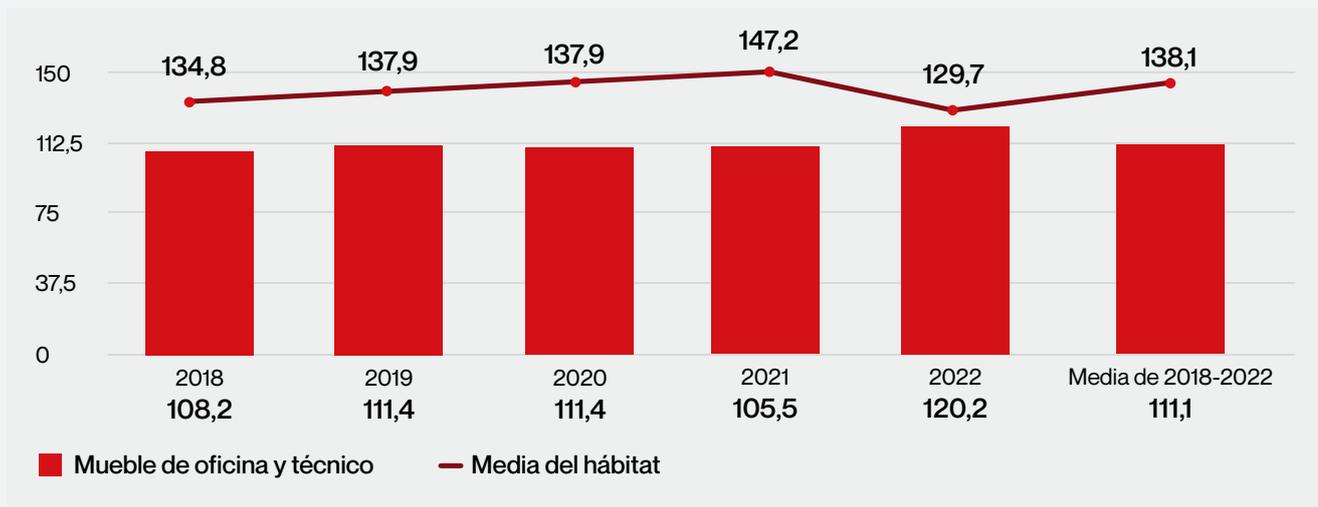


Gráfico 1. Número medio de empleados por subsector y en la industria del hábitat (medias de los años 2018-2022).
Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

Con respecto a la experiencia de las empresas de la muestra, los datos que observamos son también muy similares a los del anuario de 2021. La antigüedad media para toda la muestra se sitúa alrededor de los 30 años, siendo la presencia de las empresas más jóvenes mucho menor. El grupo que incluye un mayor porcentaje de empresas sería aquel con más de 20 años de experiencia, lo que podría estar reflejando la mayor tradición en la industria del hábitat, así como la supervivencia de las empresas analizadas que, de hecho, representan algunas de las organizaciones más exitosas en estos sectores (confirmando así cuestiones ya señaladas anteriormente en el anuario pasado).

03. Análisis de la rentabilidad y retorno de la inversión

En este apartado analizamos la rentabilidad de las empresas de la muestra como una aproximación a la rentabilidad de los sectores que componen el hábitat. En concreto, reportamos datos sobre el retorno sobre su activo (ROA), fondos propios (ROE) y ventas (ROS). Las ratios ROA y ROE han sido obtenidas de la base de datos ORBIS, mientras que la ratio ROS ha sido calculada a partir de los datos recogidos.

La ratio ROS (Return on Sales), que se calcula como el cociente entre el EBIT (Earnings Before Interest and Taxes) y la cifra de ventas, reporta información relativa al retorno sobre las ventas de la empresa. En este caso, la media del sector del hábitat está en un 6,29% para el tramo de 2018-2022, siendo un dato prácticamente igual al del anuario anterior. Además, si bien se observa que a lo largo de ese periodo de tiempo ha habido cierta tendencia al descenso en esta ratio, probablemente debido a la coyuntura económica a partir de ejercicios como el de 2020, parece que en 2022 hay cierta recuperación. Por sectores, observamos que la evolución de este indicador es similar, siendo menos positiva de lo que se observaba en el informe de 2021, probablemente debido a que los datos ahora están más completos en años anteriores

a 2022. En el caso del mueble de oficina, observamos cierto estancamiento en los años 2020 y 2021 en el que la ratio desciende considerablemente, si bien la evolución de los años anteriores es favorable y también parece recuperarse en 2022. En el caso de los muebles y textiles para el hogar, el patrón continúa siendo positivo, ocurriendo algo similar con el mueble de descanso, si bien en este último hay un descenso en el año 2020. Los espacios tanto de iluminación como de grifería, cocina y baño muestran una evolución positiva más o menos estable, con algún descenso en el caso del área de iluminación en años particulares como 2019, 2020 o 2021, pareciendo que se recupera en 2022. Asimismo, apreciamos que, según la media de los cinco años observados, los espacios de iluminación y grifería, cocina y baño son los que obtienen un mayor retorno de sus ventas, superando ambos dicha media. **En general, podríamos decir que estos subsectores parecen disponer de capacidad para obtener retornos crecientes sobre sus ventas.**

Por otro lado, hemos analizado si las empresas de determinada antigüedad obtendrían un retorno superior o inferior que no se debiera al azar. Esto lo hemos hecho mediante una prueba de diferencia de medias. En el caso de la ratio ROS, aunque se observa que, en general, **las empresas más jóvenes tienden a obtener un retorno superior sobre sus ventas (8,40%)**, la prueba estadística no confirma que la relación entre antigüedad o experiencia y la ratio ROS sea significativa para un nivel de confianza del 95% ($0.757 > 0.05$). Es decir, aunque se aprecia que en todas las industrias del hábitat la tendencia que es que las empresas más jóvenes perciben un mayor retorno de sus ventas, variando las diferencias de sector a sector (excepto en el caso del espacio de grifería, cocina y baño, donde ocurriría lo contrario), en el caso de esta ratio y según la prueba estadística, la experiencia de la empresa no supondría una diferencia con respecto al retorno que esta puede obtener sobre sus ventas. Podría darse la situación de que otros factores destaquen por encima de dicha antigüedad.

Tipo de empresa Subsector	5 años o menos		Entre 6 y 20 años		Más de 20 años		Años de experiencia
	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	
Mueble de oficina y técnico	-	-	8	20	32	80	32,58
Muebles y textiles para el hogar	1	1	20	20	79	79	34,81
Mueble de descanso	2	10	5	25	13	65	26,50
Espacio de grifería, cocina y baño	2	3	13	19	55	79	33,50
Iluminación	-	-	4	20	16	80	31,60
TOTAL	5	2	50	20	195	78	33,16

Tabla 2. Antigüedad de las empresas por subsector en el hábitat.

Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023). / Año de referencia para el cálculo: 2023.

ROS (%) por subsector	Mueble de oficina y técnico	Muebles y textiles para el hogar	Mueble de descanso	Espacio de grifería, cocina y baño	Iluminación
Antigüedad					
5 años o menos	-	18	5,70	6,10	-
Entre 6 y 20 años	5,73	6,79	5,04	7,09	10,60
Más de 20 años	3,51	6,03	6,88	7,43	6,48
Antigüedad	ROS (%) (media de toda la muestra)				
5 años o menos	8,40				
Entre 6 y 20 años	6,83				
Más de 20 años	6,11				
Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes: 0.757					

Tabla 3. Diferencia de medias para las variables "antigüedad" y ROS (datos reportados: medias de 2018-2022). Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS y SABI (2023).

En segundo lugar, analizando la **ratio ROA** observamos que, de manera similar a la ratio ROS y en términos generales, aunque parece haber una tendencia creciente al principio del periodo de tiempo observado, sobre todo a partir del 2020 **el retorno sobre el activo de las empresas parece haberse estancado**, algo que ya apreciábamos en el anuario anterior en cierta medida. No obstante, dado que en general los valores son óptimos y, de hecho, parecen recuperarse con posterioridad a tal ejercicio de manera general, podríamos seguir considerando dicho descenso como algo relativamente puntual y probablemente influenciado por la crisis provocada por la pandemia. De esta manera, podríamos decir que, en mayor o menor medida, estas industrias sí serían capaces de obtener un retorno de sus inversiones en capital, siendo dicho **retorno superior al 5% en la mayoría de los casos y tendente al crecimiento** de manera habitual. En cuanto a la media de la industria (7,39%), esta se ve superada por el sector de la iluminación, el del espacio de grifería, cocina y baño, y también el de muebles y textiles para el hogar. Observando este dato junto con la ratio ROS, apreciamos que en ocasiones ambas ratios siguen direcciones similares durante el periodo de tiempo estudiado. Así, podríamos confirmar algo que ya detectábamos en el anuario anterior: se trata de sectores con modelos productivos y estructuras de costes que podrían contribuir a conseguir un mayor retorno sobre las ventas realizadas y el activo invertido.

Analizando ahora la relación entre la ratio ROA y la antigüedad de las empresas, una vez más son **las empresas más jóvenes las que reportan retornos superiores** de manera general (si bien en el anuario pasado la excepción fue el sector de iluminación, en esta ocasión sería el espacio de grifería, cocina y baño en cierta medida, pues los dos primeros grupos de experiencia presentan valores similares). No obstante, la prueba estadística no arrojaría un resultado significativo para un nivel de confianza del 95% ni del 90% ($0.111 > 0.1 > 0.05$). Por tanto, aunque se observa esa propensión de las empresas más jóvenes a obtener un ROA superior, lo que podría deberse a que las entidades con más experiencia estén empleando prácticas más tradicionales y/o a que las organizacio-

nes más jóvenes puedan estar siguiendo rutinas organizativas o modelos de negocio más innovadores o disruptivos, estadísticamente no podríamos considerar la relación experiencia-ROA como significativa.

Finalmente, la ratio ROE refleja el grado de rentabilidad de las empresas en términos del retorno que pueden obtener a partir de sus fondos propios. Expresada como porcentaje, se aprecia que la tendencia en el sector del hábitat es dispar, al igual que en el anuario anterior. En general, hay bastante variabilidad de un año a otro en todas las industrias, encontrándonos con periodos de crecimiento y periodos de descenso considerable (normalmente en los ejercicios 2020 o, en menor medida, 2021, teniendo que considerar también la presencia de valores perdidos). De nuevo, son los sectores de mueble de descanso, iluminación y el espacio de grifería, cocina y baño los que superan la media para el periodo indicado (13,73%). No obstante, siendo los datos anteriores a 2020 bastante positivos, cabe continuar considerando la capacidad del hábitat para ser rentable en general.

La prueba de diferencia de medias parece indicar una vez más que las empresas más jóvenes tienden a reportar un retorno superior, excepto en los casos de iluminación (aunque aquí la diferencia es pequeña) y el espacio de grifería, cocina y baño (donde se observa que es el grupo medio el que obtiene mayor retorno, al igual que en el anuario 2021). En esta ocasión, la prueba estadística sí es significativa para la muestra total y para un nivel de confianza del 95% ($0.020 < 0.05$). Así, las variables de experiencia y la ratio ROE sí estarían relacionadas o, dicho de otro modo, el que las empresas más jóvenes muestren retornos superiores a partir de sus fondos propios sí sería estadísticamente significativo y no debido al azar. Esto podría estar también relacionado con una mayor propensión innovadora por parte de estas entidades. Además, observamos que las tendencias señaladas por estas tres pruebas con respecto a las ratios ROS, ROA y ROE se mantiene con respecto al anuario anterior, confirmando análisis anteriores.

ROA (%) por subsector	Mueble de oficina y técnico	Muebles y textiles para el hogar	Mueble de descanso	Espacio de grifería, cocina y baño	Iluminación
Antigüedad					
5 años o menos	-	26,84	13,55	10,02	-
Entre 6 y 20 años	5,74	9,85	8,53	10,04	10,27
Más de 20 años	3,98	7,11	5,67	7,76	9,18
Antigüedad	ROA (%) (media de toda la muestra)				
5 años o menos	14,8				
Entre 6 y 20 años	9,15				
Más de 20 años	6,86				
Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes: 0.111					

Tabla 4. Diferencia de medias para las variables "antigüedad" y ROA (datos reportados: medias de 2018-2022).
Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

ROE (%) por subsector	Mueble de oficina y técnico	Muebles y textiles para el hogar	Mueble de descanso	Espacio de grifería, cocina y baño	Iluminación
Antigüedad					
5 años o menos	-	37,53	24,38	17,26	-
Entre 6 y 20 años	11,24	19,63	20,62	25,43	13,19
Más de 20 años	8,08	11,57	10,40	15,83	14,66
Antigüedad	ROS (%) (media de toda la muestra)				
5 años o menos	24,16				
Entre 6 y 20 años	19,38				
Más de 20 años	12,37				
Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes: 0.020					

Tabla 5. Diferencia de medias para las variables "antigüedad" y ROE (datos reportados: medias de 2018-2022).
Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

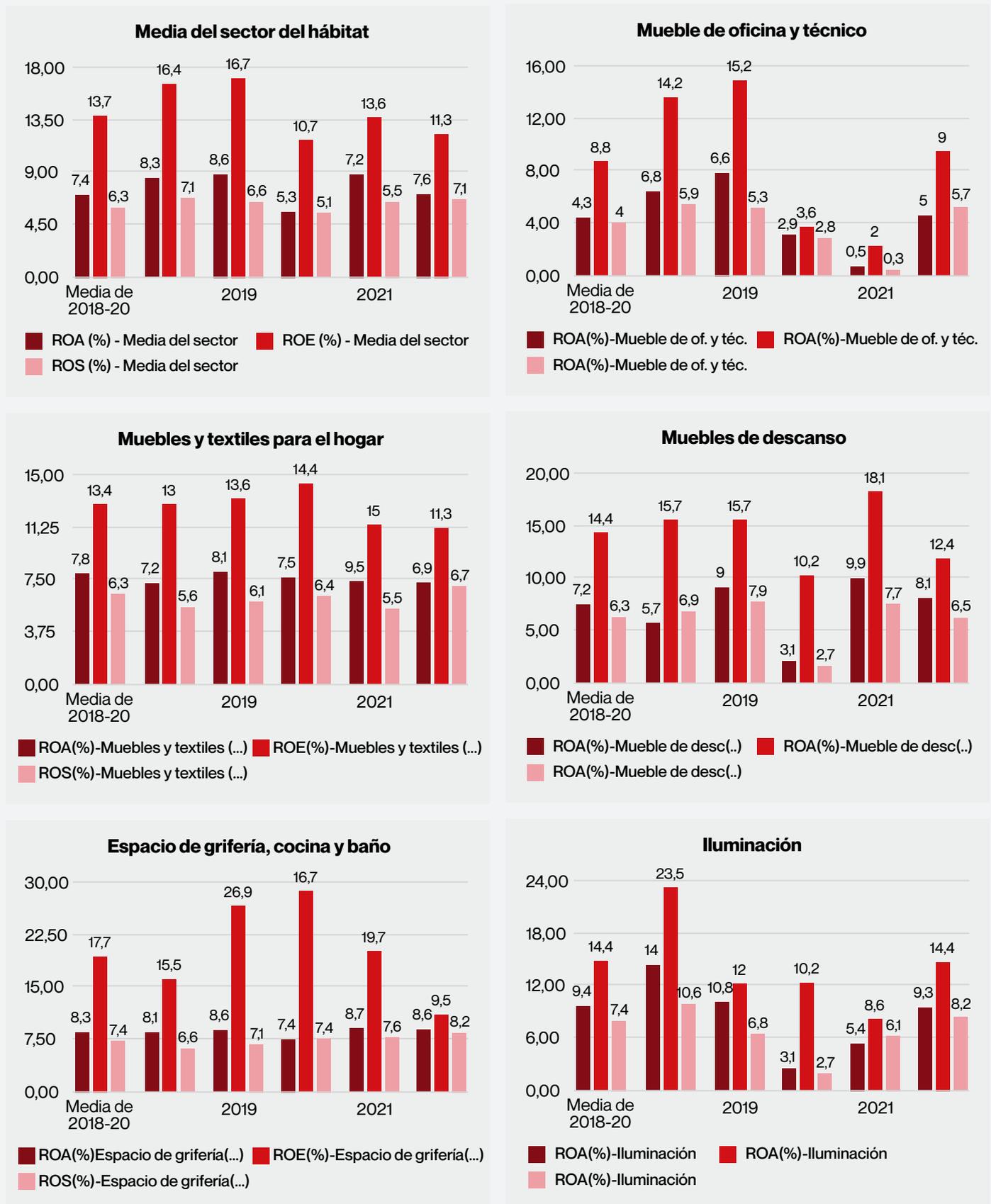


Gráfico 2. Comparativa de los ratios ROA, ROE y ROS por subsector y en la industria del hábitat (2018-2022).

Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS y SABI (2023).

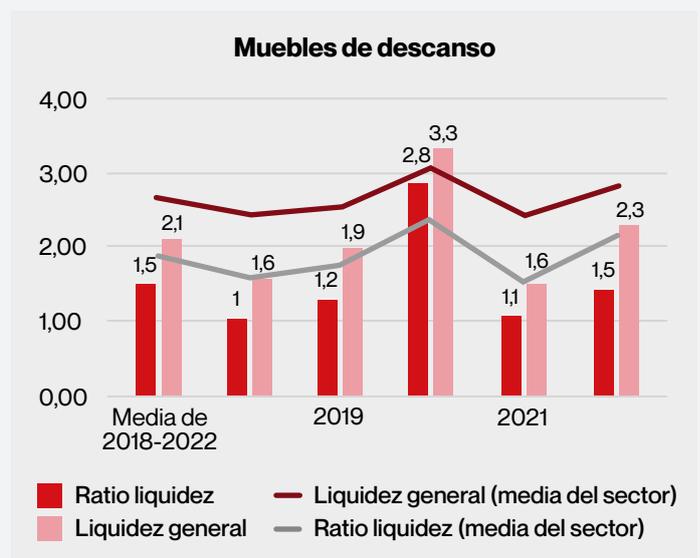
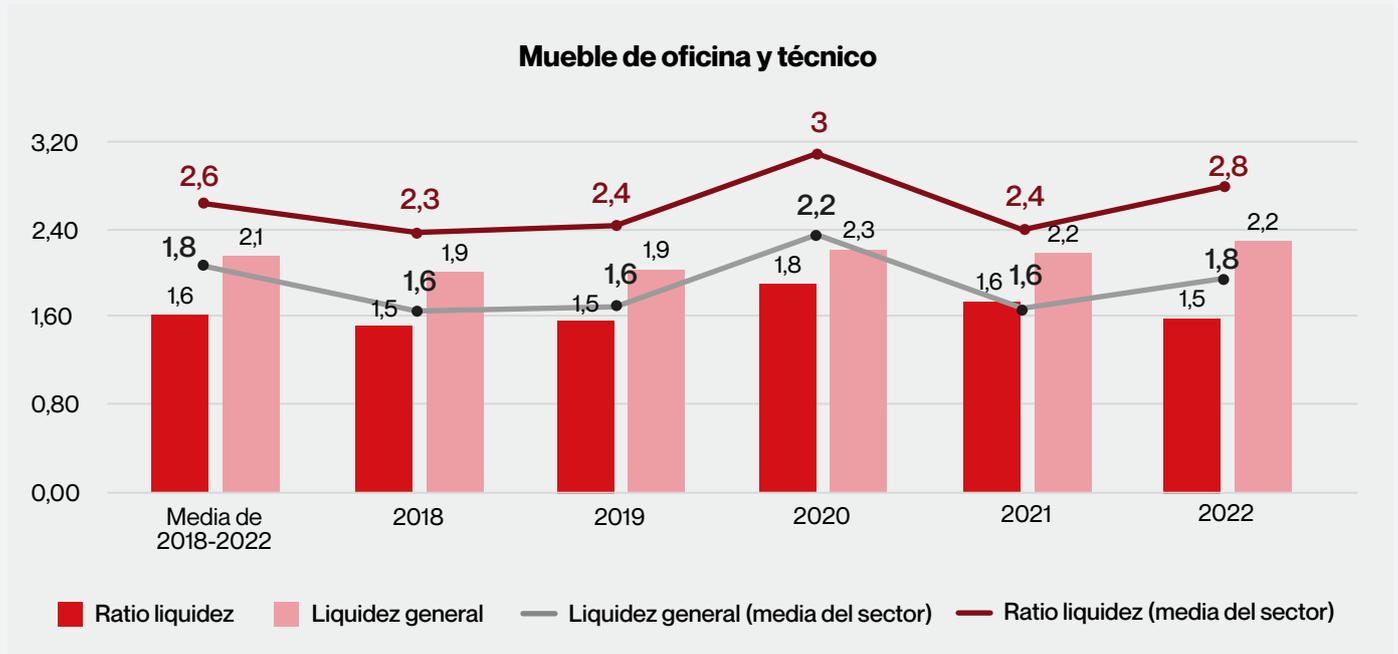
04. Ratios financieras

En este apartado del anuario analizamos la fortaleza financiera de las industrias que forman parte del hábitat. Lo hacemos a partir de los ratios de liquidez, fondo de maniobra, endeudamiento, y los

cocientes de deuda neta sobre EBITDA y EBITDA sobre ingresos. Mientras que los primeros han sido obtenidos de las bases de datos ORBIS y SABI, los dos últimos indicadores han sido calculados a partir de la información obtenida de dichas fuentes.

En primer lugar, para analizar la liquidez de las empresas de estos subsectores (que indica de cuánto activo dispondrían por cada unidad de pasivo que venciera a corto plazo), hemos estudiado dos ratios distintas. La ratio liquidez, obtenida a partir del cálculo $(\text{activo circulante} - \text{existencias}) / \text{pasivo líquido}$, nos ofrece información sobre la capacidad de la empresa para cubrir sus deudas corrientes con su activo también corriente, al eliminar de la operación las existencias de la empresa. La ratio de liquidez general, calculada como $\text{activo corriente} / \text{pasivo líquido}$, hace referencia a la proporción de deudas corrientes que la entidad podría cubrir con sus activos corrientes o a corto plazo. Así, observamos en los datos

que, en general, estos son positivos para los cinco subsectores con respecto a las dos ratios, tendiendo más bien hacia el crecimiento, aunque en la última etapa del periodo analizado podría esperarse cierto descenso en estos indicadores. La evolución observada es, de hecho, similar a aquella del anuario de 2021. De nuevo, son los sectores de muebles y textiles para el hogar, iluminación, y el espacio de grifería, cocina y baño los que, de media, mostrarían mayores niveles de liquidez, superando además los dos primeros la media del sector en ambos casos. Por tanto, y en general, las empresas del hábitat dispondrían de capacidad suficiente para hacer frente a su pasivo más inmediato.



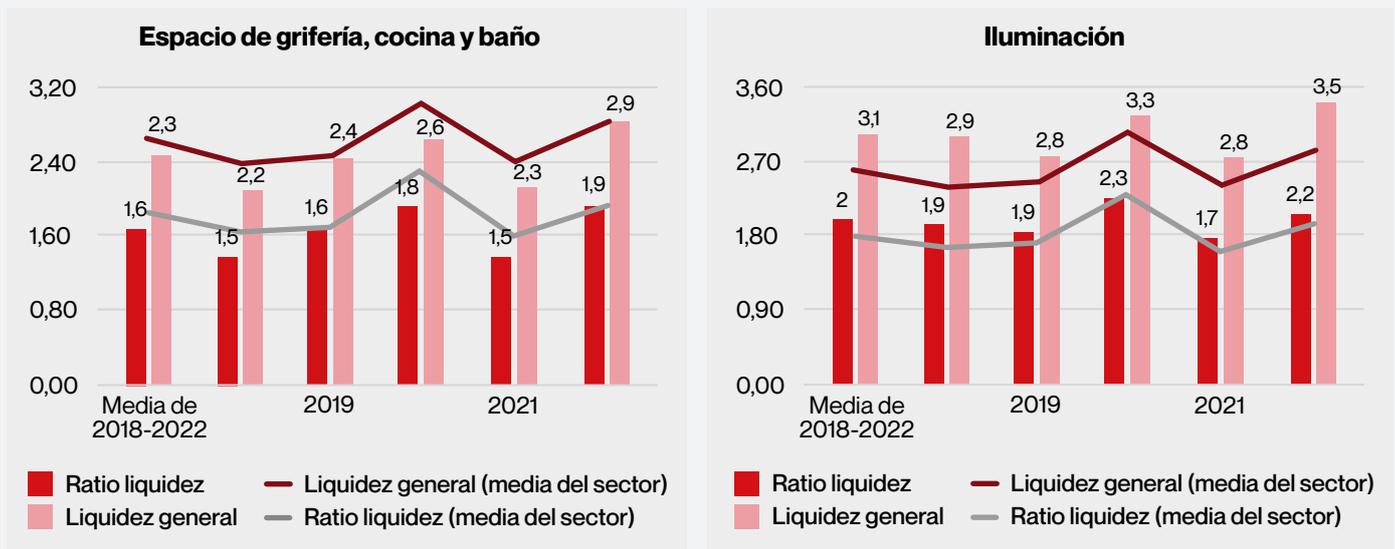


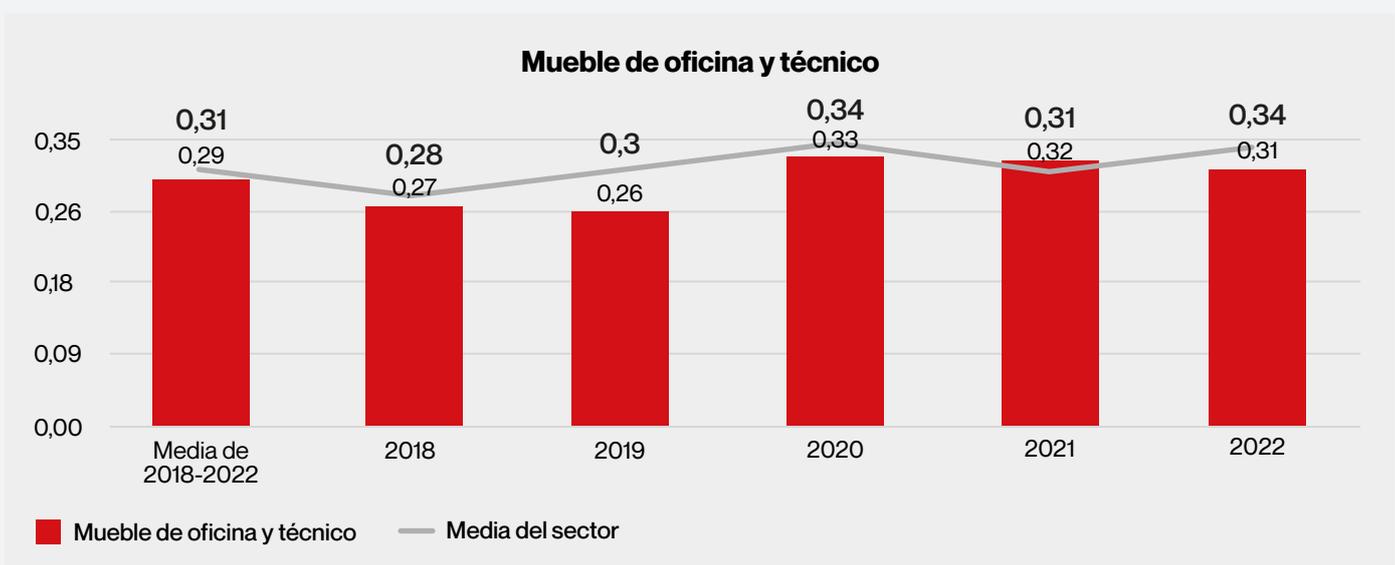
Gráfico 3. Comparativa de los índices de liquidez por subsector (2018-2022). Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023).

Contamos, por otro lado, con un indicador adicional relativo a la liquidez de la empresa. En concreto, la ratio de fondo de maniobra, calculada como $(\text{activo corriente} - \text{pasivo corriente}) / \text{total activo}$, nos indica el activo corriente del que todavía dispondría la empresa después de haber satisfecho sus obligaciones más inmediatas. Puede entenderse también como la parte del activo circulante que se financiaría con el pasivo a largo plazo, así como el patrimonio de la empresa, relacionándolo a su vez con el activo de la organización. Sabiendo esto y observando los datos reportados, apreciamos que, en general, la tendencia en esta ratio es relativamente estable y tendente al crecimiento en cierta medida, de manera similar a lo que ocurría en el anuario anterior. Por sectores, los que mejores datos presentan serían los de iluminación, muebles y textiles para el hogar, y el espacio de grifería, cocina y baño, si bien el mueble de oficina y técnico muestra valores adecuados también. Así, siguiendo con la tendencia indicada en el anuario anterior, todo parece apuntar a que la situación relativa a la liquidez de estas empresas continúa siendo favorable en general. Esto sería positivo pues daría a las organizaciones del sector del hábitat mayor flexibilidad.

En segundo lugar, hemos estudiado otros dos indicadores relativos al nivel de endeudamiento de las empresas del sector del hábitat. Ambos reflejan el nivel de apalancamiento de una organización

o, dicho de otro modo, cómo de endeudada está la empresa en términos de cuánto se apoyaría en la financiación ajena. Por un lado, contamos con el porcentaje de endeudamiento, que se calcula como $(\text{pasivo no corriente} + \text{pasivo corriente}) / (\text{activo total})$. Por otro lado, tenemos la ratio del porcentaje de endeudamiento, resultado de hacer el siguiente cálculo: $(\text{deudas a corto y largo plazo} + \text{deudas con empresas a corto y largo plazo}) / (\text{activo total})$. El primero nos indica la proporción del pasivo total de la empresa que correspondería al pasivo exigible y no exigible, pues elimina los recursos internos propios del cálculo. El segundo, en cambio, expresa la proporción de la deuda con terceros que mantiene la empresa. Ambos indicadores nos ofrecen información sobre el grado de endeudamiento de la organización desde diferentes puntos de vista, siendo esto relevante pues puede afectar al margen de actuación que la empresa pueda tener.

Según los datos reportados en cuanto al porcentaje de endeudamiento, observamos que, en general y con alguna variación, la proporción de endeudamiento queda entorno al 50% en las distintas industrias que forman parte del hábitat. Además, si bien en periodos como 2020 o 2021 este porcentaje parece crecer ligeramente (probablemente debido a la coyuntura particular de



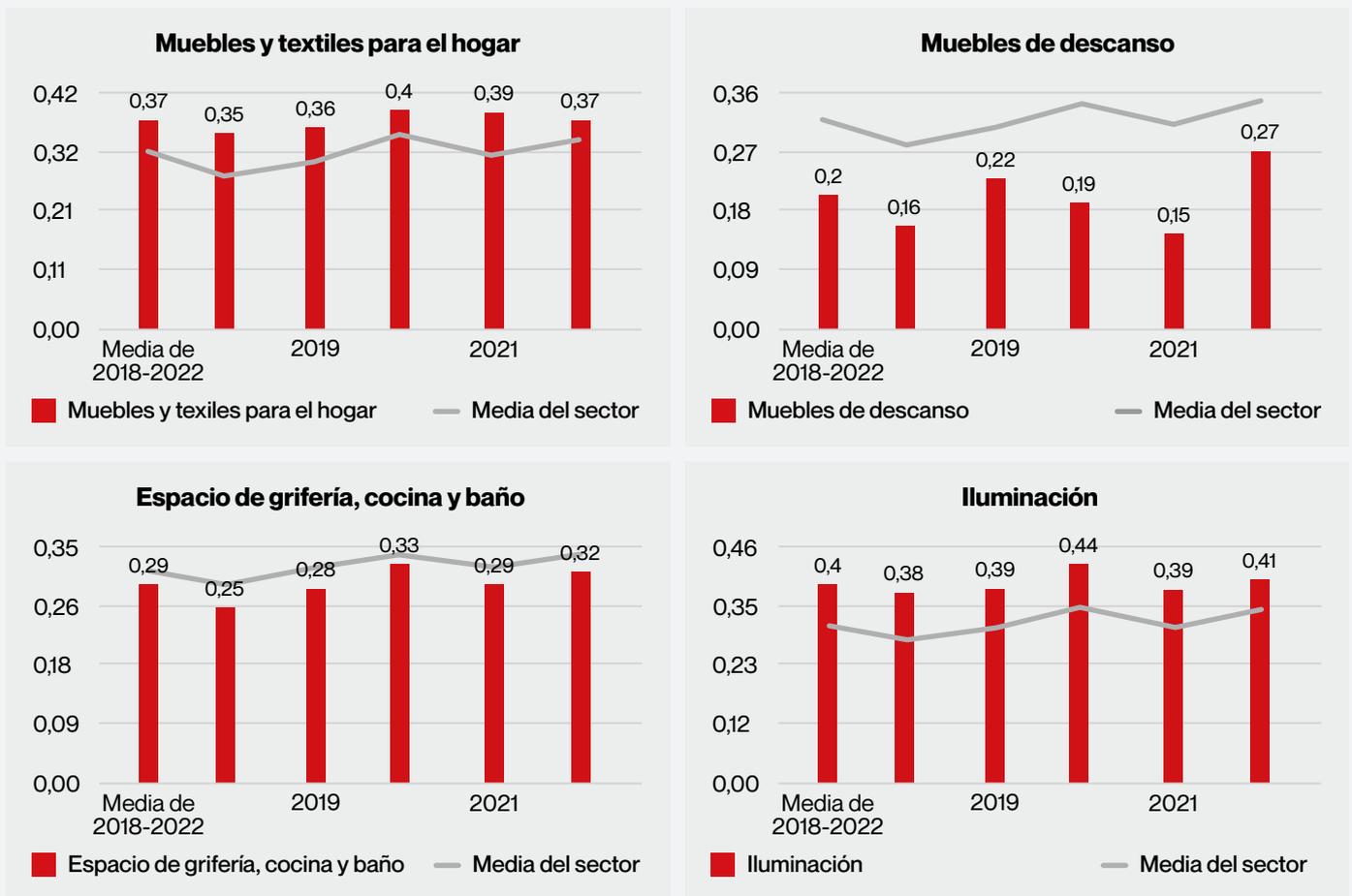
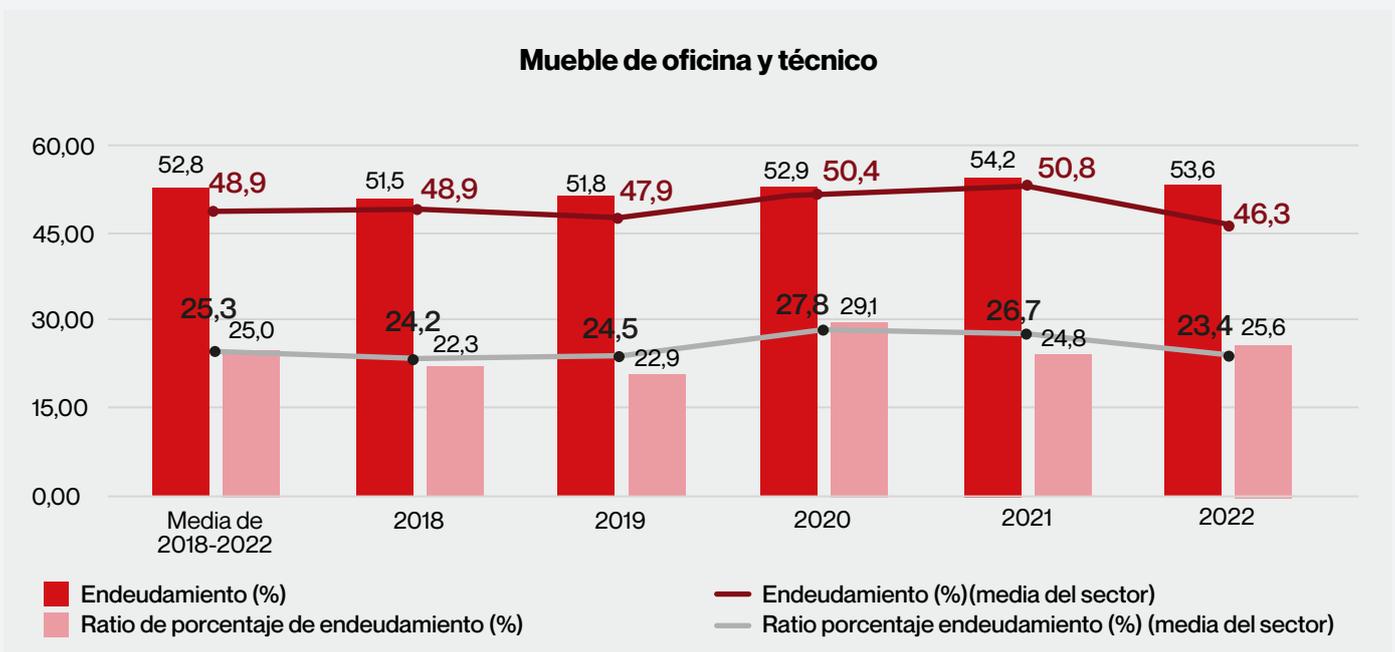


Gráfico 4. Comparativa del índice de fondo de maniobra por subsector (2018-2022). Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023).

tales ejercicios), la tendencia parece apuntar hacia el descenso de este endeudamiento. De hecho, al igual que en el anuario anterior, apreciamos que el nivel de deudas contraídas con terceros continúa estando alrededor del 25% de media, aunque de nuevo en ejercicios como el 2020 y 2021 haya un repunte. Sectores como el de iluminación, muebles y textiles para el hogar o el de muebles de oficina y técnicos destacan en este sentido, pues en muchos ejer-

cicios consiguen estar incluso por debajo de este 25% (estando las otras dos industrias dentro de un margen también favorable). Esto es muy positivo ya que indica que ninguno de los subsectores que componen el hábitat muestra una excesiva dependencia de terceros, o un gran nivel de apalancamiento, por lo que podemos entenderlos como financieramente estables.



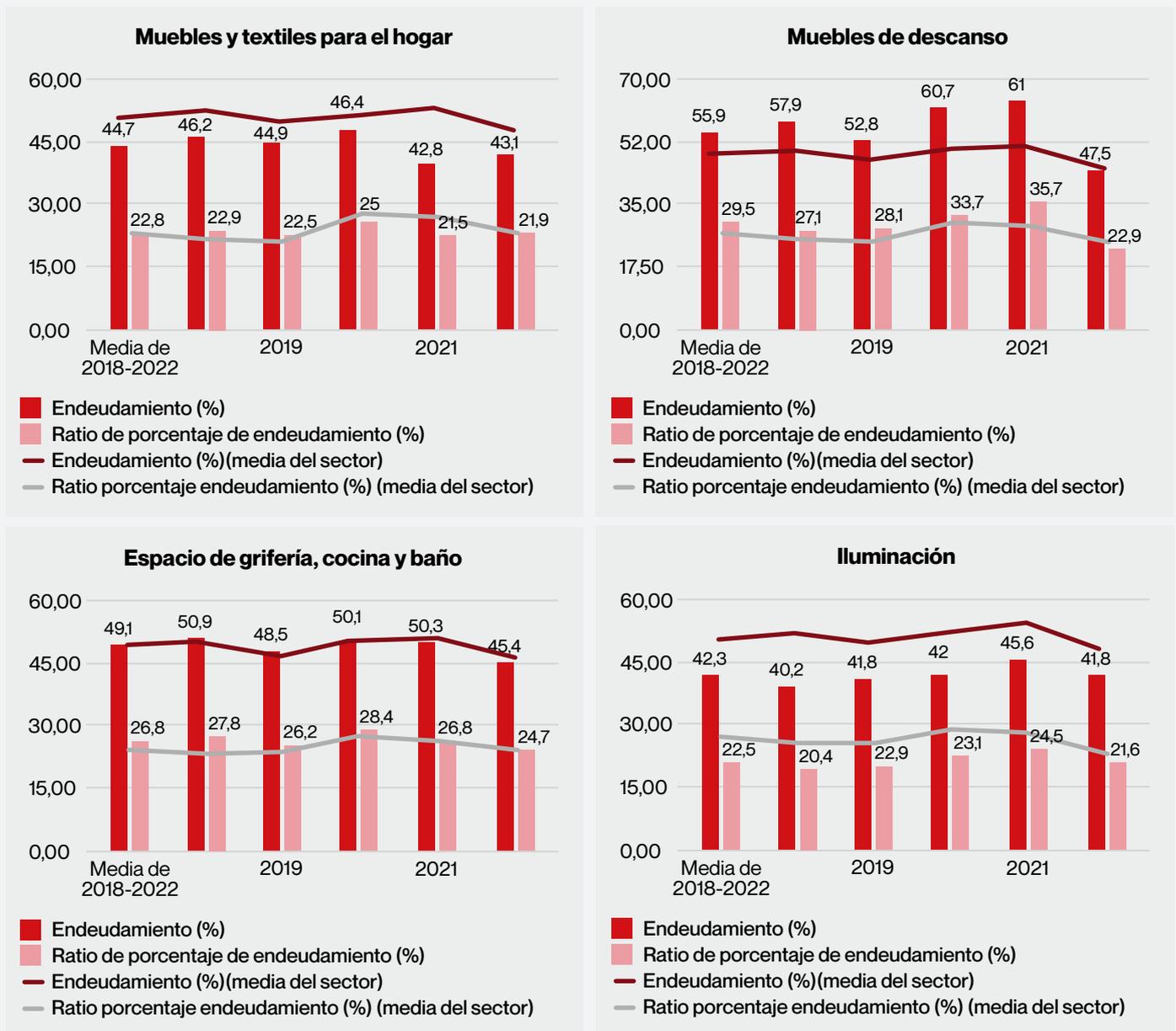


Gráfico 5. Comparativa de los índices de endeudamiento por subsector (2018-2022)
Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023).

En tercer lugar, hemos calculado el cociente deuda neta / EBITDA como $[(\text{deudas a corto plazo} + \text{deudas a largo plazo}) - \text{efectivo y otros activos líquidos equivalentes}] / \text{EBITDA}$. Este indicador refleja la capacidad de una organización para pagar su deuda neta, interpretándose como la cantidad de tiempo que necesitaría para poder saldar completamente esta deuda, asumiendo unos flujos constantes. Teniendo esto en cuenta, valores superiores tendrían una interpretación negativa en cuanto a la situación financiera de la empresa, mientras que los valores inferiores, incluso negativos, indicarían que el efectivo disponible es superior a la deuda total. No obstante, cabe considerar que también podrían deberse a un EBITDA negativo, por lo que cabría observar este indicador junto con otros datos. En este sentido, valores cercanos a uno y menores a tres serían, normalmente, lo deseable.

En los datos reportados, observamos que de media los sectores del hábitat se mueven, en general, entre estos valores a lo largo del periodo estudiado, a excepción de momentos puntuales en algunos ejercicios, si bien cabría considerar la provisionalidad de, sobre todo, los datos de 2022 (al ser los más recientes y contar

con más datos perdidos por ello). Ejercicios como 2020 y 2021 también podrían estar, en cierta medida, afectados por la situación particular vivida en estos años, si bien los datos reportados serían bastante favorables. Por otro lado, y en general, se evidencia una evolución positiva hacia el último ejercicio. Podríamos decir que, en condiciones normales e interpretando con cautela este indicador, las empresas del hábitat no encontrarían grandes problemas para hacer frente a sus deudas.

Finalmente, hemos calculado la ratio EBITDA / Ingresos como el cociente entre el EBITDA y los ingresos de explotación de la empresa, que después hemos reportado como porcentaje. Este índice ayudaría a estudiar la rentabilidad de la organización con respecto a su actividad, ya que permite aproximar el margen de ingresos que restarían tras considerar los gastos operacionales de la empresa.

En este caso, atendiendo a los datos reportados, apreciamos una tendencia bastante estable en cuanto a la media del sector del hábitat para el periodo estudiado, algo que podríamos considerar

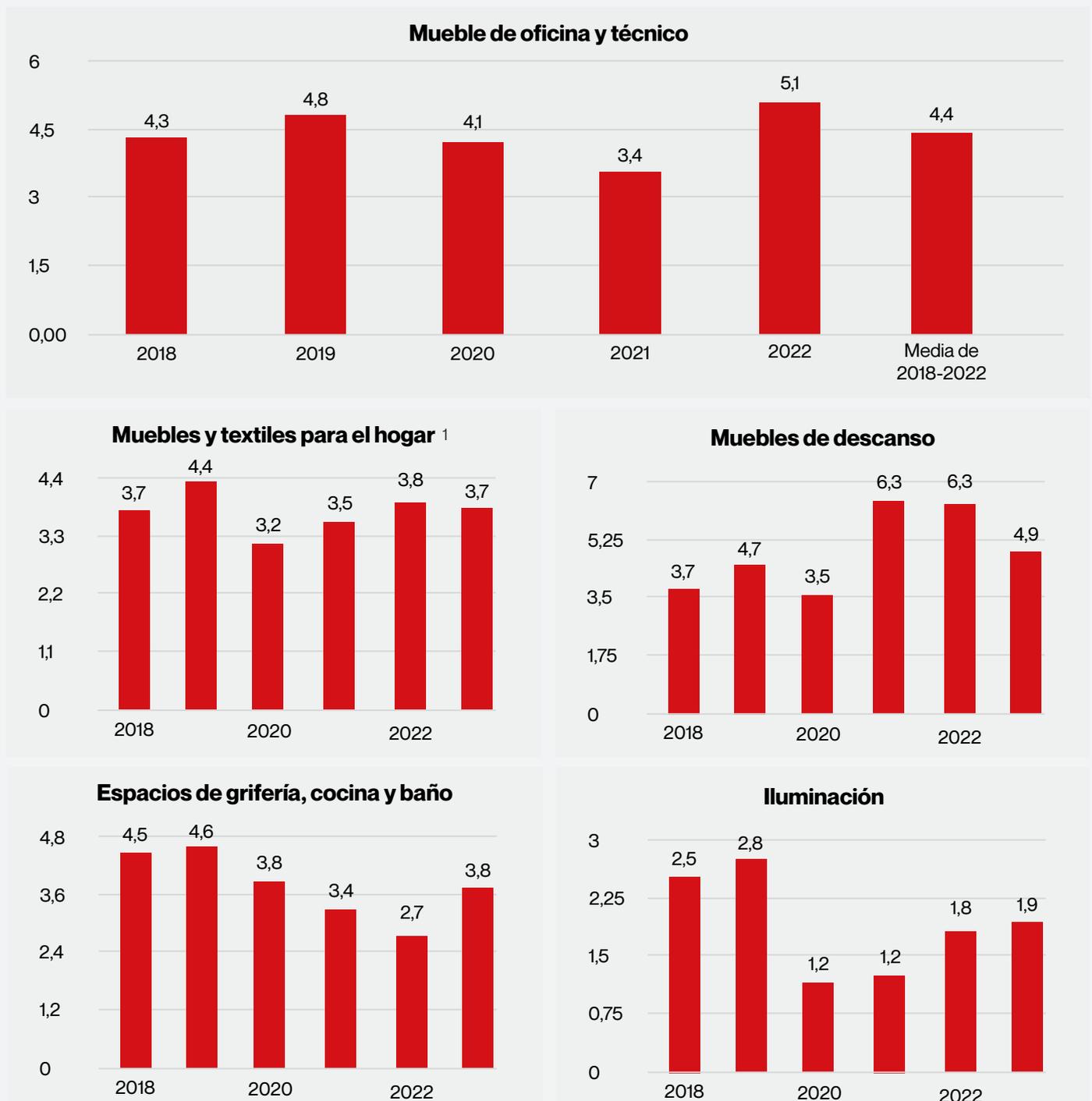


Gráfico 6. Relación entre deuda neta y EBITDA por subsector¹ (2018-2022).
Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

¹ En este cálculo, los datos reportados deben interpretarse con cautela porque existe un porcentaje significativo de datos perdidos en ciertas variables necesarias para el cómputo (que se han sustituido por la media de la serie), así como valores atípicos (que se han eliminado del cálculo final). Esto puede haber afectado al dato reportado, por lo que debe apreciarse más bien la tendencia seguida por cada subsector en lugar del valor exacto de esta ratio en particular.

como positivo. Por sectores, sin embargo, observamos variaciones. Por ejemplo, el mueble de oficina y técnico presentaba una tendencia creciente que parece estancarse en 2020-2021, con previsiones a recuperarse en 2022, ocurriendo algo similar en el caso del mueble de descanso y también en iluminación (si bien el último sector maneja márgenes superiores). En otros casos, como el de muebles y textiles para el hogar, la evolución de esta ratio a lo largo del periodo estudiado es más estable, presentando márgenes entre el 8% y 9%. En cambio, el espacio de grifería, cocina y baño

muestra márgenes superiores a los anteriores, con una mayor propensión, parece, a mantener estos niveles o incluso crecer ligeramente. En general, la lectura es similar a la ofrecida en el anuario anterior, si bien en este caso se aprecia mejor el estancamiento en periodos concretos. Por tanto, podemos continuar concluyendo que las industrias del hábitat son considerablemente rentables en lo que a su operativa comercial respecta, contando asimismo con capacidad para crecer en este sentido.

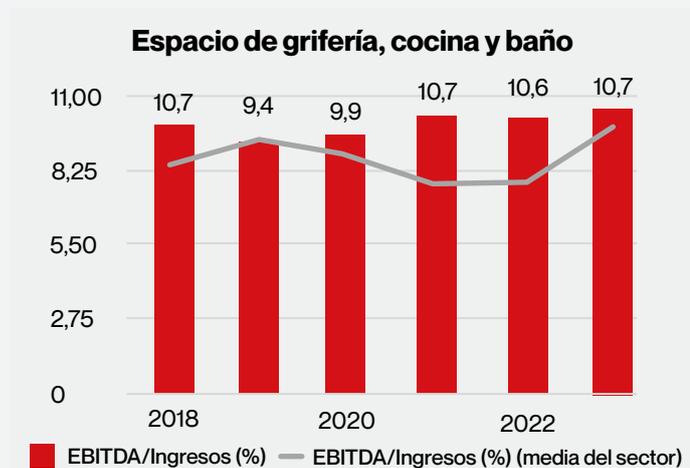
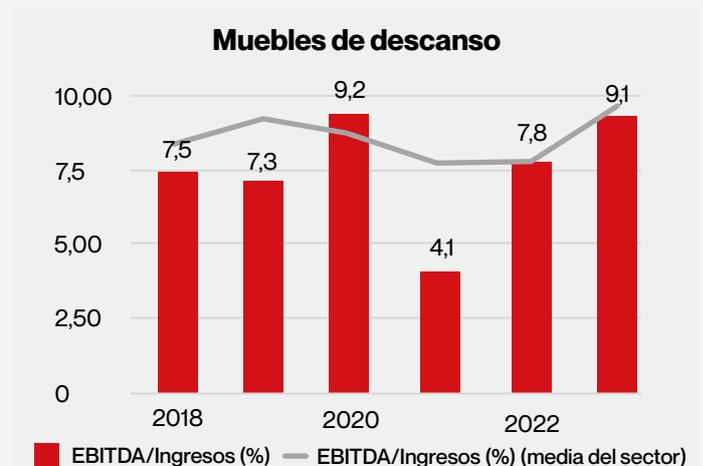
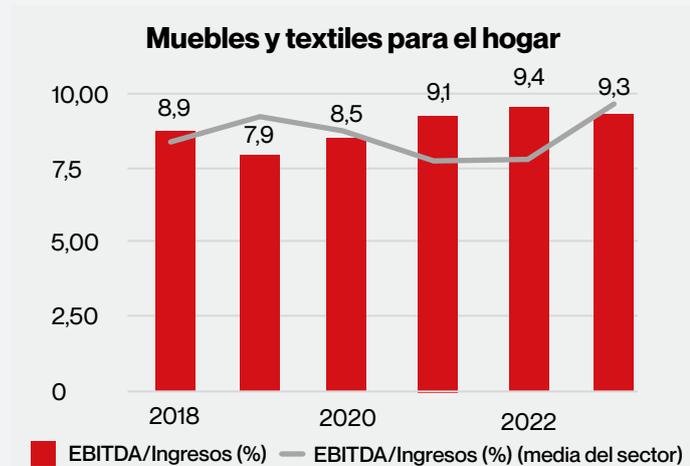
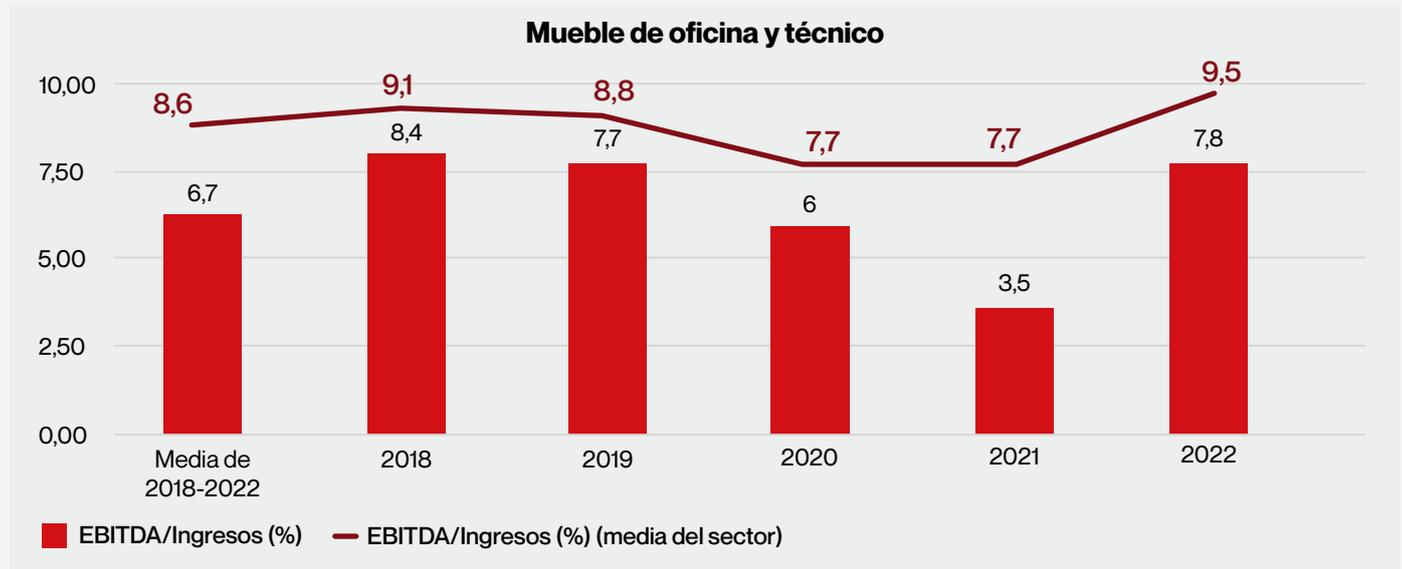


Gráfico 7. Relación entre EBITDA e ingresos de explotación por subsector (2018-2022). Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

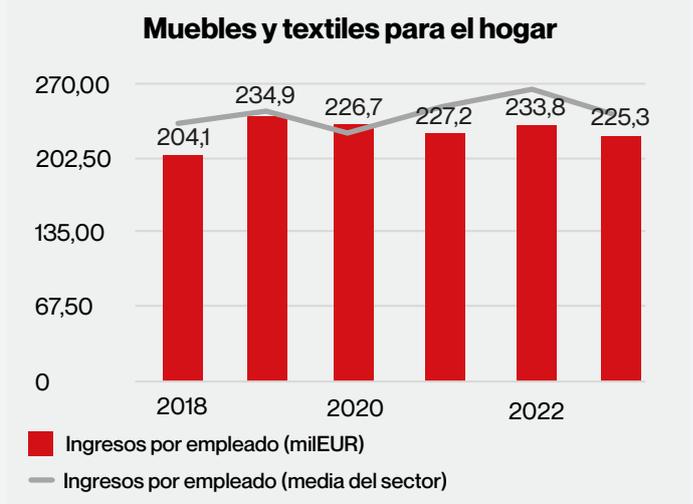
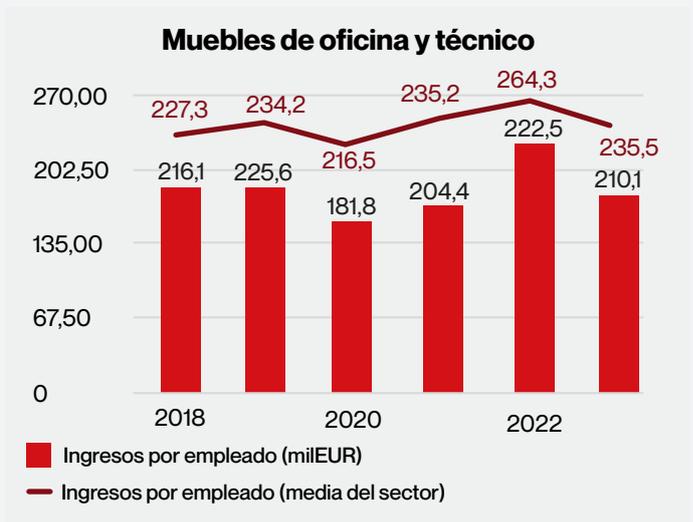
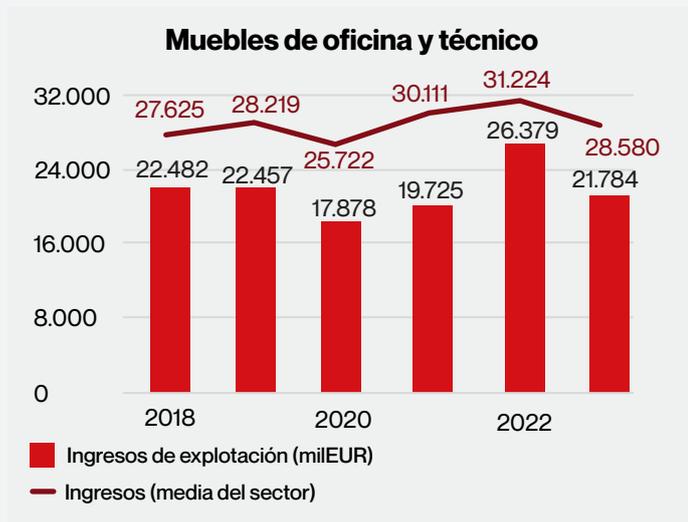
05. Medidas de productividad

En este apartado analizamos distintas medidas de productividad, tanto en términos medios como por empleado, incluyendo: ingresos de explotación; costes de los empleados; inversión en activos o intensidad en capital; inmovilizado inmaterial (solo valores medios); y valor añadido.

En primer lugar, presentamos los datos relativos a los ingresos de explotación. Observamos que, al igual que en el anuario anterior, los ingresos medios siguen una evolución positiva a lo largo del periodo estudiado y de manera general, con algunos subsectores viéndose afectados por periodos de estancamiento, especialmente en el ejercicio 2020. Los sectores de muebles y textiles para el hogar y el espacio de grifería, cocina y baño, así como la industria de iluminación, aunque en menor medida, consiguen mantener una evolución más positiva durante el periodo analizado. Las áreas de mueble de descanso y el espacio de grifería, cocina y baño serían, por otro lado, las que presentan un mayor nivel de ingresos. En

este sentido, habría que tener en cuenta potenciales diferencias a causa de la presencia de empresas de gran tamaño en algunos subsectores, o incluso diferencias en los modelos de negocio de distintos sectores también. Además, parece que de forma general los ingresos de explotación retomarían una evolución favorable de cara al ejercicio 2022, a excepción del sector de muebles de descanso que presentaría un descenso en los ingresos medios para tal ejercicio.

Con respecto a los ingresos de explotación por empleado, los datos nos llevan a conclusiones similares a aquellas obtenidas para los ingresos medios. La evolución del dato por empleado es, en general, positiva, viéndose afectada sobre todo en el ejercicio 2020. De hecho, en el caso de muebles de descanso la evolución de este dato es mejor que aquella relativa a los ingresos medios. De acuerdo con estas apreciaciones, cabría señalar que los índices de productividad de las industrias pertenecientes al hábitat son considerablemente razonables, teniendo además una tendencia a ir en aumento, siendo así un dato altamente positivo.



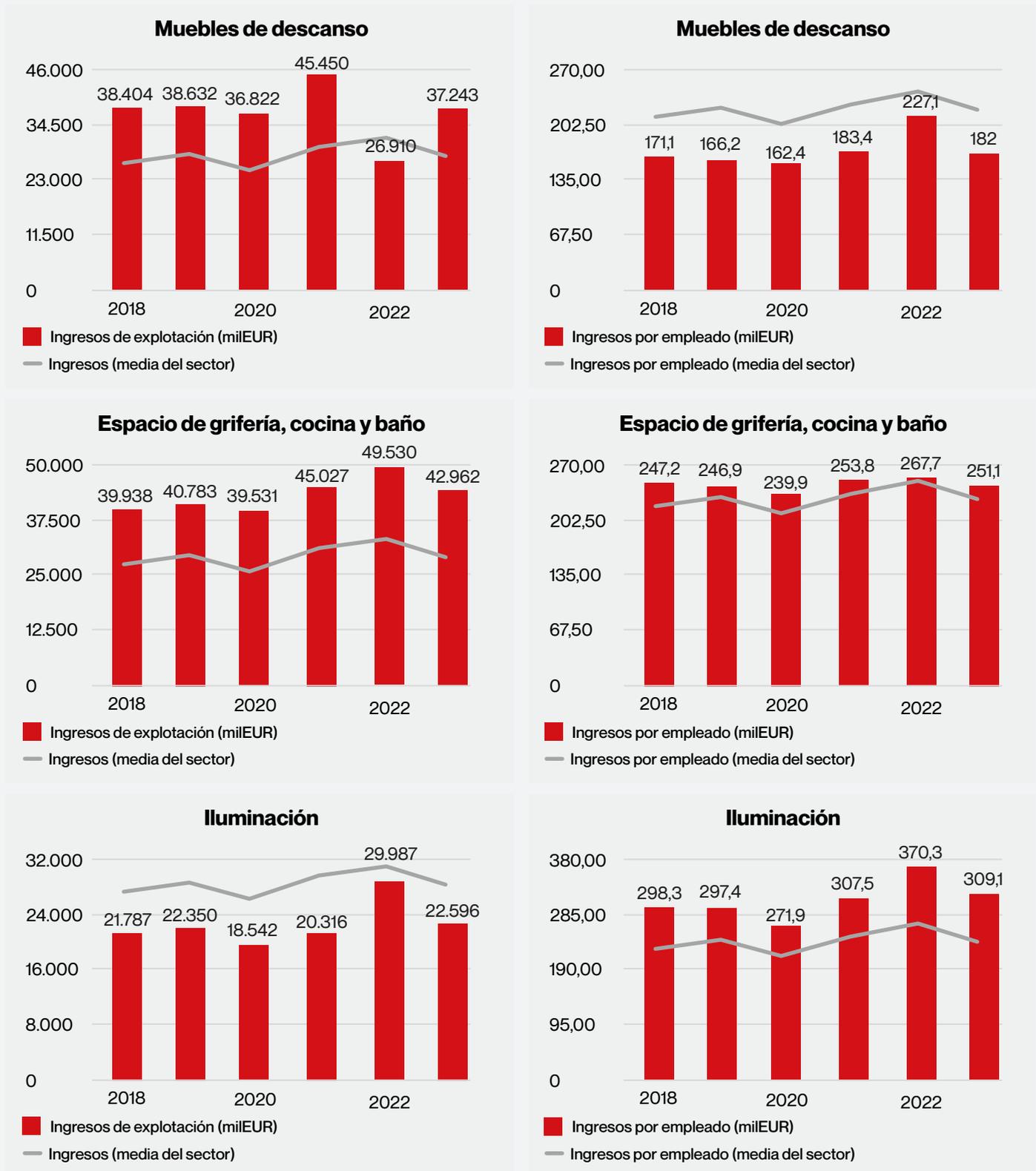


Gráfico 8. Ingresos de explotación medios y por empleado en cada subsector (2018-2022).
Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

En segundo lugar, en relación con el coste de los empleados, en los datos reportados puede apreciarse que los costes medios siguen, en general, una tendencia creciente (que, no obstante, parece estancarse en el último ejercicio en casos puntuales como el del área de muebles de descanso, si bien este dato podría estar muy relacionado con la presencia de un mayor número de valores perdidos). En concreto, la media del sector es superada de nue-

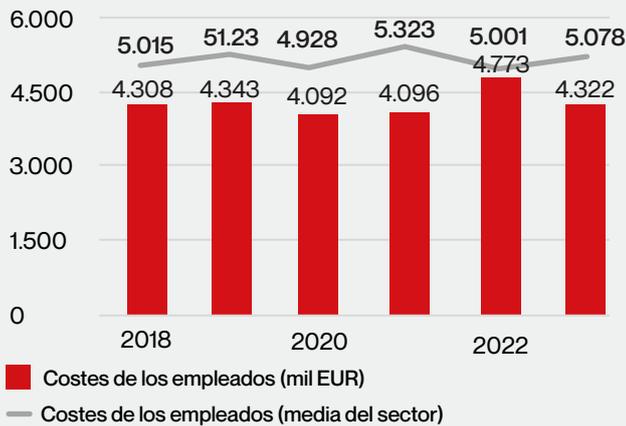
vo por las áreas de muebles de descanso, así como el espacio de grifería, cocina y baño, quedándose el sector de mueble de oficina y técnico cerca de este valor, más si cabe hacia el final del periodo estudiado. La tendencia ascendente es similar al observar los costes por empleado, encontrándonos cierto estancamiento en el ejercicio 2020 al igual que ocurre en otros indicadores, probablemente por su coyuntura particular. Parece que el ritmo

creciente se recupera de cara al ejercicio 2021, siendo en esta ocasión los sectores de iluminación, así como el de mueble de oficina y técnico, los que superarían la media del sector en todos los ejercicios bajo estudio (siguiéndoles muy de cerca el espacio de grifería, cocina y baño).

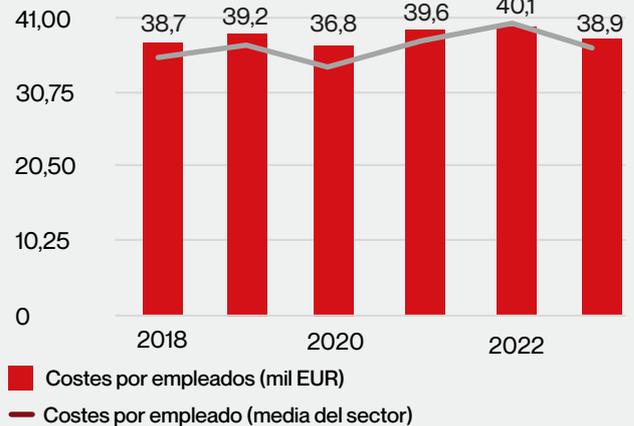
Para estudiar la intensidad en capital, hemos atendido al volumen de activos totales, que también hemos interpretado con respecto al número de empleados, siendo este otro indicador más del

modelo de negocio en el sector del hábitat. Observamos que, de manera general, la inversión media en activos parece crecer año tras año, mostrando la media del sector del hábitat una evolución también positiva de forma genérica. En concreto, los datos son especialmente elevados en el caso del espacio de grifería, cocina y baño, lo que podría ser, como ya avanzábamos en el anterior anuario, un indicador del uso de modelos productivos basados en mayores inversiones en capital en estas industrias, una tendencia

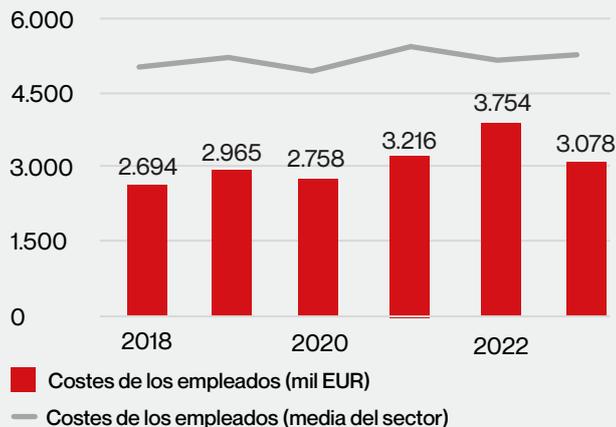
Muebles de oficina y técnico



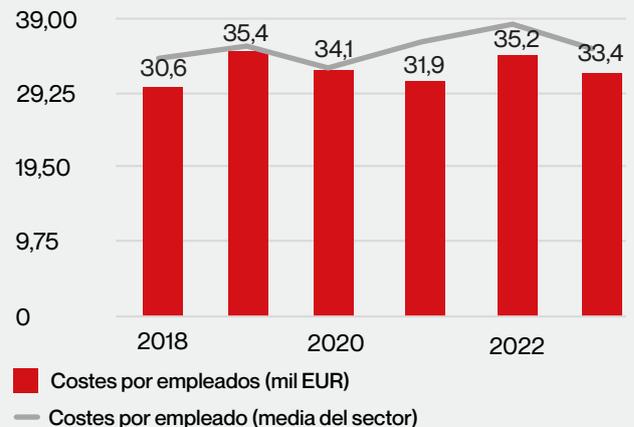
Muebles de oficina y técnico



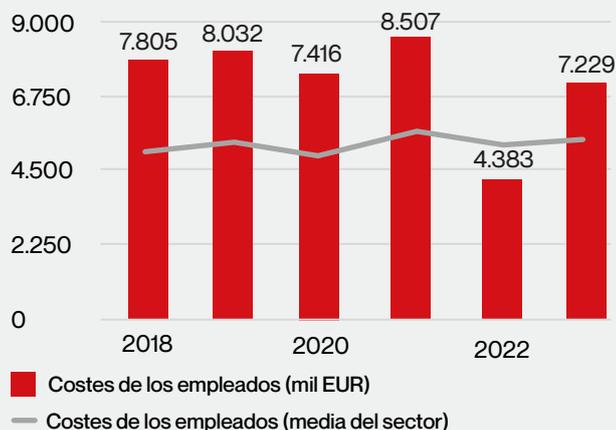
Muebles y textiles para el hogar



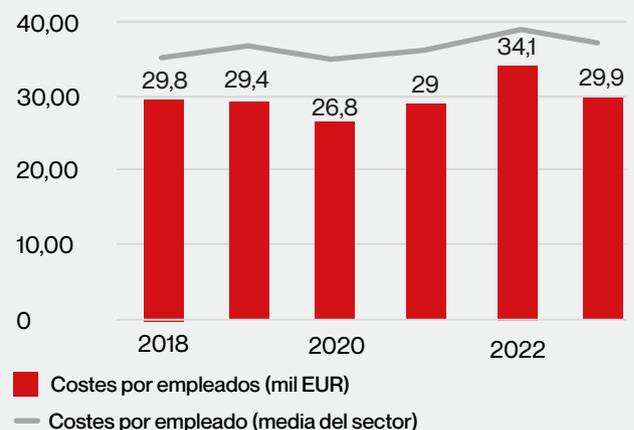
Muebles y textiles para el hogar



Muebles de descanso



Muebles de descanso



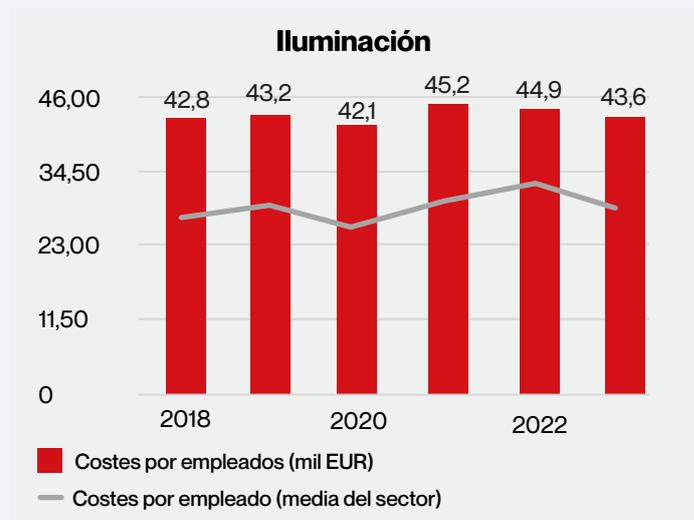
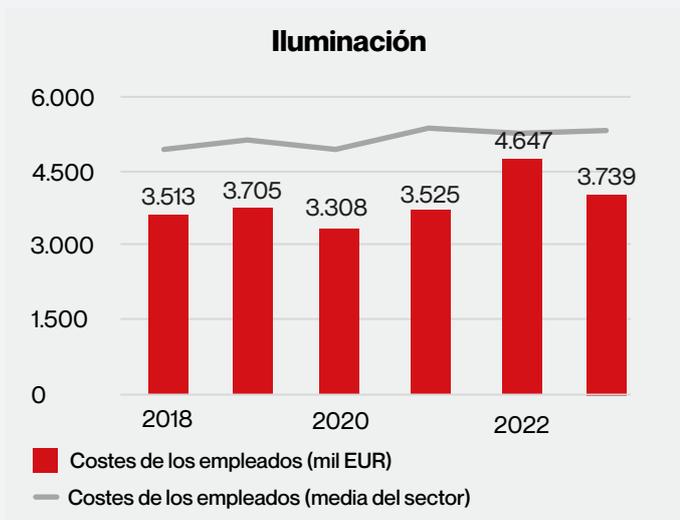
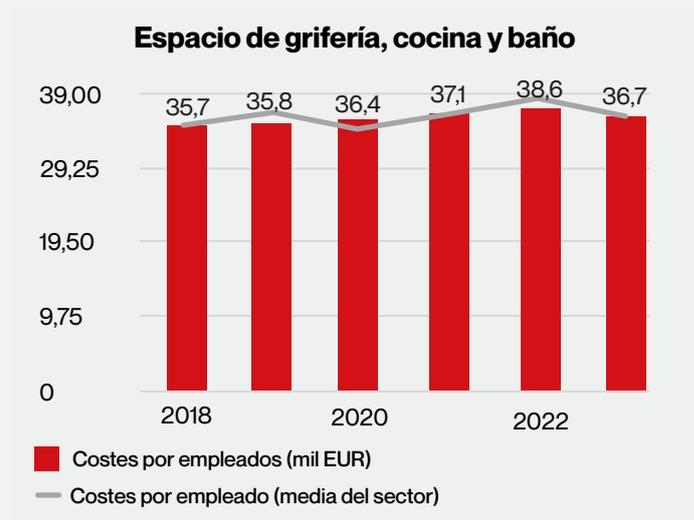
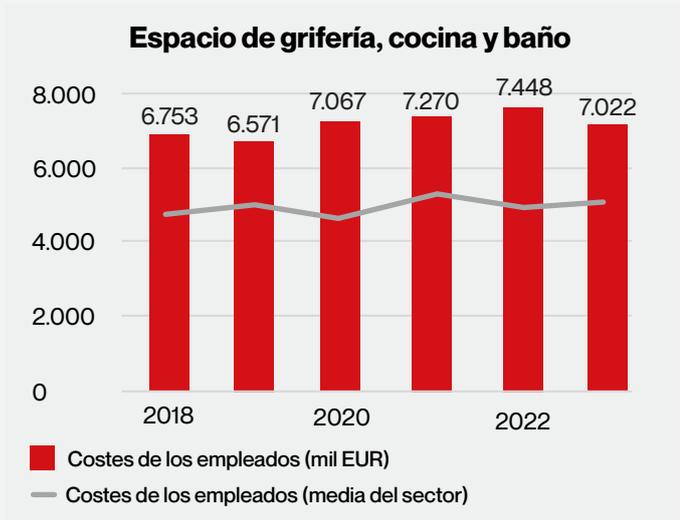
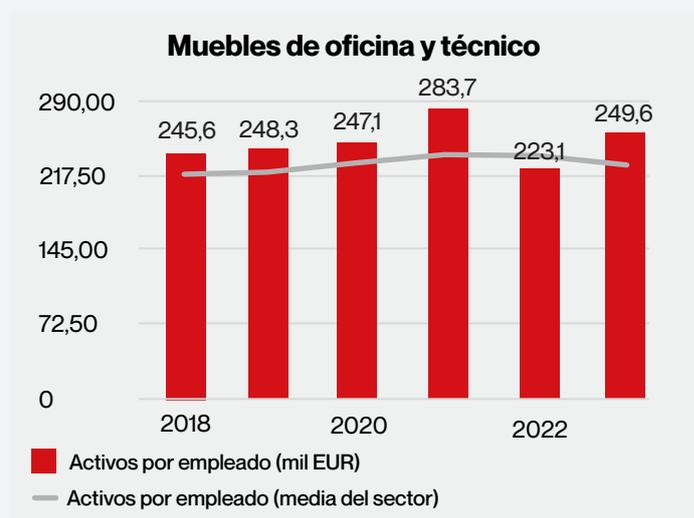
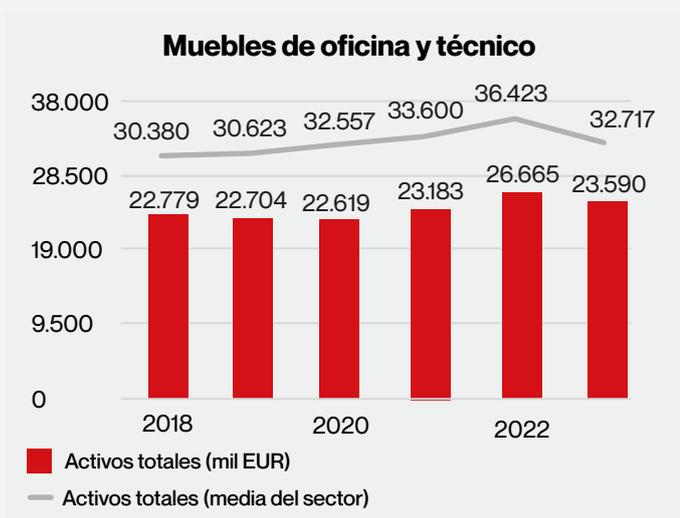
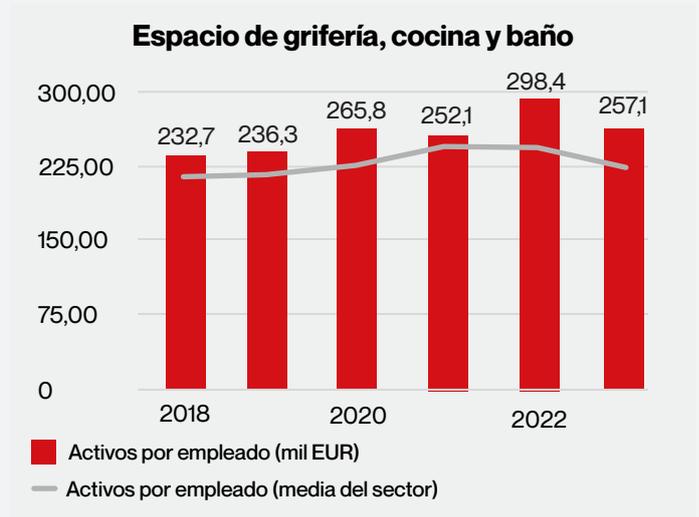
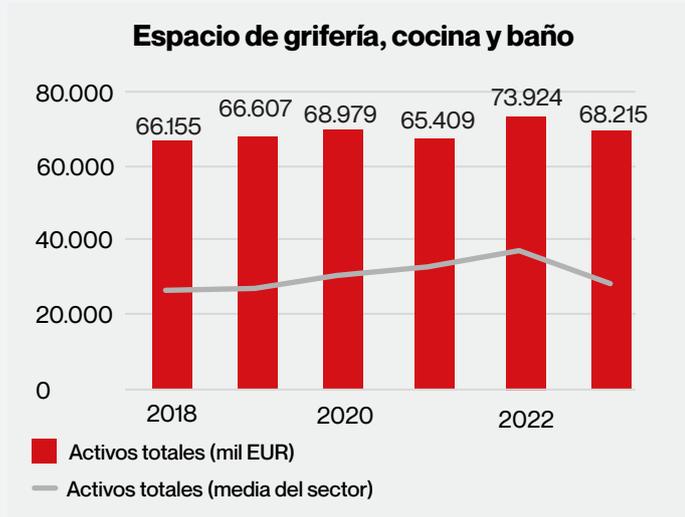
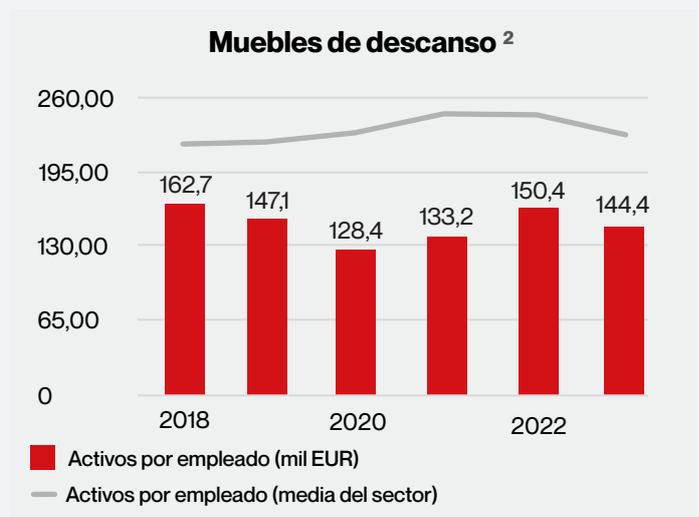
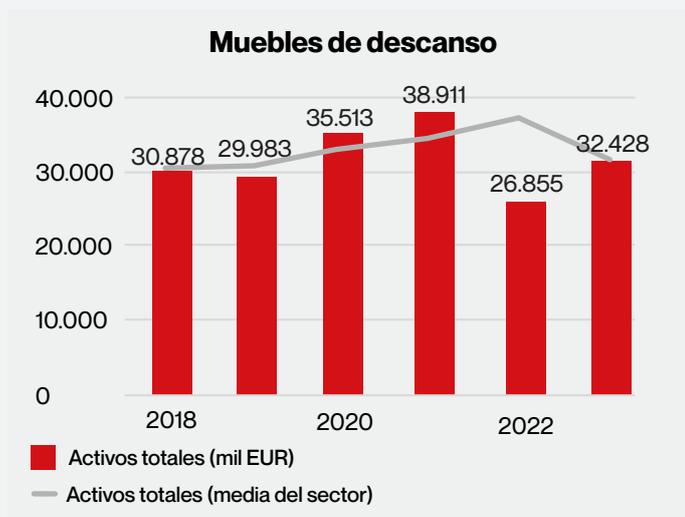


Gráfico 9. Coste de los empleados y costes por empleado en cada subsector (2018-2022).
Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

que parece mantenerse a pesar de las prometedoras cifras en el resto de los subsectores. Observamos tendencias similares con respecto a la ratio de activos por empleado, destacando también en este caso los sectores de muebles de oficina y técnico y el de iluminación. Estas evidencias parecen señalar que las industrias que integran el hábitat continuarían dispuestas a avanzar hacia

modelos productivos más basados en capital, teniendo esto un potencial efecto positivo en la productividad de estas empresas, si bien quizá tomará su tiempo dadas las dificultades enfrentadas en los últimos ejercicios (que podrían haber requerido, por ejemplo, destinar parte de la inversión a otras cuestiones), así como las debilidades que todavía enfrentan las empresas de estos subsectores.





². Para el cálculo de los activos por empleado en muebles de descanso en 2022, se han eliminado del análisis aquellas empresas que presentaban datos perdidos en la variable de activos para 2022, pues dentro de la muestra de este subsector alcanzaban el 50% de datos perdidos y desvirtuaban el cálculo. Con esta corrección, se considera el dato más realista dentro de lo posible

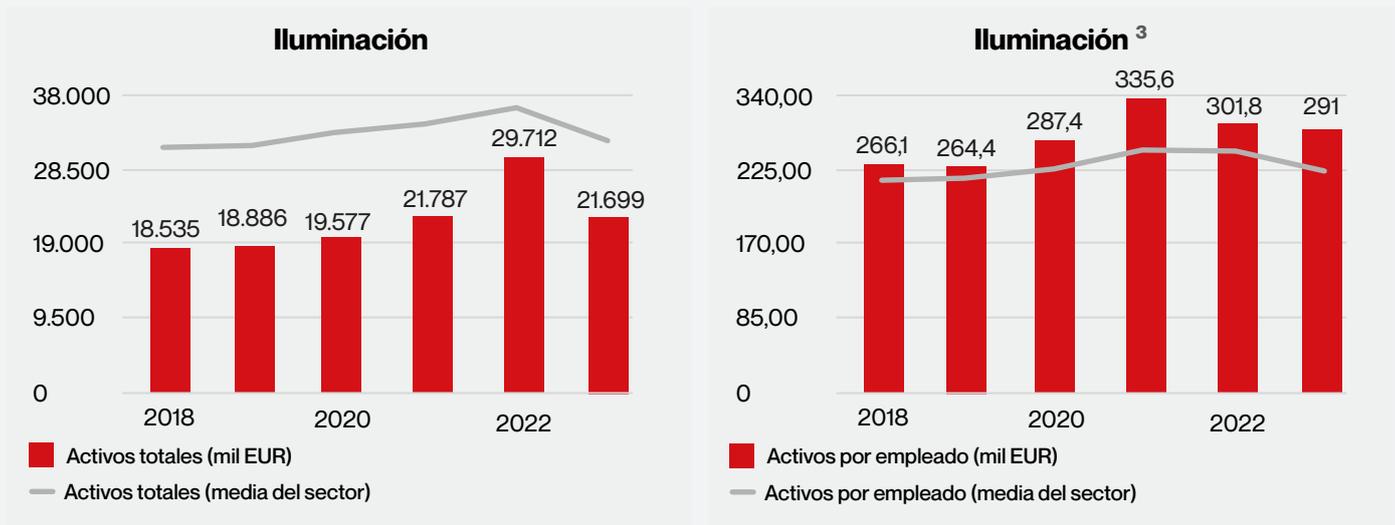


Gráfico 10. Intensidad de capital media y por empleado en cada subsector (2018-2022).
Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

Por otro lado, también hemos estudiado el inmovilizado inmaterial de estas empresas, que haría referencia a los activos intangibles de uso a largo plazo que poseen. Esto puede incluir, por ejemplo, gastos en marcas o inversión y desarrollo. De ser favorables, estos datos podrían indicar una mayor propensión empresarial a apostar por cuestiones como el diseño o la sofisticación. En los datos reportados observamos que, en general y salvo excepciones en ejercicios concretos, la tendencia es hacia el crecimiento del

inmovilizado inmaterial. Esta evolución se ralentiza un poco en el año 2020 sobre todo, aunque no en todos los sectores, recuperándose después (aunque cabría considerar la mayor presencia de valores perdidos en 2022⁴). Todo parece indicar que sí se da una importancia clave a elementos como la posesión de marcas propias o el diseño, especialmente en industrias como la de muebles de descanso, el espacio de grifería, cocina y baño y en el caso de los muebles de oficina y técnicos. De hecho, es habitual



3. Para el cálculo de los activos por empleado en iluminación en 2022, se ha eliminado del análisis un caso de esta submuestra que, al presentar un valor atípico en el número de empleados para el ejercicio 2022, ocasionaba una gran distorsión en la media de activos por empleado. Con esta corrección, se considera el dato más realista dentro de lo posible.

4. Para el cálculo del inmovilizado inmaterial se ha procedido de forma distinta en el método de sustitución de valores perdidos. Por tratarse de bastantes datos perdidos (encontrándose la mayoría en 2022) y por contar el inmovilizado inmaterial con valores muy variables de un año a otro y de un caso a otro, se ha considerado sustituir los perdidos de un caso concreto por la media de los valores disponibles para el resto de los años en ese caso. Así, se consideran los datos reportados más ajustados a la realidad.

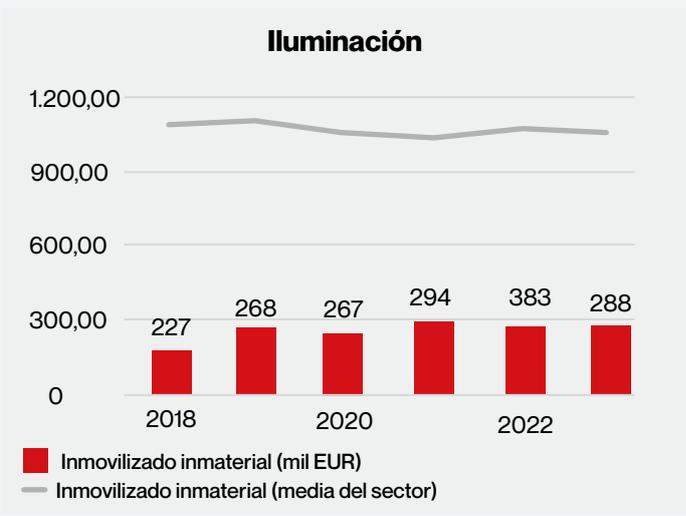
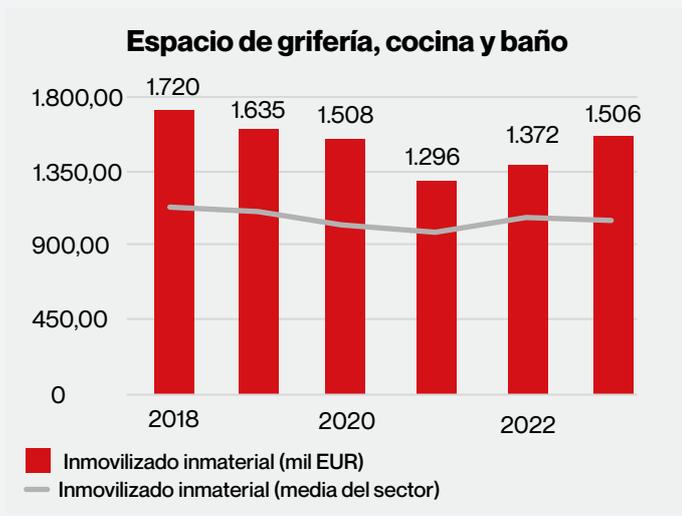
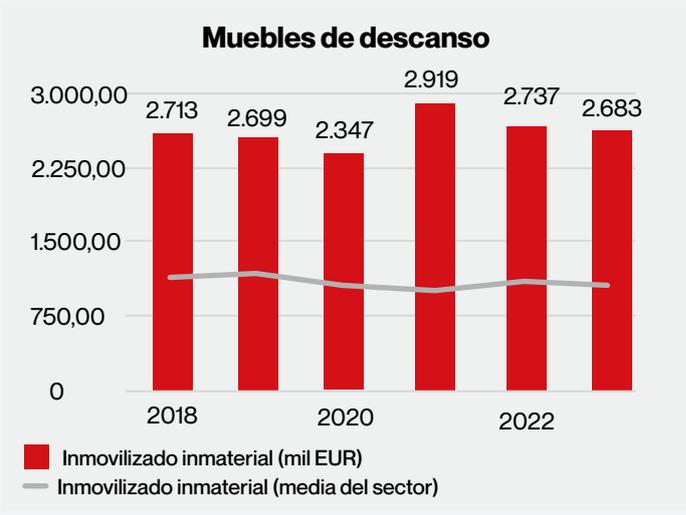
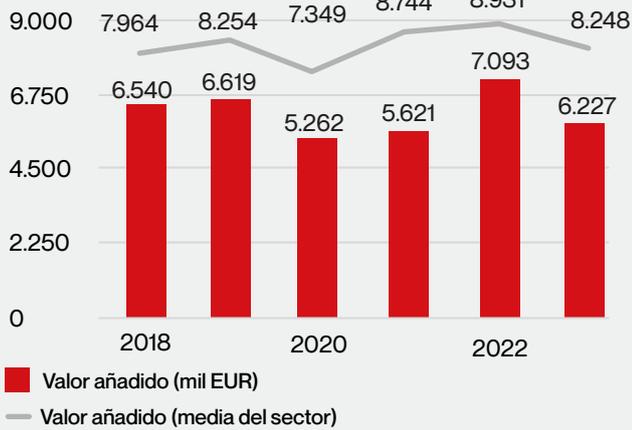
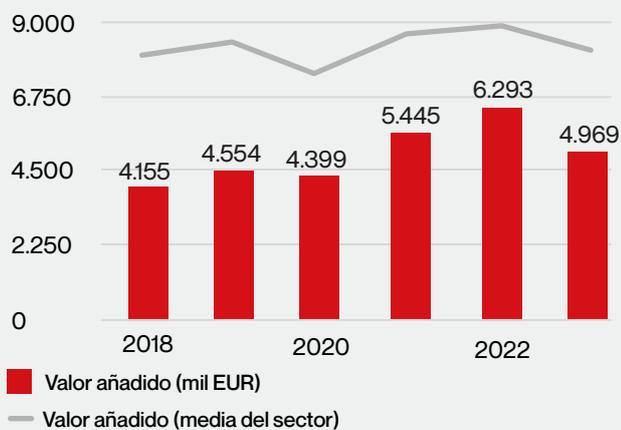
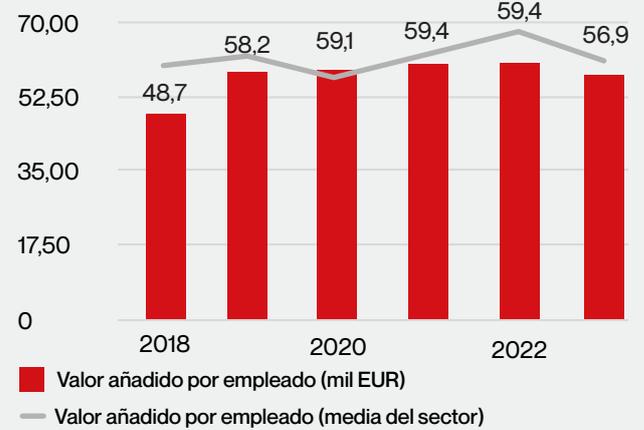
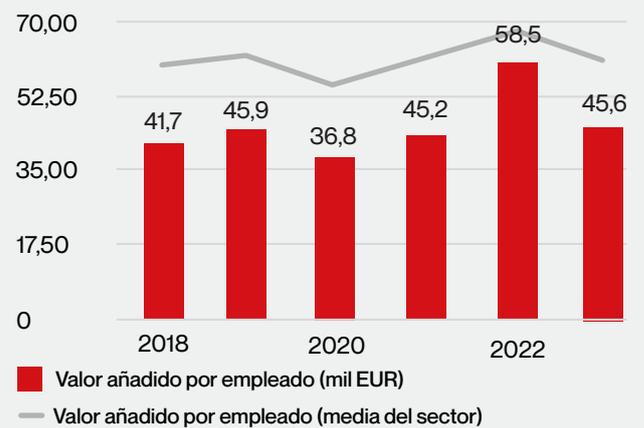


Gráfico 11. Inmovilizado inmaterial medio en cada subsector (2018-2022). Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

encontrar En último lugar, hemos estudiado la variable relativa al valor añadido, un valor contable que descontaría el coste necesario para producir del valor de las ventas de la empresa, indicando así la aportación que la entidad ha hecho a sus productos a partir de su propia actividad. El valor añadido medio sigue, en general, una tendencia ascendente a lo largo del periodo estudiado, con algún estancamiento especialmente en el ejercicio 2020. Serían significativos los casos del espacio de grifería, cocina y baño y del mueble de descanso (donde debe tenerse en cuenta, sin embargo, la presencia de organizaciones de gran tamaño), pues observamos las mayores aportaciones de valor añadido, seguidos por las industrias de iluminación y mueble de oficina y técnico.

Con respecto al valor añadido por empleado, si bien las tendencias observadas son similares, la situación cambia ligeramente al ser esta vez el área de iluminación la que se encontraría a la cabeza, seguida por el espacio de grifería, cocina y baño, así como por el mueble de oficina y técnico (al igual que en el informe anterior, siendo, por tanto, una tendencia que se mantiene). Así, podemos concluir que todos los subsectores del hábitat aportan un valor añadido considerable a sus productos, que además aparentemente iría en aumento, incluso a pesar de la coyuntura económica de los últimos ejercicios, siendo esto un dato de gran relevancia.

Muebles de oficina y técnico**Muebles de oficina y técnico****Muebles y textiles para el hogar****Muebles y textiles para el hogar****Muebles de descanso****Muebles de descanso**

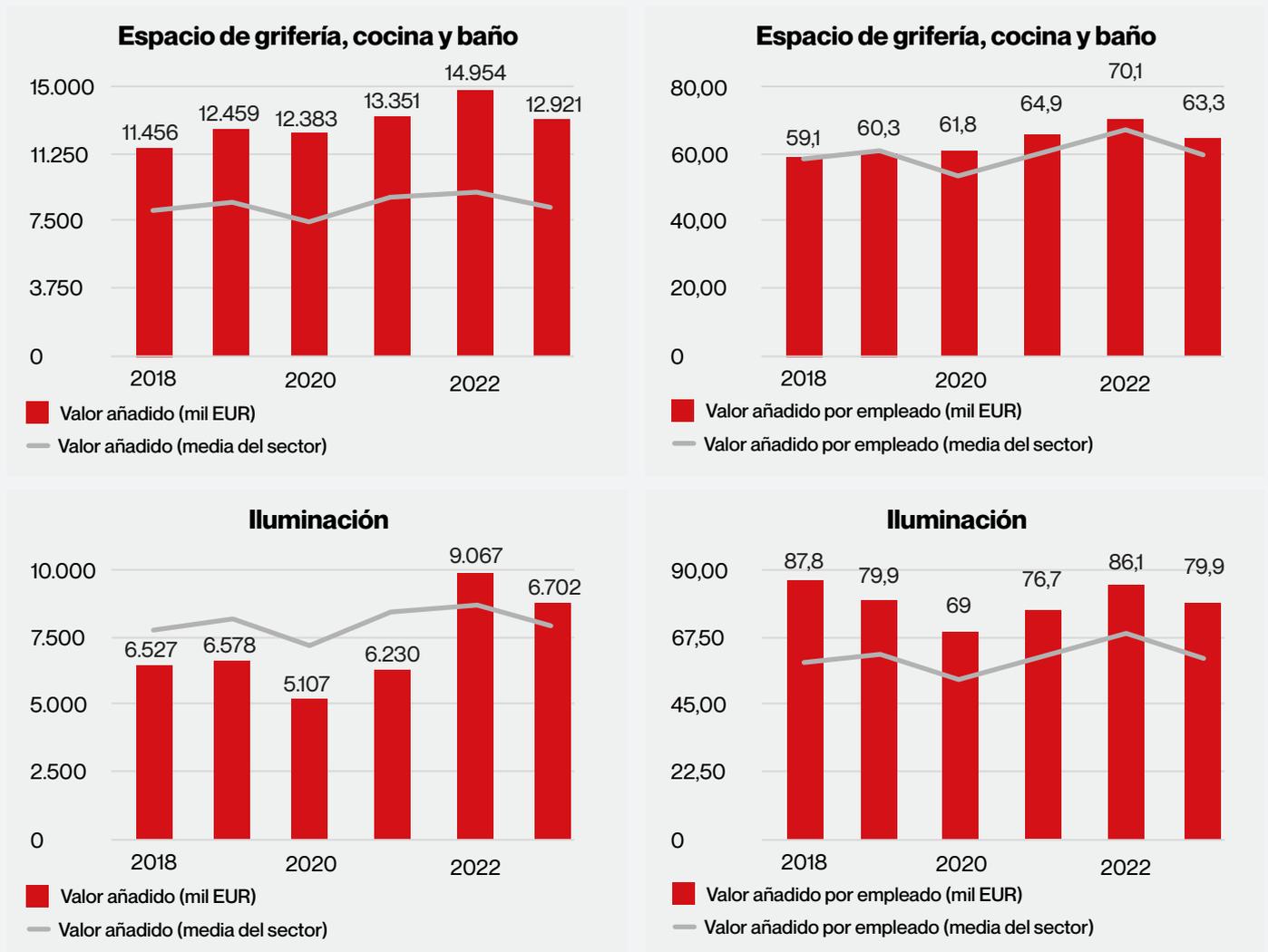


Gráfico 12. Valor añadido medio y por empleado en cada subsector (2018-2022). Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

06. Pertenencia a grupos y redes externas

En este apartado del anuario estudiamos la conexión que las empresas incluidas en la muestra mantienen con redes externas y grupos corporativos. Determinamos dicha relación observando, primero, el número de empresas que poseen participadas y en qué proporción, y segundo, las empresas que cuentan con una matriz o Global Ultimate Owner (GUO) y de qué nacionalidad sería dicho GUO. En concreto, el GUO se refiere a aquella entidad, ya sea una corporación o una persona física, que poseería un 50,01% como mínimo de una empresa concreta. En ocasiones, ocurre que las empresas de nuestra muestra son las que constituyen dicho GUO. Aquí, sin embargo, solo analizamos la presencia o no de estas conexiones para sacar conclusiones al respecto.

Por un lado, en cuanto al número de participadas, observamos que los subsectores de grifería, cocina y baño y el de iluminación son los que poseen un mayor número de estas de media. Al mismo tiempo, a excepción del área de muebles de descanso, el resto de los subsectores cuentan con, al menos, alrededor de un 40% de empresas que poseen participadas, siendo dicho porcentaje superior en el espacio de grifería, cocina y baño. Así, los sectores de iluminación, grifería, cocina y baño, y también el de mueble de oficina y técnico serían los que contarían con mayores conexiones en este sentido.

Por otro lado, en cuanto a las relaciones con GUO, observamos que los cinco subsectores estarían conectados a este tipo de entidad, siendo especialmente significativos, de nuevo, los casos de iluminación y el espacio de grifería, cocina y baño. Además, predominan los GUO domésticos (es decir, de nacionalidad española) sobre aquellos extranjeros en todos los casos. Cabe tener en cuenta, sin embargo, la presencia en la muestra de empresas conectadas a GUO de los cuales no aparece indicada su nacionalidad (aunque suelen ser personas físicas que, en ciertos casos, se relacionan con más de una empresa).

A partir de estos datos, podemos concluir que los sectores incluidos en el hábitat son propensos a establecer conexiones con redes externas y corporaciones en términos de GUO, siendo esto especialmente clave en las áreas de iluminación y el espacio de grifería, cocina y baño. Además, parece que en general son subsectores más propensos a establecer relaciones de corte doméstico. En ningún caso, sin embargo, cabría desdeñar estas asociaciones con otros grupos empresariales, pues podrían favorecer igualmente la mejora de índices como aquellos relativos a la productividad o la actividad de la empresa en general al contar con cierto respaldo, por ejemplo, en términos de recursos potencialmente disponibles o conocimiento que más allá de los límites internos de la empresa.

Subsector	Número de participadas			Núm. de empresas con participadas	Porcentaje de empresas con participadas
	Media	Min.	Máx.		
Mueble de oficina y técnico	1,38	0	14	18	45%
Muebles y textiles para el hogar	0,78	0	8	39	39%
Mueble de descanso	1,35	0	21	3	15%
Espacio de grifería, cocina y baño	2,40	0	52	36	51,4%
Iluminación	2,35	0	15	9	45%

Tabla 6. Participadas por subsector en la industria del hábitat.
Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

Empresas con GUO							
Subsector	Propiedad doméstica (D)		Propiedad extranjera (E)		No se indica nacionalidad	Años de experiencia	Total de empresas con GUO (%)
Mueble de oficina y técnico	26	65%	3	7,5%	1	10	75%
Muebles y textiles para el hogar	69	69%	20	0%	3	28	72%
Mueble de descanso	9	45%	3	15%	3	5	75%
Espacio de grifería, cocina y baño	43	61,43%	8	11,43%	4	15	78,57%
Iluminación	13	65%	3	15%	1	3	85%

Tabla 7. Empresas con GUO (doméstico o extranjero) por subsector en la industria del hábitat (últimos datos disponibles en noviembre de 2023).
Fuente: elaboración propia a partir de ORBIS (2023).

Notas: Las matrices de propiedad extranjera incluyen aquellas europeas. La empresa incluida en la muestra puede constituir el propio GUO. Los GUO pueden ser personas físicas o empresas.

Referencias

Comisión Europea (2014). Reglamento (UE) N° 651/2014 de la Comisión. Anexo I. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A32014R0651>

Federación Hábitat de España (2023). <https://www.habitatfromspain.es/>

ORBIS (noviembre de 2023). Bureau van Dijk. Base de datos ORBIS.

Pla-Barber, J., Pallás-Rocafull, A., y Botella-Andreu, A., (2024). “Reshoring” en industrias manufactureras tradicionales y avanzadas. Situación en el sector del hábitat. INGLOBEST-Federación Hábitat de España.

Pla-Barber, J., Villar, C., Botella-Andreu, A., y Pallás-Rocafull, A. (2022). Anuario 2021 de la Industria española del Hábitat. INGLOBEST-Federación Hábitat de España. Disponible en: <https://www.habitatfromspain.es/wp-content/uploads/2022/07/Anuarios-2021-de-la-Industria-Espan%CC%83ola-del-Ha%CC%81bitat.pdf>

SABI (noviembre de 2023). Bureau van Dijk. Base de datos SABI.

Listado de empresas incluidas en la muestra**MUEBLE DE OFICINA Y TÉCNICO**

1. ACTIU BERBEGAL Y FORMAS SA
2. AF STEELCASE SA
3. AKABA SA
4. ALUMA 3 SL
5. ARLEX DESIGN SL
6. ARQUIMAD FACTORY S.L.
7. ASCENDER SL
8. BURDINOLA SDAD COOP
9. CALCHER GLOBAL SOLUTIONS SL
10. DILEOFFICE SL.
11. DYNAMOBEL SA
12. EUN SISTEMAS SL
13. EURO SEATING INTERNATIONAL SA
14. FORMA 5 SA
15. GESAB SAU
16. GRUPO ARMARIOS PERSIANA SA
17. INDUSTRIAS CANDIDO HERMIDA SL
18. INDUSTRIAS HIDRAULICAS PARDO, SL
19. JG GROUP BURO SA.
20. LIMOBEL INWO, SOCIEDAD LIMITADA.
21. LUYANDO SYSTEM SL
22. MANUFACTURAS CHACON SANCHEZ SL
23. MARTINEZ OTERO CONTRACT SL.
24. MECANITZATS DE LA FUSTA KIM SL
25. MOBEL LINEA SL
26. MOSTOLES INDUSTRIAL, SA
27. NYMAR WOOD SL.
28. OFIPRIX SL
29. OFITA INTERIORES SA
30. P DE LA OLIVA SA
31. RIPAY SA
32. ROCADA SL
33. S.C. OBREROS DE EZCARAY
34. SILLONSUR SA
35. SITAB SYSTEM SL
36. STEEL INOX SL
37. TECNY-FARMA SL.
38. TJC DECORACION AMBIENTAL UNO SL
39. VICCARBE HABITAT SL
40. YUDIGAR SL
4. ANTECUIR SL
5. AZNAR TEXTIL SL
6. BAIX MODUL'S SL
7. BANDALUX INDUSTRIAL SA
8. BELMARTI SL
9. BELPLA SA
10. CALIDAD Y DISEÑO MAPE SL
11. CAMPOS MONTAVERNER SL
12. CANDIDO PENALBA SL
13. CANETE SA
14. CARPINTERIA RAMON GARCIA SA
15. CASA MEDITERRANEA 1967 SL
16. CITEL SL
17. COLECCION ALEXANDRA INTL SOCIEDAD LIMITADA
18. COMERCIAL INDUSTRIAL DE MANUFACTURADOS TEXTILES SL
19. COMERSAN SA
20. COTOBLAU SA
21. CREACIONES DE VELOURS INDUSTRIALES SA
22. CREACIONES EUROMODA SL
23. DISEÑOS TAPIZADOS MUNOZ SL
24. DIVANI STAR SL
25. EREDU SCI
26. EXPORMIM SA
27. F FRANCO E HIJOS SL
28. FABRICA DE MUEBLES TORRES SL
29. FABRI-KIT SL
30. FAMA SOFAS SL
31. FERNANDO CERDA BLANES E HIJOS SA
32. FORES DISEÑO SL
33. FRANCISCO JOVER SA
34. FROCA SL
35. FUNCOTEX SL
36. GANDIA BLASCO SA
37. GLICERIO CHAVES HORNEROS SL
38. GLOBAL SOFAS SL.
39. GONZALO FERRI SA
40. HIJO DE J BASSOLS SL
41. HISPANO TEX SAU
42. INCLASS DESIGNWORKS SL.
43. INDUSTRIAL MARIN TEXTIL SL
44. INDUSTRIAS BITEK SA
45. INDUSTRIAS MURTRA SA
46. INTERFABRICS SL
47. JIMENEZ VISO SL
48. J MOLTO LT SL
49. JOSE ALBERO PUERTO SL
50. JULIA GRUP FURNITURE SOLUTIONS SLU

MUEBLES Y TEXTILES PARA EL HOGAR

1. ANDREU TOPS SL
2. ANDREU-EST SOCIEDAD ANONIMA
3. ANGLÉS TEXTIL SA

51. KETTAL SL.
52. LAGRAMA SL
53. LAN MOBEL S.C.
54. LOSBU SL
55. MANTEROL SA
56. MANUEL REVERT Y CIA SA
57. MANUFACTURAS RUIZ SA
58. MICUNA SL
59. MOBEL YECLA TAPIZADOS SL
60. MOBI CENIA SL
61. MOBLES JJP SA
62. MONRABAL CHIRIVELLA SL
63. MOPAL TAPIZADOS SL
64. MR FABRICACION SOCIEDAD ANONIMA.
65. MUEBLES AZOR SA
66. MUEBLES GRUPO SEYS SA
67. MUEBLES RUDECA SL
68. NOA MADERA CREATIVA SL
69. NUEVA TEXTURA SL
70. ONDARRETA MESAS Y SILLAS SL
71. PENALBA SOLER SA
72. PIEL, SA
73. PRODUCTOS KOL SL
74. RIMOBEL SA
75. MUEBLES TREKU SA
76. RIOMA SL
77. ROS-1 SA
78. SALCEDO MUEBLES DE VIANA S.COOP.
79. SANCAL DISEÑO SL
80. SILLERIA VERGES SA
81. SILLERIAS ALACUAS SA
82. SKY LINE DESIGN SL
83. SPACIO REPOS SL
84. SUINTA SL
85. TAPIZADOS A PUCHE SL
86. TAPIZADOS ACOMODEL YECLA SL
87. TAPIZADOS J MAYO SL
88. TAPICERIAS NAVARRO INTERNACIONAL S.L.
89. TAPIZADOS MUNOZ ROBLES SL
90. TAPIZADOS PEDRO ORTIZ SOCIEDAD LIMITADA
91. TEGAR MOBEL SL
92. TEIXITS J FRANCES SL
93. TEX ATHENEA SL
94. TEXTIL OLIUS SA
95. TEXTILS MORA SAL
96. TM SILLERIAS SL
97. TRASMAN PENEDES SL
98. TRIMOBEL-MAN SL

99. VELAMEN SA
100. XP INSTALACIONES SA

MUEBLE DE DESCANSO

1. COLCHON DUPEN SAU
2. COLCHON STAR SA
3. COLCHONES GOMARCO SL
4. COLCHONES SOMICAT S.L.
5. COMOTEX SISTEMAS DEL DESCANSO SLU
6. DOLCE CONFORT SL.
7. ECUS SLEEP SLU.
8. ESPADESA RETAIL SOCIEDAD LIMITADA.
9. FLEX EQUIPOS DE DESCANSO SA
10. HEALTHCARE FOAM SOCIEDAD LIMITADA
11. HILDING ANDERS SPAIN SL.
12. INDUSTRIAS RELAX SL
13. LUIS SORIANO SA
14. NOI MOBILIARIO EUROPEO SL
15. PIKOLIN SL
16. SIXTY CONFORT SL.
17. SMATTEX SL
18. SOMG CONFORT Y DESCANSO SL
19. SOMIMANCHA SL
20. SOMNIKA BEDS SL

ESPACIO DE GRIFERÍA, COCINA Y BAÑO

1. ABSARA INDUSTRIAL SL
2. ACCESORIOS DE BANO ARTYSAN SA
3. ALGICOCINA SL
4. BANOS 10 SL
5. BUJIOL SOCIEDAD LIMITADA
6. CASCOBALL SA
7. CASCOSOL SOCIEDAD LIMITADA.
8. CERAMICAS GALA SA
9. CINCO CINA SL
10. COMERCIAL SALGAR SL
11. COMPLEMENTOS SANITARIOS SA
12. CONSTRUPLAS SLU
13. COSENTINO INDUSTRIAL S.A.U.
14. DELTA COCINAS SL
15. FIORA BATH COLLECTIONS SOCIEDAD LIMITADA.
16. FOMINAYA SA
17. FORMICA SOCIEDAD ANONIMA UNIPERSONAL
18. FRECAN SL
19. GAMA-DECOR SA
20. GENE BRE SA
21. GRIFERIAS GROBER SL
22. GRUPO ACB COMPONENTS SL.

23. GRUPO ALVIC FR MOBILIARIO SL
24. INDUSTRIA DEL MUEBLE CIUDAD REAL SL
25. INDUSTRIAS ALCORENSES CONFEDERADAS, SA
26. INDUSTRIAS COSMIC SAU
27. INDUSTRIAS RAMON SOLER SA
28. NOXPAN SL
29. KRION SOLID SURFACE SA.
30. LAMIPLAST SA
31. LEVANTINA Y ASOCIADOS DE MINERALES SOCIEDAD ANONIMA
32. MAGAMA SL
33. MAMPARAS DE BANO KASSANDRA SL
34. MAMPARAS DOCCIA SL
35. MEDICLINICS SA
36. MEKA-BLOCK SA
37. METALGRUP SA
38. MOBILIARIO AUXILIAR DE DISEÑO SL
39. MOLDCOM COMPOSITES SL
40. MONTAKIT SL
41. MUEBLES DE BANO ORDONEZ SL
42. MUEBLES DE COCINA DOCA SRL
43. MUEBLES DICA SL
44. MUEBLES INCOSUR SLU
45. MUEBLES JUMAR SOCIEDAD LIMITADA
46. MUEBLES OB SA
47. NOFER SL
48. NOKEN DESIGN SA
49. NOVARALI SL.
50. POALGI SL
51. PRESTO IBERICA, SA
52. PROFILTEK SPAIN SA
53. ROCA SANITARIO SA
54. ROYO SPAIN SL.
55. SANICERAMIC IMPORT AND EXPORT SL
56. SANTOS COCINA Y BANO SLU
57. SANYC C.E.S. SOCIEDAD LIMITADA.
58. SEDAL SLU
59. SOBIME SA
60. SOLUCIONES ALONA SL
61. STANDARD HIDRAULICA SA
62. STILINEA COCINAS SA
63. STROHM BATHROOM SOLUTIONS SA.
64. TOPFORM SL
65. TORBATH FURNITURE SA.
66. TRANSFOR MAD SA
67. TRES COMERCIAL SA
68. TUCAI SA
69. VALVULAS ARCO SL

70. VISOBATH SL.

ILUMINACIÓN

1. ANTARES ILUMINACION SAU
2. ARKOSLIGHT SOCIEDAD LIMITADA.
3. AROMAS DEL CAMPO SL
4. BLUX, SA
5. BOVER IL LUMINACIO & MOBILIARI SL
6. BPM ILUMINACION SL
7. EBIR ILUMINACION SL
8. GRUPO LUXIONA SL
9. GRUPO MCI MUNDOCOLOR HOLDING SL
10. ILUMINACION NACO SL
11. JISO ILUMINACION SL
12. LAMP SA
13. LEDS C4 SA
14. LUZIFERLAMPS SL
15. NEXIA ILUMINACION SL
16. NORMAGRUP TECHNOLOGY SA.
17. ONOK LUZ TECNICA SL
18. SIGNIFY MANUFACTURING SPAIN SL.
19. SIMON LIGHTING SA



JORI & EMPRESA & FUTURO

Desde 1980 asegurando el progreso generación tras generación.

Barcelona, Madrid, Bilbao y en cualquier lugar del mundo.

joriarmengol.com