



www.wood2good.eu

REESTRUCTURACIÓN DEL SECTOR DE LA MADERA

Mejores prácticas y propuestas innovadoras

InnoBox Book

In partnership with:

With financial support
from the EU



AGRADECIMIENTOS

Esta publicación ha sido preparada a partir de la información proporcionada por diferentes empresas del sector de la madera, las cuales están establecidas en Francia, Italia, España y el Reino Unido

El documento ha sido editado y publicado en inglés por POUR LA SOLIDARITE con la estimada contribución por parte de los socios del proyecto Wood2Wood.

Los autores desean agradecer efusivamente a los representantes de las empresas, por su tiempo y contribución en la elaboración de esta publicación.

Esta publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero del Programa PROGRESS de la Unión Europea. Los contenidos de esta publicación son de exclusiva responsabilidad del consorcio, y en ningún caso debe considerarse que refleja la posición de la Comisión Europea.

TABLA DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTOS	1
TABLA DE CONTENIDOS	3
INTRODUCCION	4
PRESENTACION DEL PROYECTO	6
1. LAS MEJORES PRÁCTICAS	
Coulidoor(Francia)	8
Formabilio(Italia).....	12
Reverse(Italia)	13
Valcucine (Italia).....	16
Actiu (España)	19
Micuna (España)	22
2. PROPUESTAS INNOVADORAS.....	25
Menuiserie Thiebaud (Francia)	25
Ikea France (Francia).....	28
Johnny Grey Studio (Reino Unido).....	31
Stewart Linford (Reino Unido)	33
Trada BM (Reino Unido)	35

INTRODUCCIÓN

Impulsar el empleo en los sectores que se han visto fuertemente afectados por la crisis económica es uno de los principales retos que se debe abordar en los próximos años en la Unión Europea. Si las soluciones a la crisis económica se centran estrechamente en la sostenibilidad financiera y económica y en el cambio climático, consecuencia directa de nuestros hábitos de consumo, se podrá combatir al mismo tiempo el aumento del desempleo en Europa.

De hecho, la madera es uno de los sectores industriales más importantes de Europa, con casi 3 millones de trabajadores y 375 000 empresas que generan una facturación anual de 122 mil millones de euros ⁽¹⁾. Sin embargo, entre 2000 y 2012, el empleo en industrias de la madera se redujo un 17%. Las mayores pérdidas se registraron en la fabricación de muebles (-28,6%). A partir de 2008, los efectos de la crisis económica en la industria de la madera han afectado fuertemente,



produciendo una aceleración de las reducciones en la mano de obra a un ritmo bastante más rápido que el promedio en la industria de fabricación ⁽²⁾. La competencia internacional en la cual, el sector de la madera se encuentra, tiene una explicación: el aumento de los costos de materias primas en Europa se ha intensificado, y la deslocalización ya en curso, principalmente en los países asiáticos, donde los objetivos sostenibles no son tan restrictivos como en Europa.

En cuanto al cambio climático, muchos investigadores y científicos han demostrado que la gestión sostenible de los bosques y el desarrollo de productos a base de madera (en la construcción, muebles, etc.) pueden ayudar a reducir las emisiones de CO₂. De hecho, dada la alta capacidad de actuar como sumidero de carbono, la madera es considerada como una de las principales fuentes de energía renovable para el continente. Por desgracia, muchos Estados Miembros siguen limitando el uso de la madera a través de las normas discriminatorias de construcción, justificados principalmente por cuestiones de fuego.

La Estrategia EU2020 para un "crecimiento inteligente, sostenible e integrador" ha reorientado Europa hacia los estándares sociales, ambientales y de salud, junto con los objetivos de la economía y del crecimiento.

¹ SWD(2013) 343 final.

² EUROSTAT, Resumen de Estadísticas Forestales. Dato de septiembre de 2013.

El objetivo establecido de un 20% de energía renovable en la combinación energética europea debe lograrse antes de 2020 y ello puede impulsar al desarrollo de la industria de la madera hacia el sector de la energía renovable. Sin embargo, en vista de todas las otras ventajas que el sector de la madera puede ofrecer en la lucha contra el cambio climático, las decisiones recientes en cuanto al acuerdo sobre Energía y Clima para 2030 pueden constituir un incentivo para los que toman decisiones y los interesados en el sector para desarrollar el uso de productos de madera sostenible. Como la Comisión Europea ya ha manifestado en su comunicación 2008 ⁽³⁾, a pesar de que el sector de la madera se enfrenta a nuevos retos, también ofrece oportunidades para implementar soluciones innovadoras con el fin de responder a la lucha contra el cambio climático y convertirse en el sector competitivo que se espera que sea en Europa.

Muchas iniciativas se han aplicado ya en este sentido. Con esto en mente, el presente libro 'InnoBox' tiene como objetivo presentar una selección de las más relevantes y las mejores prácticas y propuestas innovadoras en cuanto a la reestructuración sostenible en el sector de la madera dentro el marco del proyecto Wood2Good. Por un lado, las mejores prácticas destacarán acciones ya iniciadas por las empresas, el proceso de implementación a seguir y los resultados que pueden esperarse. Por otro lado, las soluciones innovadoras investigarán la innovación y las prácticas futuras a desarrollar con el objetivo de insertar el 'verde' en el sector de la madera.

Gracias a este folleto, el consorcio del proyecto Wood2Good espera que las partes interesadas cambien de opinión y de actitud y dejen de considerar la reestructuración como "la última oportunidad de sobrevivir", sino más bien como una nueva oportunidad para recuperar la competitividad mediante la innovación, contribuir a la lucha contra el cambio climático y superar el desafío de reducción del factor trabajo al que la industria de la madera se enfrenta desde hace casi 15 años.

Acompañando este libro 'InnoBox', se ha publicado un libro de recomendaciones especialmente dirigida a los que toman decisiones, como una síntesis de los resultados del proyecto. Todas las mejores prácticas y propuestas innovadoras también están disponibles en una herramienta 'InnoBox' en la página web: www.wood2good.eu.

El Consorcio Wood2Good le desea una lectura agradable y fructífera!

³ COM(2008) final.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Objetivos de Wood2Good

El proyecto Wood2Good se ha desarrollado con el objetivo principal de analizar la situación actual de la reestructuración en el sector de la madera y establecer recomendaciones dirigidas a los que toman decisiones a fin de garantizar un cambio responsable por parte de las PYMEs de la madera hacia una economía verde.

Para lograr este fin, los objetivos específicos del proyecto son:

1. Mejorar la comprensión de la situación en el sector de la madera en términos de empleo y de prácticas sostenibles;
2. Fomentar la implementación de un verdadero diálogo entre los principales actores (interlocutores sociales, las autoridades públicas, institutos tecnológicos) y el intercambio de información sobre la reestructuración del sector de la madera a través de estudios de casos y talleres nacionales;
3. Buscar las mejores prácticas e innovaciones, recogidas por toda Europa;
4. Sensibilizar a la gente sobre las cuestiones de reestructuración en el sector de la madera y sus soluciones, compartiendo la conclusión de las actividades en cada país a través de publicaciones (Libro de Recomendaciones e InnoBox Book) y la organización de eventos (Conferencias Europeas).

Producciones principales de Wood2Good

2 eventos transnacionales:

* Conferencia de Lanzamiento - Bruselas, marzo de 2014;

* Conferencia final - Bruselas, diciembre 2014;

1 encuesta sobre las percepciones del sector de la madera por los agentes;

1 Informe sobre la revisión bibliográfica para mejorar la comprensión de la situación;

4 estudios de casos y talleres en España, Francia, Reino Unido, Italia;

1 herramienta online "InnoBox" que permite el acceso a las mejores prácticas y soluciones innovadoras.

1 InnoBox Book que presenta una selección de las mejores prácticas e innovaciones;

1 libro de recomendaciones dirigidas a quienes toman decisiones;

1 Página web del Proyecto: www.wood2good.eu

Fecha de inicio: Febrero 2014

Fecha de finalización: Enero 2015

SOCIOS DE Wood2Good

CEITE

España (coordinador)



POUR LA SOLIDARITÉ

Bélgica



FEVAMA

España



FCBA

Francia



Verona Innovazione

Italia



EFEDOSZSZ

Hungría



Buckinghamshire New University

Reino Unido



1. BUENAS PRÁCTICAS

Coulidoor (Francia)



COULIDOOR®

COULIDOOR es una empresa familiar fundada en Francia en 1986 y que está especializada en el diseño y fabricación de puertas de armarios y soluciones de almacenamiento a medida. Desde 2012, la empresa dirige sus pasos hacia el desarrollo sostenible, en armonía con las acciones sociales y ambientales, implementadas internamente desde la creación de la empresa.

Descripción de la Compañía

Historia

COULIDOOR opera en 2 centros industriales y 3 plataformas logísticas, que cubren toda Francia. En comparación con la mayoría de sus competidores en el sector del mueble en Francia, COULIDOOR tiene la distinción de haber incorporado su logística en sus actividades diarias y por lo tanto en la distribución de sus productos.

Año de creación: 1986

Número de empleados: 210

Facturación: 35 M € (2011)

Certificaciones: La Etiqueta Europea de PEFC, garantía de "origen francés"

Productos y Servicios

COULIDOOR ofrece una gama completa de puertas de armario que asocian acero o aluminio con acabados brillante, mate, lacados y un conjunto de decoración en colores vivos que están de moda. Además, la compañía produce armarios hechos a medida para ofrecer vestuarios acorde a las necesidades y deseos de los consumidores. En cuanto al servicio, COULIDOOR es conocido por su rapidez a pesar de fabricar productos hechos a medida (1 semana para puertas de armario y 3 semanas para las unidades de almacenamiento).

Subsectores afectados

Desde su creación, la compañía ha trabajado con sus socios y proveedores con una mentalidad de cooperación y con el enfoque de la compra responsable. Esto está certificado particularmente por la garantía "origen francés" que acredita que la producción, así como el suministro se llevan a cabo por los socios nacionales. En el mismo espíritu de sinergias, COULIDOOR ha establecido alianzas con proveedores locales, como Renault Trucks que actualmente es el fabricante de 25 camiones de la flota de COULIDOOR.

Proceso de Implementación

La dinámica del desarrollo sostenible es impulsada por el Director Industrial del Grupo, y desde 2012 se apoya en nuevo personal: la persona que lleva Calidad y Medioambiente, el Gerente de Recursos Humanos, así como - más recientemente - Gerente de Desarrollo Sostenible.

Desde 2012, la política de la compañía para el desarrollo sostenible se ha visto acompañada de un fortalecimiento de la gestión en las posiciones estratégicas: un gerente de compras (2012), un Jefe de Finanzas (2013), un ingeniero de I+D (2014) y un Director de Marketing (2014). Esto permite la difusión de los principios del desarrollo sostenible en las diferentes posiciones estratégicas de la empresa: la sostenibilidad económica, la innovación, y la comunicación externa.

Prácticas Iniciadas

A partir de 2012, la compañía consolida su política de desarrollo sostenible mediante la multiplicación de acciones complementarias:

La Gobernanza:

- * La formalización de una Acta Constitutiva de la Responsabilidad Social Corporativa;
- * Implementación de la gestión de energía de acuerdo con la norma ISO 50 001;
- * El enriquecimiento de las acciones de seguridad con el fin de mejorar la salud y el bienestar de los empleados en el trabajo.

Proceso:

- * El lanzamiento de un programa de optimización en cuanto al consumo de materias primas y la reducción de residuos;
- * Prueba de nuevas tecnologías como la impresión rápida de prototipos 3D.

Productos:

- * Puesta en marcha de un enfoque de diseño ecológico para los productos de la compañía;
- * Certificación de producto: El PEFC para productos de madera, "origen francés" que garantiza una producción francesa.

Recomendaciones

Hoy en día, el éxito de una empresa con un enfoque de desarrollo sostenible está profundamente arraigado a la organización de la empresa. El Comité Ejecutivo debe aprovechar el tema, definir una estrategia a largo plazo y asegurar su apoyo dentro de los equipos operativos.

Conclusiones

"Desarrollo sostenible" es un enfoque estratégico para la compañía. Las acciones implementadas desde 2012, sobre todo en relación con los agentes externos, son todavía demasiado recientes como para ser evaluados. Las mismas ayudarán a fortalecer los compromisos de la empresa con respecto a la satisfacción del cliente, relaciones con los proveedores, la innovación y el respeto por medio ambiente. El establecimiento de un cuadro de indicadores de desarrollo sostenible permitirá a la empresa medir objetivamente los progresos realizados en este campo.

Más información

www.couli-door.fr | www.ambiance-dressing.fr | www.couli-soft.fr

Palabras Clave: Desarrollo Sostenible, diseño-eco, Salud y Seguridad, Energía, Residuos

Formabilio (Italia)

formabilio.com



Hemos vivido en Milán durante los últimos 10 años, y los dos tenemos más de 30 años de edad. Sentimos la necesidad de hacer uso de años de estudio, trabajo y habilidades adquiridas para crear algo en línea con los valores en los que creemos.

Somos una empresa con un negocio ético, no sólo capaz de tomar, sino también dar, creando riqueza para la comunidad. Hemos decidido invertir en uno de los más famosos campos - también muy afectadas por la crisis - del 'Made in Italy': la industria del mueble. Hemos reinterpretado de una manera totalmente nueva el modelo de gestión de las empresas ya establecidas en la zona, haciendo pleno uso de la creatividad crowdsourcing. Simplemente pedimos a cada agente involucrado que juegue el papel que tiene asignado: que los diseñadores creen, las empresas produzcan, los usuarios elijan, den su opinión y luego compren. Este es el proyecto en el cual invertimos y creemos.

En pocas palabras esto es Formabilio.

Descripción de La Compañía

Formabilio es una marca italiana de muebles y accesorios ecológicos para el hogar:

- * Concebidos por diseñadores de todo el mundo a través de concursos on-line;
- * Elegidos por una comunidad de amantes del diseño;
- * Fabricados por pequeñas empresas con etiqueta 'Made in Italy' y
- * Disponible en línea en la plataforma electrónica de: it.formabilio.com

Desde enero de 2013, Formabilio ha ofrecido 41 concursos a todos sus contactos para un total de 7.600 proyectos recibidos.

Sub-sectores afectados

Los subsectores afectados son los siguientes: Mobiliario (segunda transformación) y comercio electrónico.

Proceso de Implementación

Los productos de Formabilio son el resultado de los concursos de diseño lanzados una vez al mes desde la plataforma de la compañía y también a través de sus redes sociales y otros canales. El concurso de diseño internacional del mueble está abierto a diseñadores, creadores y amantes del diseño de más de 18 años de edad. Talentos creativos de todo el mundo pueden presentar sus ideas.

Todos los proyectos son públicos y pueden ser discutidos, evaluados y votados por una amplia comunidad en línea compuesta por entusiastas del diseño, compradores potenciales y los propios diseñadores. A través de un mecanismo de votación, los votantes en línea seleccionan uno de los 10 productos "impulsados por la gente". Un panel de expertos en diseño de Formabilio, los cuales seleccionan los proyectos ganadores para la producción y venta.

Prácticas Iniciadas

Crowdsourcing: Formabilio puede ser definido como una marca crowdsourced porque sus productos son concebidos por diseñadores de todo el mundo a través de concursos on-line.

Las ideas de proyectos son evaluados por una comunidad de más de 106.000 usuarios registrados y las que reciben la mayor "puntuación" se califican como finalistas. Una comisión interna - hecha por representantes Formabilio, sus fabricantes y expertos en diseño - elige los proyectos ganadores para producir.

Hecho en Italia: Formabilio elige pequeños fabricantes italianos con una producción artesanal: las empresas son de Calidad Superior en la que la estructura de fabricación italiana se basa.



Ecológico: Formabilio insta a los diseñadores a pensar en verde, proponer productos innovadores, respetuosos con el medio ambiente y reciclables. Animar al funcionamiento de productos de calidad, que reduzcan el impacto de los residuos generados y promueven políticas comunes para reducir la huella de carbono.

Resultados "Todo el mundo gana con los concursos de Formabilio!" – Eso lo que dicen: los diseñadores que compiten - que reciben una cuota del 7% en todos los productos vendidos - los pequeños fabricantes italianos, los clientes informados y el público en general.

Valorización de la comunidad:

Diseñadores: "Nuestro enfoque de crowdsourcing hace que Formabilio tenga el diseño de la marca con mayor número de recursos dedicados hacia la investigación y el desarrollo de muebles de diseño". Hasta ahora, los diseñadores de la comunidad de Formabilio suman más de 3.000, con un total de más de 7.600 proyectos presentados y 132 ideas ganadoras que se convertirán en productos reales de la marca Formabilio. A pesar de que la mayoría de los diseñadores vienen de Italia, después de llegar a los creativos de toda Europa, la compañía se está expandiendo a EE.UU., México, Brasil, Rusia, India, Japón, Filipinas, etc.

Los amantes del diseño: En este momento hay más de 106.000 miembros de la comunidad Formabilio -en su mayoría procedentes de Italia- con una mayor concentración en las grandes ciudades como Milán, Roma, Turín y Nápoles. Entre los amantes del diseño que votan y compran productos de Formabilio, hay muchos alemanes, austríacos, holandeses, franceses e inglés, y el 51% de los suscriptores son mayores de 31 años.

Las Empresas de fabricación: Las empresas elegidas por Formabilio como socios (16 en la actualidad) "cuentan una historia única de artesanía y duro trabajo". Formabilio conserva su know-how, que consiste en técnicas y habilidades transmitidas de generación en generación. "Nuestros socios trabajan con motivación, humildad y orgullo - el orgullo de ser parte de este proceso que tiene como objetivo promover y aumentar los valores de la sostenibilidad y el Made in Italy".

Recomendaciones

No tener miedo de la crítica: "Estamos dispuestos a escuchar y aprender cómo mejorar constantemente". Formabilio estimula a la comunidad web para dar sugerencias, comentar sobre proyectos, productos y el sistema de compra.

Conclusiones

Formabilio es una marca de diseño: Crowdsourced, Made in Italy, respetuoso del medio ambiente

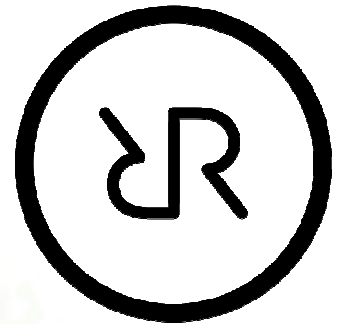
Más información

Vía Mazzini 4 - Cison di Valmarino - 31030 Treviso - ITALIA

media@formabilio.com | it.formabilio.com

Palabras clave: Procesos, Marketing

Reverse (Italia)



Descripción de la Compañía

Nacido en 2010, Reverse evolucionó en 2013 de una asociación cultural a un proyecto empresarial manteniendo una fuerte conexión con la filosofía original y dándole un sentido práctico: Reverse ahora crea soluciones de diseño únicas y personalizadas, construidas a través de técnicas de bajo impacto ambiental y el uso de materiales reciclados.

Este enfoque está muy limitado por el tiempo, ya que implica un gran labor por parte del trabajo artesanal.

Reverse intercepta parte del material de desecho de la producción de empresas locales, con el fin de dar una nueva perspectiva a estos materiales que están listos para ser eliminados.

Reverse comienza con productos que no van a ser utilizados de nuevo; hay un montón de ideas acerca de como una dimensión circular de reutilización del material de desecho se convierte en el inicio de la cadena de producción.

Reverse produce accesorios, elementos de mobiliario y herramientas comunes y organiza exposiciones temporales. Se da a la materia prima un valor mucho más alto, y se trabaja en estrecha relación con los actores locales, creando una dinámica que está cerca del arte y la artesanía.

Reverse se gestiona por un equipo joven (media de edad de 31) compuesto por tres socios de distintos orígenes que cubren las siguientes áreas: gestión, diseño y producción, los cuales son gestionadas internamente

Sub-sectores afectados.

El sub-sector afectado es el siguiente: Mobiliario (segunda transformación).

Proceso de implementación

Reverse tiene como objetivo combinar la rentabilidad de la compañía con la eficacia de las prestaciones sociales con el fin de tener un impacto positivo en la comunidad. Por esta razón, tratan de involucrar a los actores locales, como los municipios, las empresas, las escuelas y la universidad local.

Prácticas iniciadas

Con el fin de difundir y promover la sostenibilidad en el sentido más amplio, Reverse organiza talleres para niños y adultos con el fin de estimular un enfoque crítico sobre el consumo, así como para aumentar su capacidad de juzgar un producto para su distribución y la calidad de la producción.

Reverse también está manejando la gestión de un espacio de 'co-working' en Verona llamado "Canarin" donde se han ejecutado más de 10 proyectos diferentes, todos ellos compartiendo intereses comunes, tales como el respeto del medio ambiente, la sostenibilidad en general y la creatividad: Reverse es un lugar de experimentación que estimula la colaboración. Además, Reverse tiene su propio laboratorio donde seguir todas las fases del proceso: desde la recuperación del material de desecho para la producción de producto nuevo, hasta el diseño.



Resultados

A través de su trabajo, Reverse trata de implementar un modelo económico con el objetivo de crear un valor compartido. El fin es aumentar el bienestar de la comunidad en la zona.

Recomendaciones

"Los talleres son el corazón palpitante del proyecto: para fines culturales y educativos", Reverse organiza y coordina talleres también para los no-expertos, para que todos puedan reciclar y reutilizar los productos de desecho y para que se conviertan en amantes del reciclaje activos. De esta manera y en apenas unas horas todos los participantes pueden hacer sus propias lámparas, sillas y otros objetos. La Srta Federica Collato, co-fundadora de Reverse, declara: "El proyecto de inversión está orientado a la persona y se centra en la capacidad de cada uno para elegir cómo vivir, comer, y las herramientas y productos que usa. Creemos que la calidad de vida puede aumentar sustancialmente cuidando la rutina diaria".

Conclusiones

La participación de la comunidad local:

- * Talleres para niños y adultos;
- * Participación de todos los implicados en el territorio;
- * Soluciones de diseño único y personalizado, construido a través de técnicas y materiales reciclados de bajo impacto ambiental.

Mas Información

Vía GOLFINO 4 - 37133 Verona – ITALIA

www.reverselab.it | info@reverselab.it

Palabras Claves : Uso en cascada de la madera, reciclaje

Valcucine (Italia)



Descripción de la Compañía

Valcucine se fundó en 1980. Todo empezó con el deseo de producir de una manera eco-compatible. La ética y la responsabilidad hacia el medio ambiente son las directrices en las se basan las decisiones de la empresa y que la convierten una buena práctica ya que su sitio web dice "El hombre no debe hacer marcas en la arena que no pueden ser borradas por el viento".

Valcucine trabaja para la eco-sostenibilidad mediante la inversión en cuatro aspectos:

- * Reciclaje - el diseño de muebles de cocina que son 100% reciclables;
- * Reducción en el uso de materiales y cero emisiones de formaldehído, que garantizan una vida técnica y estética larga. Además, Valcucine utiliza madera que no proviene de la destrucción de los bosques primarios;
- * Recoger y reutilizar - garantiza la recogida y eliminación de algunas líneas de muebles de cocina al final de su ciclo de vida;
- * De garantía sin fin –cocinas que están diseñados para ser desmontados y reacondicionadas para que puedan ser utilizadas para fabricar otros productos en el futuro.

Subsectores afectados

El sub-sector afectado es el siguiente: Mobiliario (segunda transformación).

Proceso de Implementación

En Valcucine, los principios de sostenibilidad ambiental son los valores fundamentales de la empresa. Desde sus inicios, la empresa invirtió en procesos eco-sostenibles y con materiales naturales. Bajo el lema "tenemos un sueño, un mundo sin desperdicio!" , su continua investigación les permitió crear las primeras cocinas "sostenibles" a partir de 1988. Sin ir mucho más allá de sólo productos sostenibles, sus proyectos también están dirigidos a comunicar estos valores a sus trabajadores, los clientes y a una mayor población.

Prácticas Iniciadas

Entre las diferentes prácticas iniciadas por la empresa, podemos destacar las siguientes:

- * La mejora continua de sus productos, que se hicieron más y más sostenibles a través de los principios explicados anteriormente;
- * Promoción y financiación de BIOFOREST, la asociación para la regeneración de entornos naturales, que llevó a cabo dos grandes proyectos para la reforestación y la protección de la biodiversidad en el Ecuador y en Italia que se llaman "Operazione Otonga" y "Progetto Vinchiaruzzo". También ha creado el "Progetto Occhione", una idea de educación ambiental para las escuelas intermedias en la provincia de Pordenone, que incluye la construcción de un laboratorio naturalista y de un vivero de especies nativas que posteriormente se plantaron en las tierras planas que se ponen a disposición BIOFOREST;
- * Apertura en 2010 de una librería Eco en su sala de exhibición de Milán para crear conciencia sobre la sostenibilidad. La librería promueve eventos y libros sobre los temas: sostenibilidad, la bio-arquitectura, diseño ecológico, ética y otros libros / revistas relacionadas con la sostenibilidad social y ambiental.



Resultados

Situar los conceptos de sostenibilidad ambiental y social en el centro de los valores de la compañía tuvo un impacto positivo en los siguientes aspectos:

- * Conseguir visibilidad y ser reconocidos como una empresa "verde";
- * Situar el concepto de sostenibilidad en el centro del proceso de innovación, permitiendo el desarrollo de productos únicos y funcionales con una ventaja competitiva;
- * La construcción de una cultura corporativa basada en la ética y un entorno seguro que aumentara la satisfacción de los trabajadores;
- * La entrega de cocinas funcionales y estéticas que son recogidas, recicladas y reutilizadas en parte;
- * Mejorar continuamente los productos de la compañía gracias a la sostenibilidad impulsada por la innovación.

Recomendaciones

Situar los valores de la sostenibilidad en el corazón de la empresa.

Conclusiones

Valcucine es un ejemplo de cómo una estrategia clara y global de la sostenibilidad creó una compañía de éxito según numerosos puntos de vista.

Mas Información

Via L. Savio 11 - 33170 Pordenone - ITALY

www.valcucine.it

Palabras Clave: Reciclaje

Actiu (España)



Descripción de la Compañía

La empresa fue fundada en 1968 como un pequeño taller artesano. Años más tarde, fue creada una empresa especializada en muebles para el hogar y ésta sustituyó a la antigua tienda de artesanía. Con una experiencia de 45 años, la empresa puede ofrecer productos que proporcionan bienestar a los usuarios. La compañía recibió el premio Empresa Verde en 2011, que aprueba la introducción de buenas prácticas en la gestión ambiental y el premio del Green Good Design de Chicago.

Sub-sectores afectados

El sub-sector afectado es el siguiente: Mobiliario (segunda transformación).

Proceso de Implementación

La iniciativa de un parque tecnológico surgió como resultado de la creciente conciencia sobre la responsabilidad de la producción de madera industrial sostenible, respetando el medio ambiente e integrando innovación, sostenibilidad, territorio, industria y arquitectura.

La compañía ha desarrollado un proceso de producción que es sostenible, analizando el ciclo de vida del producto para lograr un consumo responsable de los recursos. Así, la eficiencia productiva permite costos estables. Este proceso tiene en cuenta:

- ARQUITECTURA considerada como una herramienta fundamental para que la innovación, el espacio y el mueble, construyan juntos entornos de trabajo más cómodos y eficientes;
- * TECNOLOGÍA con el fin de mejorar la capacidad de fabricación hacia el crecimiento, la productividad y una posición internacional más alta. Por ejemplo, la tecnología ha permitido el recubrimiento orgánico de todos los productos de metal, evitando las emisiones de CO2 a la atmósfera;
- * INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, esforzándose por ser un líder en el diseño de productos y capaces de protegerlos con patentes para salvaguardar el concepto, el diseño y las especificaciones;

- * PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA para asegurarse de que las más de 90.000 referencias de la compañía se adapten a los requisitos técnicos de cada proyecto, con una garantía de eficiencia y calidad (vehículos de última generación, con mínima emisión de gases contaminantes, embalaje sostenible, etc.);
- * SALUD EN EL TRABAJO mediante el desarrollo de puestos de trabajo de calidad que tengan una influencia decisiva sobre la motivación, el rendimiento y la salud de las personas.

Prácticas Iniciadas

La mayoría de los productos fueron diseñados y producidos de acuerdo con la normativa europea aplicable y siguiendo un estricto control de calidad. Esto llevó a la empresa a:

- * Adoptar la norma EN ISO 14006: 2011 sobre la gestión ambiental para el diseño y desarrollo del producto;
- * Uso de madera procedente de bosques certificados y especies rápidamente renovables;
- * Adoptar el Certificado de la Cadena de Custodia, que garantiza que la madera utilizada en el proceso de la producción proviene de una fuente sostenible;
- * Participar en una certificación del Pacto Mundial;
- * Producir etiquetas sobre Declaración Medioambiental de Producto;
- * Analizar el ciclo de vida del producto (material, producción, transporte, uso y reciclaje).

Resultados

ACTIU fue la primera empresa europea en este sector que recibió el certificado de LEED® GOLD del US Green Building Council por su compromiso con la sostenibilidad y la construcción ambientalmente responsable gracias a su Parque Tecnológico, un complejo sostenible de energía.

La empresa es un ejemplo de sostenibilidad, ya que sus procesos incluyen:

- * Captación de agua a través de un sistema de recogida de aguas pluviales con una capacidad de almacenamiento de 12.000 m³;
- * Instalación solar que permite una emisión negativa de carbono, con una producción de energía de 7.000.000 Kw. / año, 6 veces más de lo necesario, gracias a la instalación de placas solares más grande de toda Europa;

- * Inteligente y eficiente iluminación, optimizando la luz artificial;
- * Replantación de miles de especies de plantas autóctonas.

Recomendaciones

La sostenibilidad comienza con la incorporación de aspectos de eficiencia energética en el proceso industrial, la mejora de la calidad ambiental interior, un uso eficiente del agua, el desarrollo de espacios sostenibles y una selección de materiales.

Conclusiones

ACTIU es un sólido ejemplo de que la sostenibilidad no debe verse como un gasto sino como una inversión que impacta positivamente en los resultados de una compañía. LEED es una cultura que promueve espacios saludables y amigables para los empleados. De esta manera se está implementando en el proceso productivo una reducción significativa de las emisiones de CO₂, la conservación de las aguas y la reducción de residuos.

Más información

Parque Tecnológico Actiu - Autovía CV. 80 - Salida Onil - Castalla P.O. BOX 11,
P.C. 03420, Castalla, Alicante - España

Tel: 0034 966 560 700

Palabras Clave: Energía, Formación, Construcción

Micuna (España)



Descripción de la Compañía

MICUNA Group fue fundada en 1973. Su principal actividad era la fabricación de cunas de madera. Durante 30 años, ha sido pionera en la industria de muebles para el bebé introduciendo cunas de madera en el mercado cuando las cunas de metal estaban dominándolo. La compañía se convirtió en el líder del mercado nacional y es actualmente la cuarta empresa europea líder en la fabricación de cunas y mobiliario para niños. MICUNA realiza sus actividades con el fin de lograr su misión: la protección de la infancia. En línea con esta misión, MICUNA se basa en varios valores fundamentales: la solidaridad, la competencia leal, la seguridad y el bienestar de los trabajadores, el respeto al medio ambiente, apoyo a las madres y las mujeres que trabajan, la calidad, la seguridad y el respeto para los derechos del niño.

Sub-sectores afectados

El sub-sector afectado es el siguiente: Mobiliario (segunda transformación).

Costes	55.000,00 €
(y/o de inversión, el rendimiento de la inversión, el empleo indicador...)	3 armarios aislantes para productos acuosos y 3 pistolas de aplicación.

Proceso de Implantación

Fases del proceso:

1. Definición del proyecto de inversión.
2. La realización del análisis técnico
3. Definición de los parámetros económicos
4. Selección de Proveedores
5. Ensayos y ajustes con el proveedor elegido
6. Parcelas en la planta
7. Ensayos de productos a base de agua en las superficies

Los acabados más extendidos en mobiliario infantil son el lacado en blanco y la madera barnizada. El aspecto más importante para comercializar de estos productos es comprobar la no toxicidad de la pintura utilizada. Con el objetivo de garantizar la seguridad de sus productos, la empresa comenzó a utilizar disolventes en base agua en las superficies de madera con el fin de evitar la contaminación y cumplir con los estándares de calidad. Esto implicaba algunos cambios en el equipo y el acondicionamiento de las instalaciones, con el fin de trabajar con los nuevos productos.

Prácticas Iniciadas

La compañía ha cambiado de la utilización de productos con disolventes a los productos en base agua. El recubrimiento de productos de madera se compone de resinas, cargas aditivas, disolventes y pigmentos con frecuencia mezclados con elementos minerales. Cuando se evapora, el disolvente forma una película o un recubrimiento. En el caso de la solución acuosa, que tiene un único disolvente, el agua, que hace que los acabados sean más respetuosos con el medio ambiente y con el usuario.

La nueva práctica tiene varias ventajas:

- * Un contenido orgánico volátil es mucho más simple y más limpio de usar;
- * Los productos no tienen ningún olor penetrante ni agresivo;
- * El uso de pinturas 'verdes' permite a los productos acceder a los mercados internacionales, que exigen procesos y materiales con bajo impacto ambiental;
- * El uso de pinturas base agua evita el tener que elegir empresas autorizadas para la gestión y tratamiento de residuos peligrosos.

Sin embargo, algunas barreras deben tenerse en cuenta:

- * El cambio cultural producido por el paso de productos disolventes a productos base agua requiere que todos los involucrados en la fabricación, la producción y los procesos de ventas conozcan la verdad acerca de los nuevos productos;
- * Quedan dudas respecto los tiempos de secado de los recubrimientos. El secado final de los sistemas acuosos depende de la evaporación del líquido, en función de dos parámetros: temperatura y la humedad del medio ambiente.

Resultados

El uso de barnices y lacas base agua permiten reducir hasta un 90% la emisión de disolventes con respecto a los barnices tradicionales. También garantiza que los productos de la empresa cumplen con los objetivos de seguridad gracias al uso de pinturas no tóxicas. Los productos base agua tienen un coste diferencial, que puede variar entre el 20% y el 40% dependiendo del fabricante. Sin embargo, los beneficios a

medio plazo presentados por estos nuevos recubrimientos los hacen rentables para el empresario. La compañía está entrando en nuevos mercados internacionales gracias a esta acción y tiene una ventaja competitiva a través de la venta de "productos verdes".

Recomendaciones

Gracias a la inversión en tecnologías de secado, la compañía alcanzó un aumento de la productividad como resultado de una considerable reducción de los tiempos de secado. Este aumento de la productividad ha resuelto otro problema relacionado con la existencia de los productos que han mostrado un rendimiento técnico similar a disolventes tradicionales y que ha llevado a la disminución de los precios.

Conclusiones

La adopción de una tecnología alternativa ha dado a la compañía una gran ventaja medioambiental. Además de cumplir con el objetivo de la seguridad total de los muebles fabricados, los costes de producción no han aumentado. Varios beneficios pueden ser enumerados gracias a la utilización de productos base agua:

- * Emisiones de CO2 más bajas en la atmósfera;
- * Una mejora de la seguridad y la calidad de los lugares de trabajo;
- * Una disminución de los riesgos de incendio, que significa una mayor seguridad y, a la vez, disminución de las primas de seguros;
- * La posibilidad de limpiar la máquina con agua;
- * Los ahorros significativos en disolventes;
- * La ausencia de olor.

Más información

Prolongación Albufera, S/N - 46430 Sollana (Valencia) - España

Tel: 0034 961 740 946. Email: info@micuna.com

Palabras Clave: Procesos, Marketing

2. PROPUESTAS INNOVADORAS

Menuiserie Thiebaud (Francia)



Desde hace varios años la carpintería THIEBAUD ha puesto en marcha un enfoque eco-diseño con el fin de satisfacer la creciente demanda de casas pasivas.

Tipo de la innovación

Recursos Humanos

Administrativo

Energía

Tecnológico

Productividad

Competitividad

Internalización

Financiera

Manejo del tiempo

Afectación en el sector de la solución innovadora

Recursos Humanos

Administrativo

Energía

Tecnológico

Productividad

Competitividad

Internalización

Financiera

Manejo del tiempo

Descripción de la Compañía

La carpintería THIEBAUD es un fabricante de ventanas y puertas de madera o aluminio-madera. Gracias a su experiencia en las ventanas, THIEBAUD crece cada vez más en el mercado de las casas pasivas.

Estado anterior de la Compañía

Fabricante de ventanas y puertas aluminio-madera.

Soluciones Innovadoras

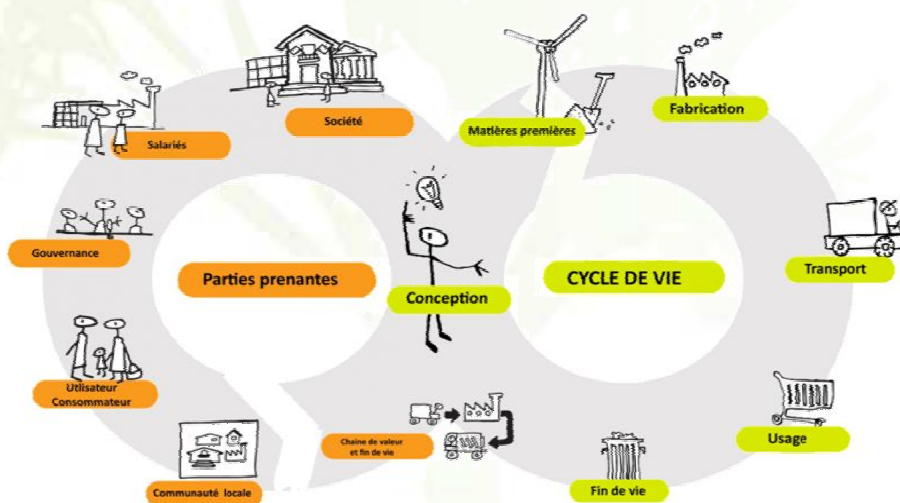
La compañía ha desarrollado y ha comercializado un nuevo tipo de ventana - CAMELEWOOD® - teniendo en cuenta la reducción del impacto ambiental y el ciclo de vida de las ventanas. El CAMELEWOOD es de madera FIR (de la zona del Jura) y de acero, con marcos internos, así como los marcos exteriores ecológicos que son desmontables e intercambiables. Tienen un excelente sellado y utilizan una tecnología única de atornillado laminado.

Este es el primer producto francés con la etiqueta "casa pasiva". Dos años después de su primer lanzamiento, la casa pasiva representa el 40% de las ventas de la compañía.

Forma de implementarse

Esta ventana es el resultado de un enfoque de eco-diseño que incorpora también el aspecto social del desarrollo sostenible.

Este enfoque se basa en dos pilares: el ciclo de vida del producto, así como la integración de los grupos de interés. Su objetivo es identificar las expectativas y necesidades de los diversos grupos de interés en el ciclo de vida del producto: para cada etapa del ciclo de vida del producto o servicio, es importante identificar cómo los diferentes actores están involucrados en el proceso.



Credits: www.eco-conception.fr

Así, cada miembro de la carpintería THIEBAUD participa libremente expresando sus ideas en la mejora continua del producto y proceso de producción.

Resultados

Nuevos mercados; nuevos productos.

Recomendaciones

Apuntar a los mercados de alto valor añadido - como casa pasiva - con el fin de aumentar la comunicación y la visibilidad del producto / empresa.

Conclusiones

Carpintería THIEBAUD ha respondido a un mercado en crecimiento con la producción de una ventana de madera de alta calidad. La ventana CAMELEWOOD® no sólo responde a los requisitos de construcción de bajo consumo de energía, sino también a un nivel aún más estricto: la casa pasiva o casa sin calefacción.

Más información

www.fenetres-franc-comtoises.com

Palabras clave: Energía, Reciclaje

Ikea Francia (Francia)



IKEA Francia implementó recientemente un servicio de reciclaje de muebles con el fin de prolongar la vida útil de sus productos.

Tipo de la innovación

Recursos Humanos

Administrativo

Energía

Tecnológico

Productividad

Competitividad

Internalización

Financiera

Manejo del Tiempo

Afectación en el Sector de la solución innovadora

Recursos Humanos

Administrativo

Energía

Tecnológico

Productividad

Competitividad

Internalización

Financiera

Manejo del Tiempo

Descripción de la Compañía

Distribuidor de muebles y decoración para la casa.

Estado anterior de la Compañía

Distribuidor de muebles y decoración para la casa.

Soluciones Innovadoras

IKEA puso en marcha en la primavera del 2013 un nuevo servicio de recuperación de material de muebles IKEA a cambio de cupones: "Dale una segunda vida a sus muebles".

Créditos: www.ikea.com

Este servicio fue creado para promover la reutilización de muebles y con ello mejorar la esperanza de vida de los productos IKEA. El mobiliario se revende luego en "espacio de buenos descubrimientos" de las tiendas IKEA.

DONNEZ UNE SECONDE VIE À VOS MEUBLES

Créditos: www.ikea.com

Forma de implementarse

La valoración positiva de este enfoque refuerza la voluntad de la marca para seguir aplicando su nueva estrategia "Gente Y Planeta Positivo", anticipando, por ejemplo, las obligaciones previstas en la ley de Grenelle 2, que establece el objetivo del 45% de los muebles deben ser reciclados.

Al principio, esta iniciativa fue temporal; sin embargo, se hizo permanente en todas las tiendas de la marca desde el 1 de enero de 2014.

IKEA también se dedica a reciclar sus propios residuos operativos a través de este mismo programa "Gente y Planeta Positivo". En 2013, se recicló más del 85% de los residuos generados por la actividad de IKEA. En agosto de 2015, todos los materiales utilizados para producir muebles - incluyendo el embalaje, se harán con materiales renovables, reciclables o reciclados.

Resultados

Nuevos servicios, atractivo de la comunicación y reducción de costes.

Recomendaciones

- * Aprovechar el final de la vida de los productos para mantener a los clientes;

- * Pensar en el final de la vida del producto desde la fase de diseño;
- * Reutilizar los productos al final de su vida para crear nuevos productos.

Conclusiones

Esta medida "Dé a sus muebles una segunda vida" es un ejemplo de la estrategia de desarrollo sostenible puesta en marcha por IKEA y que parece dar sus frutos ya que, en 2014, IKEA ha aumentado su actividad a pesar de las condiciones económicas actuales.

Más información

http://www.ikea.com/ms/fr_FR/this-is-ikea/people-and-planet/energy-and-resources/index.html

Palabras Claves: Energía, Huella/Proyecto, Reciclaje, Costos-beneficios, Marketing

Johnny Grey Studios (Reino-Unido)

JOHNNY GREY STUDIOS

Tipo de innovación

Recursos Humanos
 Administrativo
 Energía
Tecnólogo
 Productividad

Competitividad

Internalización

Financiera
 Manejo del Tiempo

Afectación en el sector de la solución innovadora

Recursos Humanos
 Administrativo
 Energía
Tecnólogo
 Productividad

Competitividad

Internalización

Financiera
 Manejo del Tiempo

Descripción de la Compañía

Johnny Grey Studio es una pequeña empresa de diseño de muebles que utiliza la madera como materia prima. El diseño es apto para todas las necesidades del hogar.

Estado anterior de la Compañía

Una empresa de diseño por ordenador para los muebles.

Soluciones Innovadoras

Johnny Grey Studio surgiere una cocina de diseño (frente integrado en unidades) con la utilización de la madera como materia prima, para crear un espacio de vida sostenible y ergonómica.

Forma de implementarse

Johnny Grey Studio utiliza la madera para personalizar el diseño de acuerdo con las necesidades de espacio de los clientes y madera de lujo en la construcción de un espacio habitable y sostenible.

Resultados

Nuevos conceptos de diseño; Nuevo uso de material madera; Revalorización del uso de los residuos de madera

Recomendaciones

La madera es un recurso renovable valioso a considerar en el diseño del espacio habitable; Hacer uso de ángulos en el diseño de interiores; Diversificar materiales menos utilizados en el diseño.

Conclusiones

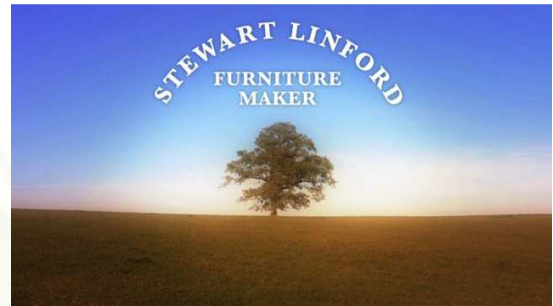
Johnny Grey Studio está a la vanguardia de la utilización de la madera en el diseño de interiores. La determinación de la empresa en utilizar extensamente la madera por todo el espacio habitable, ha creado una empresa de diseño con éxito en un tiempo difícil económicamente, cuando la madera como material fue considerada caro.

Más información

www.johnnygrey.com

Palabras clave: Uso cascado de la madera; Huella/Proyecto; Costos-beneficios; Marketing

Stewart Linford (Reino Unido)



Tipo de innovación

Recursos Humanos

Administrativo

Energía

Tecnólogo

Productividad

Competitividad

Internalización

Financiera

Manejo del Tiempo

Afectación en el sector de la solución innovadora

Recursos Humanos

Administrativo

Energía

Tecnólogo

Productividad

Competitividad

Internalización

Financiera

Manejo del Tiempo

Descripción de la compañía

Stewart Linford se estableció en 1976 como fabricante de sillas. El negocio ha crecido y se ha diversificado en los últimos años hacia la construcción de elementos de mobiliario bajo pedido (como un motivo personalizado o una pieza de talla).

Estado anterior de la Compañía

Edificio antiguo, no eficiente energéticamente, tecnología antigua y problemas de liquidez.

Soluciones innovadoras

Stewart Linford se ha trasladado a un edificio moderno con el propósito de mejorar la ubicación y la diversificación de la producción. También se ha rebautizado a sí mismo con el nombre de 'Luxury in Wood Ltd.' y ha añadido sofás de calidad como producto.

Forma de implementarse

Reubicar; diversificar la producción y las fuentes de ingresos (por ejemplo, crear un museo de la silla).

Resultados

Nuevos productos; nuevos mercados; puestos de trabajo salvados.

Recomendaciones

Hablar con un banco; Identificar locales adecuados para la reubicación - por ejemplo, bien comunicado; Unir fuerzas con empresas en una situación similar, para poder crear un clúster.

Conclusiones

El entendimiento de Stewart Linford hacia los cambios que se producen en el mercado requiere una actualización tecnológica y una reducción de su tamaño para adaptarse a una nueva ubicación, de manera que esta empresa única pueda sobrevivir a las dificultades económicas.

Más información

www.stewartlinford.co.uk

Palabras clave: Costos-beneficios

Trada BM (United-Kingdom)

BM TRADA

Tipo de innovación

Recursos Humanos
Administrativo
Energía
Tecnólogo
Productibilidad

Competitividad

Internalización
Financiera
Manejo de Tiempo

Afectación en el sector de la solución innovadora

Recursos Humanos
Administrativo
Energía
Tecnólogo
Productibilidad

Competitividad

Internalización
Financiera
Manejo del Tiempo

Descripción de la Compañía

BM TRADA ofrece certificación independiente, pruebas, inspección, formación y servicios técnicos para las industrias de la madera. BM TRADA promueve el uso de la madera en la construcción en el Reino Unido.

Estado anterior de la compañía

Hasta hace poco, BM TRADA ofrecía sus servicios a través de una serie de empresas individuales: BM TRADA Certification Ltd, TRADA Technology Ltd, Chiltern Internacional sobre Incendios Ltd (incluyendo Chiltern Dinámica), FIRA International Ltd (FIL) y una red de oficinas internacionales. Ahora todas las demás empresas están negociando con el mismo nombre - BM TRADA - y han adoptado la nueva identidad visual.

Soluciones innovadoras

Los consumidores primero; lograr una reputación sólida a través de la marca; minimizar los costes.

Forma de implementarse

Limitar los compromisos financieros para minimizar los flujos de tesorería y riesgos del balance; Ayudar a minimizar las emisiones de CO2 de sus negocios, empleados y clientes; Innovar para maximizar el "bienestar" del factor general de los servicios prestados.

Resultados

BM TRADA ha modernizado su imagen y combinado sus fuerzas, sin dañar sus valores, sus empleados y la integridad de sus servicios.

Recomendaciones

Examinar la lista de clientes de la compañía; Identificar la repetición en la disminución del negocios; Revisar el mensaje de la empresa y de la marca; Trabajar con las partes interesadas; Proponer soluciones viables que no dañen el negocio principal.

Conclusiones

Las empresas necesitan de vez en cuando revisar sus negocios y la relación con los clientes para identificar comunicaciones confusas; como el negocio es ya complejo, la claridad y sencillez en la comunicación son poco frecuentes, pero valiosas. Deben considerarse los pasos hacia una identidad única para fortalecer el atractivo de la compañía.

Más información

www.bmtradagroup.com

Palabras clave: Formación; Marketing

Diciembre 2014

Coordinación de la publicación:
POUR LA SOLIDARITÉ – PLS
European think & do tank

www.pourlasolidarite.eu