

# Conferencia de prensa sobre el balance

del ejercicio **2016**



Verl, a 10 de febrero de 2017

## CONTENIDO

---

1. **Mercado globalde muebles y cocinas 2016**
2. **Volumen de negocios de nobilia en 2016**
  - 2.1. **nobilialia** total
  - 2.2. **nobilialia** en Alemania
  - 2.3. Exportaciones de **nobilialia**
3. **Grupo de empresas de nobilia**
4. **Feria de la compañía de 2016 y colección de 2017**
5. **Producción e inversiones**
6. **Medio ambiente y sostenibilidad**
7. **Trabajadores y capacitación**
8. **Expectativas y planificaciones para 2017**

## **1. Mercado global de muebles y cocinas 2016**

Con motivo de la Feria de Muebles en Colonia en enero de 2017, el sector de muebles manifiesta estar satisfecho con lo logrado en el año 2016. También en el año pasado el consumidor compró numerosos bienes de consumo duraderos gracias a la buena situación laboral y la baja rentabilidad del capital en el mercado. Este efecto ha sido sumamente provechoso para los fabricantes de muebles en Alemania.

A pesar de que la tendencia al consumo haya disminuido ligeramente en el cuarto trimestre del año pasado, las asociaciones sectoriales pronostican para el mercado de muebles un aumento de las ventas de aproximadamente un 3,5 por ciento para el 2016 en comparación con el año anterior. Es preciso destacar, que la exportación proporcionó un mayor crecimiento que las ventas nacionales, un impulso que hasta finales de noviembre de 2016 contribuyó con un 2,5 por ciento al desarrollo positivo del sector.

Sin duda alguna, los fabricantes de muebles de cocina también han tenido un exitoso año 2016. Según las informaciones de la asociación sectorial, la industria alemana de muebles de cocina creció en un total del 4,2 % hasta finales de noviembre de 2016. Esto significa que el segmento de los muebles de cocina ha superado una vez más el crecimiento del sector de muebles en general. El motor de este crecimiento han sido las exportaciones con un incremento del 8,7 por ciento. Según información de la Asociación de la industria de muebles alemana (abreviatura en alemán: VdDK), el incremento de las ventas en la exportación se distribuye por igual entre los países dentro y fuera de la zona del euro. Lo que se traduce en una amplia base sólida del sector en los mercados extranjeros.

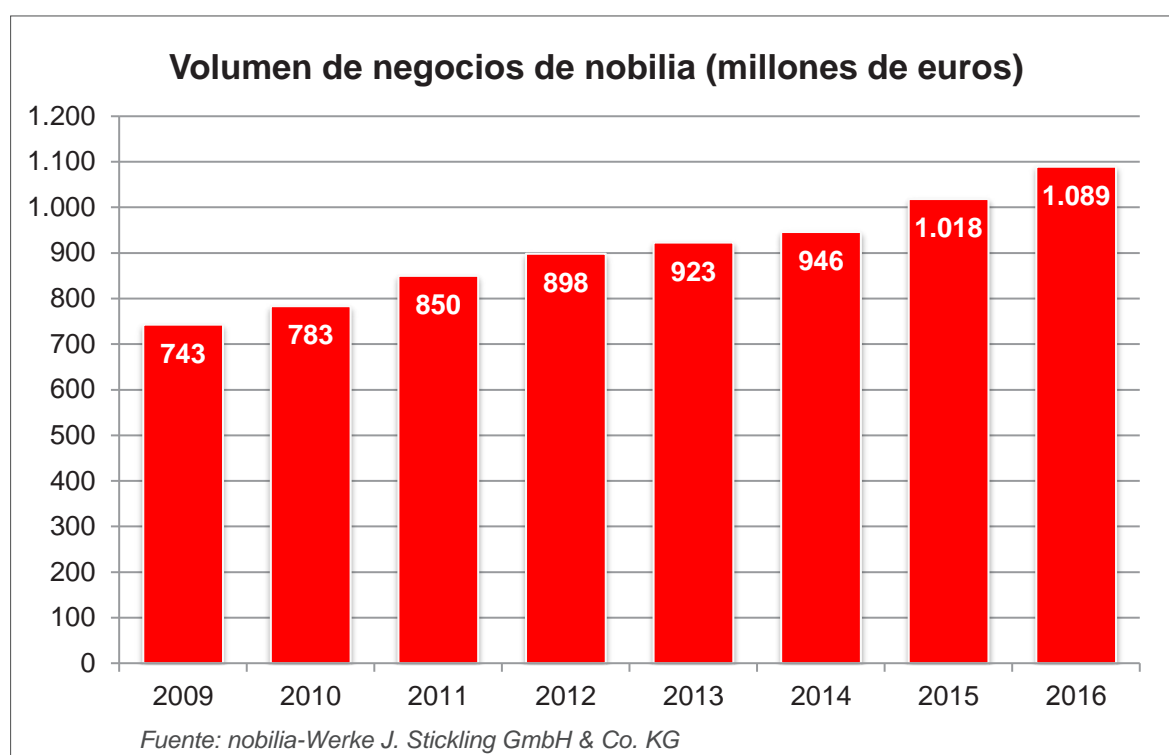
Según las informaciones de la asociación sectorial, hasta finales de noviembre de 2016 el negocio nacional aportó sólo un moderado 1,5 por ciento al crecimiento total. Por consiguiente, la cuota de exportación de la industria de muebles de cocina aumentó al 38,5 por ciento.

## 2. Volumen de negocios de nobilia en 2016

### 2.1. nobilia en total

nobilia logró alcanzar también en el año 2016 valores superiores al promedio de la industria de muebles de cocina, presentando un mejor desarrollo que el sector en general.

El volumen de ventas de 1,089 mil millones de euros superó de nuevo en el año 2016 la marca de los mil millones de euros. Así pues, el volumen de ventas alcanzado en el año 2015 ascendió a 1,018 mil millones de euros y esta cifra aumentó en el año 2016 en 70,4 millones de euros. Es decir, un aumento en las ventas del 6,9 por ciento en comparación con el año anterior.



Con todo ello, nobilia ha seguido aumentando su cifra de ventas. En este contexto, nobilia ha consolidado otra vez su posición destacada como líder de mercado en Alemania y ampliado aún más su posición dominante en Europa.

Con la fabricación de unas 660.000 cocinas en el transcurso del año, es decir, prácticamente 3.000 cocinas por día laboral también se ha logrado un nuevo récord de ventas según criterios físicos.

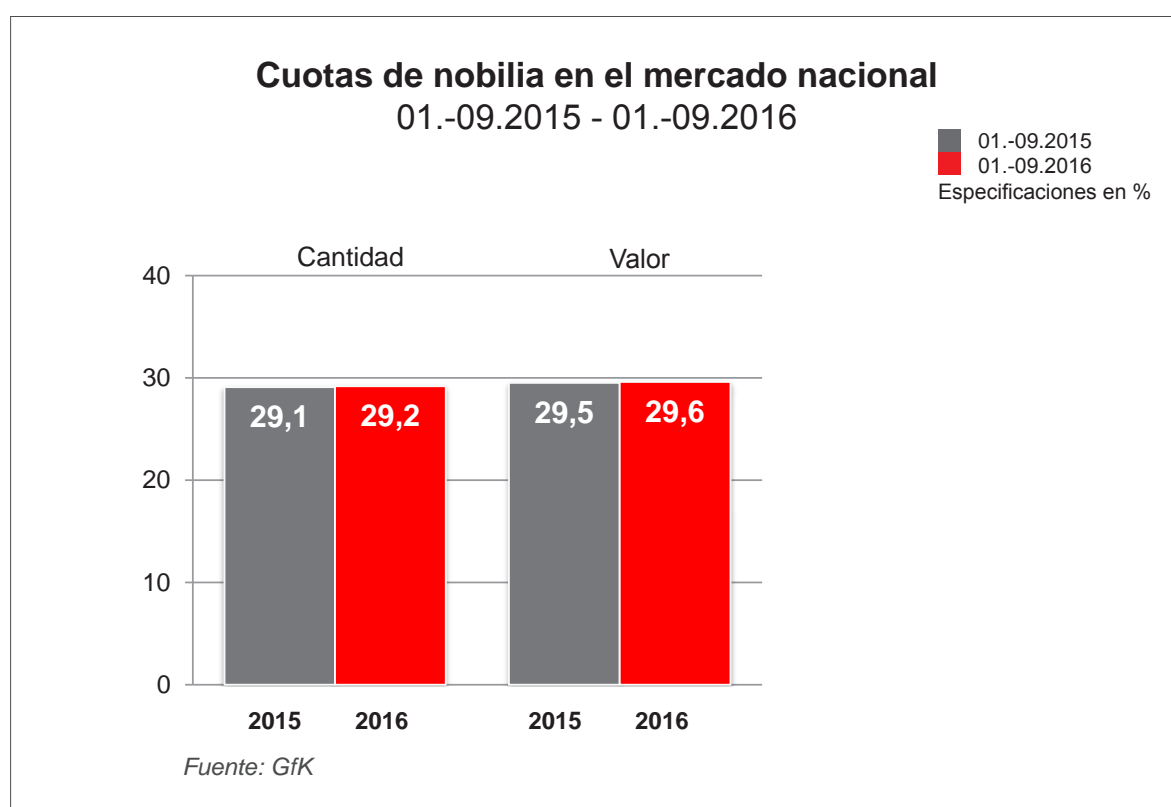
El crecimiento de las ventas se debió, al igual que en los años anteriores, básicamente al negocio de los componentes de madera. Siguiendo el deseo inequívoco de los clientes, tanto nacionales como extranjeros, de ofrecer una alternativa individual a la marca nobilia desembocó en la ampliación de una comercialización del concepto „marcas privadas“, que actualmente abarca más de 100 marcas.

nobilia continúa siendo un proveedor líder en la comercialización de cocinas, con lo que ofrece a sus socios comerciales cocinas completas, inclusive electrodomésticos y accesorios de una sola mano. Doce marcas de electrodomésticos, entre ellas cuatro marcas exclusivas, cubren los diferentes segmentos de precios, desde la gama económica hasta la más elevada. Prácticamente la mitad de las cocinas vendidas se suministran con los electrodomésticos correspondientes.

Las cifras de venta de electrodomésticos permanecieron iguales a las del año anterior y por consiguiente no crecieron tanto como las ventas de componentes de madera. Esto se debe por una parte a las estrategias de las marcas propias de los diferentes grupos de comerciantes en el mercado nacional y por otra parte al negocio de exportación de nobilia en continuo crecimiento. Aunque en los años pasados la concepción de la comercialización completa fue un éxito en la exportación gracias a las diversas ventajas logísticas, el surtido de electrodomésticos se enfrenta a ciertos límites en algunos mercados de exportación, sobre todo en los mercados nuevos, debido a las diferentes normas técnicas, pero también porque este modo de comercialización se desconoce en algunas regiones. Es importante seguir divulgando intensamente las ventajas de la comercialización completa en el proceso de afianzamiento en estos nuevos mercados. La tramitación fácil y rápida, la buena relación entre la calidad y el precio y el hecho de que las marcas propias exclusivas ofrecidas por nobilia no se venden en Internet son factores de venta interesantes también en el extranjero. La gama de las marcas ofrecidas y la cantidad creciente de marcas propias han contribuido a que en muchos mercados de exportación establecidos ya se alcancen cuotas de comercialización completa similares a las del mercado nacional.

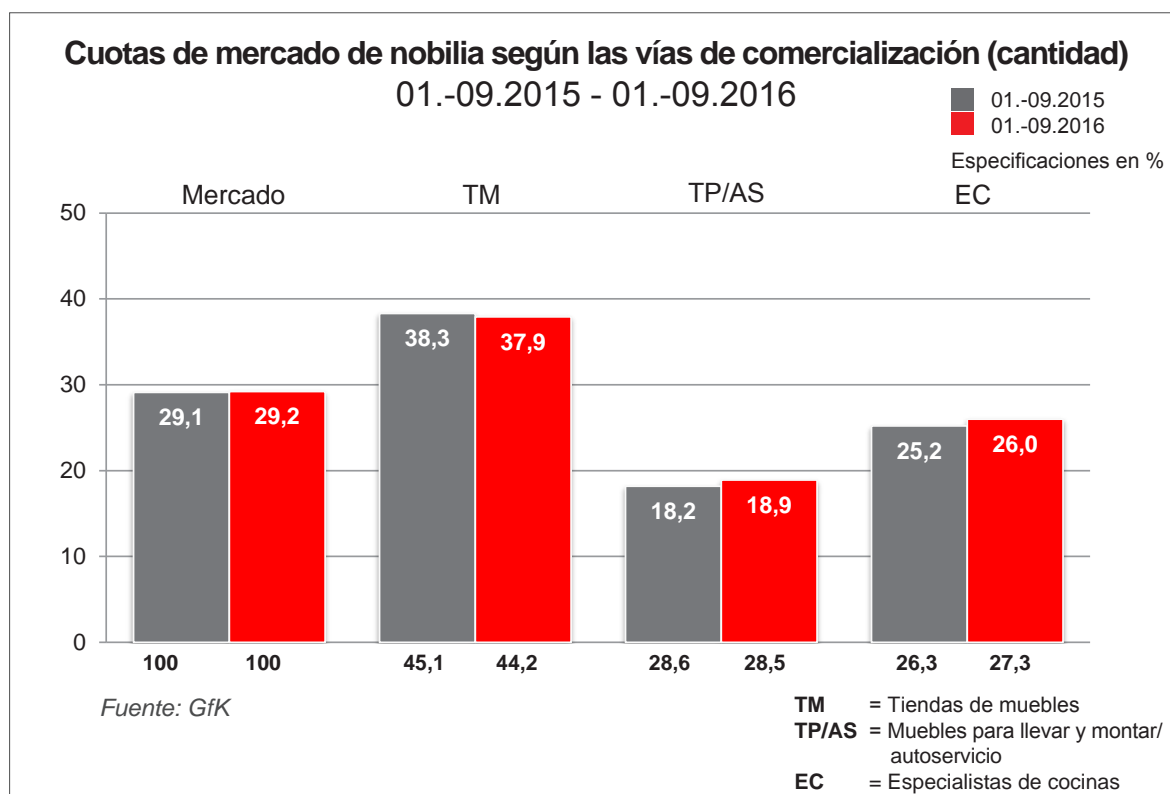
## 2.2. nobilia en Alemania

Las ventas en Alemania ascendieron en 2016 a 604,5 millones de euros, lo que superó en 13,4 millones de euros la cifra de 591,1 millones de euros del año anterior. El desarrollo de esta tasa de 2,3 por ciento también supera las expectativas de crecimiento del sector de muebles de cocina. Esto significa que las ventas nacionales contribuyeron con un 20 por ciento al crecimiento de las ventas de 70,4 millones de euros.



Según los análisis realizados por la GfK (Sociedad de investigación del mercado), las cuotas de mercado nacional crecieron ligeramente en comparación con el año anterior y se encuentran aproximadamente a nivel del año anterior del 30 por ciento, tanto en términos de cantidades como de valores. Por consiguiente, sigue siendo válida la afirmación de que casi cada tercera cocina vendida en Alemania procede de la ciudad de Verl.

La GfK no sólo analiza el mercado global sino que distingue entre tres distintas vías de comercialización: tiendas de muebles, muebles para llevar y montar en autoservicio y especialistas de cocinas.

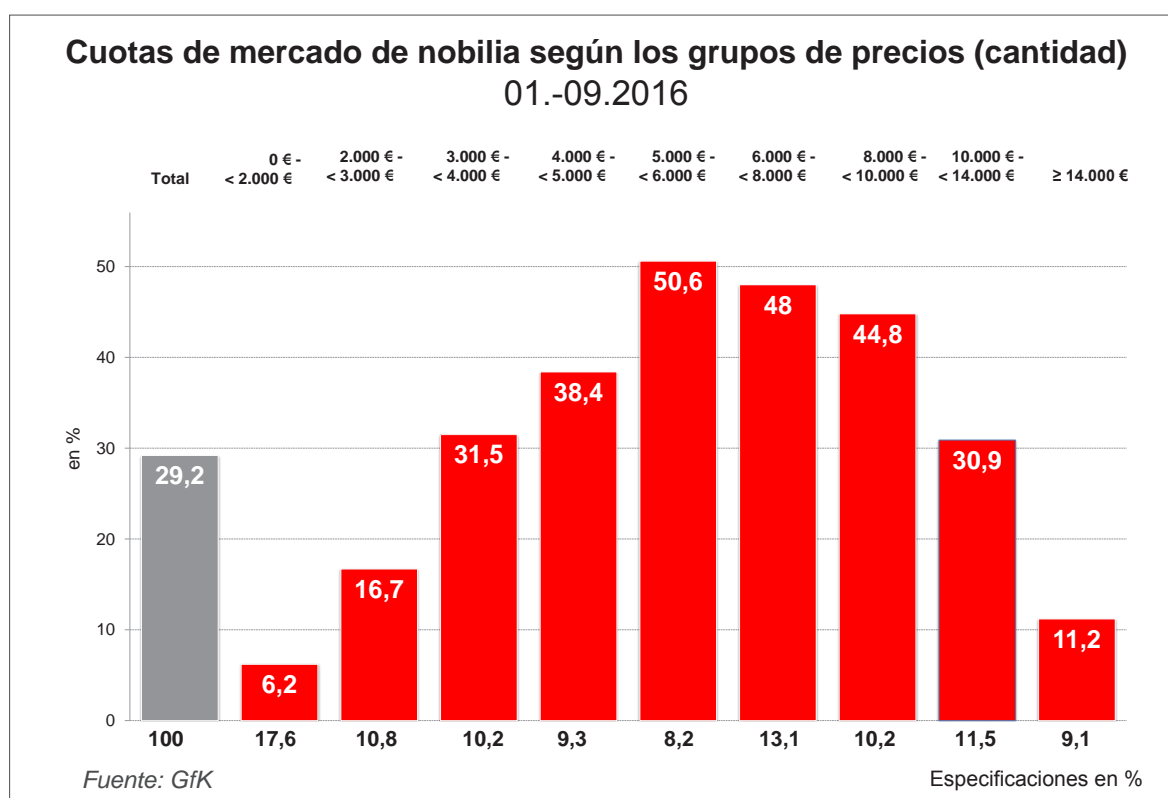


Según los resultados obtenidos por la GfK el 44,2 por ciento, es decir casi la mitad, de las cocinas vendidas en Alemania se venden a través de tiendas de muebles. Esta vía de comercialización de gran envergadura es también la más importante de nobilia puesto que la empresa alcanza una cuota del 38 por ciento en las tiendas de muebles.

La cifra de ventas a través de la comercialización en casas de muebles para llevar y montar y autoservicio en Alemania es un 30 por ciento inferior a la cifra de comercialización de las tiendas de muebles. Paralelo a este desarrollo, la cuota de mercado de nobilia del 18,9 por ciento es también significativamente más baja que la cuota de la vía de comercialización de las tiendas de muebles. La baja cuota de mercado en esta vía de comercialización se debe a que las mercancías “despiezadas” dominan en medida creciente justo los segmentos de precio inferiores de los muebles para llevar y montar y autoservicio. Como se sabe, nobilia no ofrece este tipo de mercancía. A pesar de esto, nobilia pudo alcanzar un moderado aumento en esta cuota del mercado en comparación con el período del año anterior.

Según la evaluación de la GfK, la cuota de mercado de los especialistas de cocinas aumentó en comparación con el año anterior y asciende ahora al 27,3 por ciento. En paralelo al desarrollo del mercado total, nobilia ha podido incrementar una vez más de forma moderada su cuota de mercado en esta vía de comercialización del 25,2 por ciento al 26,0 por ciento. Esto significa que cada cuarta cocina vendida en Alemania por un especialista de cocinas ha sido fabricada por nobilia.

Para la evaluación de la posición de nobilia en el mercado nacional es además importante el análisis de las cuotas de mercado según los grupos de precios.



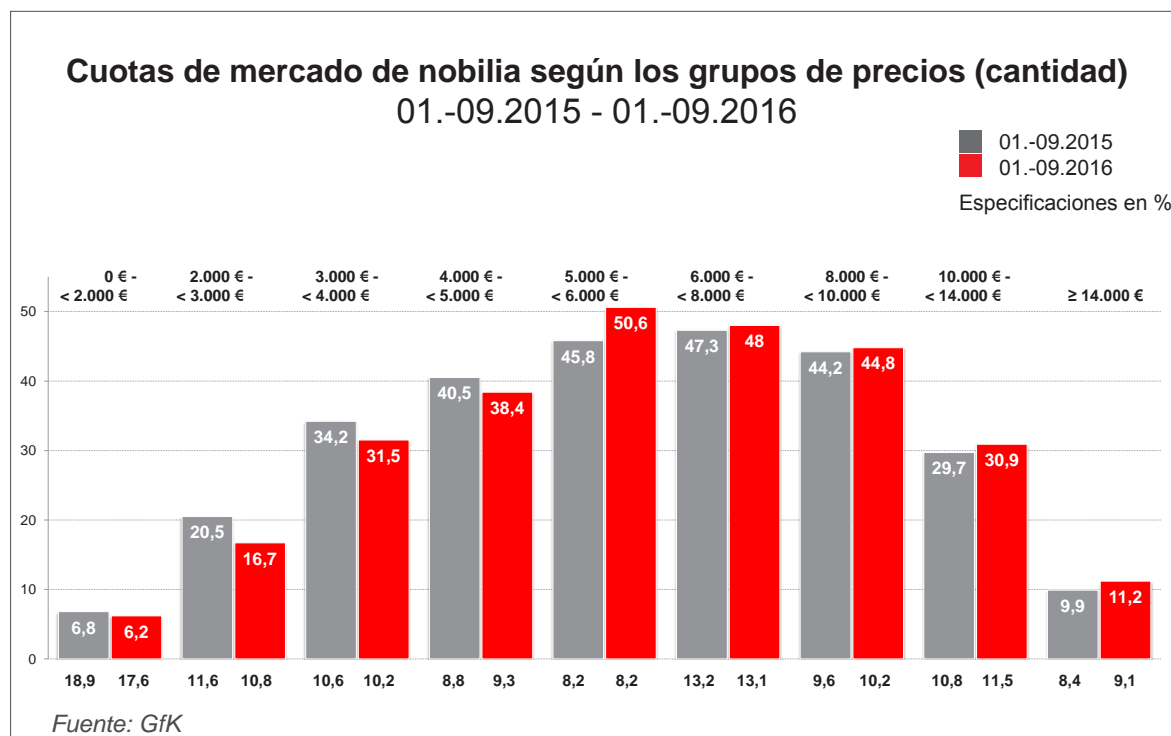
Según los análisis de la GfK, el 62,5 por ciento de todas las cocinas se vende en la gama de precios entre 3.000 y 14.000 euros.

El 17,6 por ciento de las cocinas se vende en el sector del llamado precio básico, en la cual una cocina con electrodomésticos cuesta al consumidor final menos de 2.000 euros. La cuota de mercado de nobilia en esta gama es sólo del 6,2 por ciento. En este contexto se tiene que tomar en cuenta que fundamentalmente las mercancías despiezadas dominan este grupo de precios y nobilia no ofrece este tipo de mercancía.



nobilis tiene una cuota de mercado mucho más elevada en la gama entre 3.000 y 4.000 euros. La cuota de mercado es aquí del 31,5 por ciento. En el amplio centro del mercado, es decir en la gama de precios entre 4.000 a 10.000 euros, en la cual se vende en total un 40 por ciento de las cocinas alemanas, la cuota de mercado de nobilis se encuentra entre 38,4 y 50,6 por ciento. nobilis suministra desde su sede en la ciudad de Verl más de la mitad de las cocinas en la gama de precios de 5.000 a 6.000 euros.

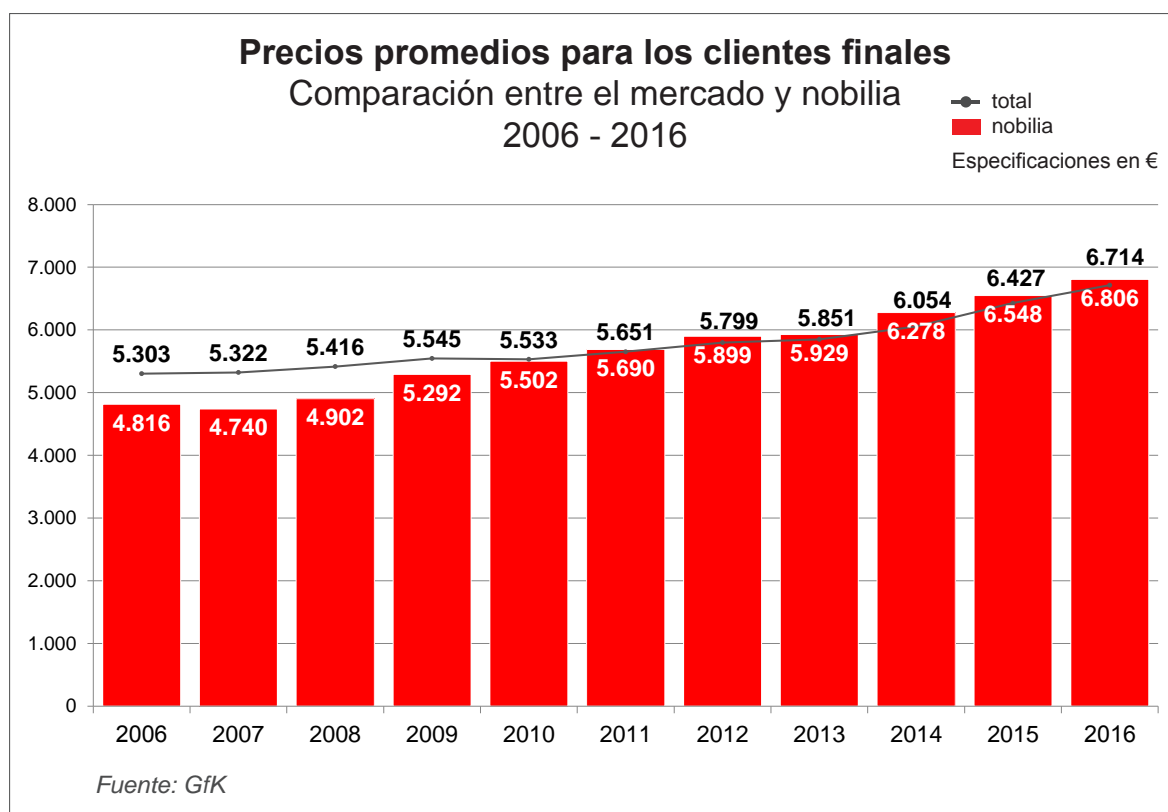
Con estas cuotas nobilis es líder en el mercado de la gama media. Este desarrollo demuestra una vez más su posición destacada y constante en el centro del mercado.



Las modificaciones de las cuotas de mercado en comparación con el período del año anterior destacan el desarrollo positivo continuado de nobilis en la gama alta del mercado. En la gama de precios inferiores nobilis no pudo conseguir más cuotas de mercado. No obstante, nobilis pudo aumentar sus cuotas de mercado en comparación con el año anterior en toda la gama a partir de 5.000 euros, es decir en el sector del mercado en el cual se vende más del 52 por ciento de las cocinas vendidas en Alemania.

La clara tendencia hacia los segmentos del mercado de valor elevado también queda evidente por el hecho de que nobilia ya tiene actualmente una cuota de mercado del 11 por ciento en la gama de precios por encima de 14.000 euros.

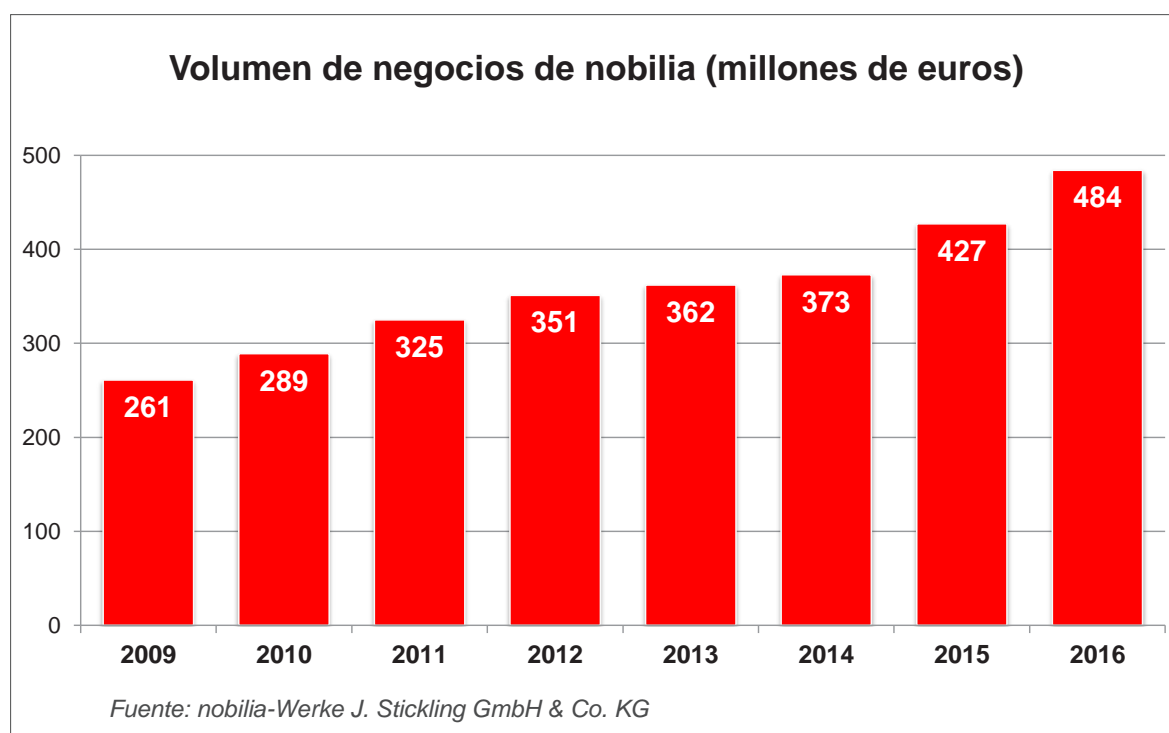
La tendencia a largo plazo a un “trading up”, es decir un desarrollo hacia segmentos de mercado de valor más alto, no sólo es evidente en nobilia, sino también en el mercado en general. Esto lo demuestra el siguiente gráfico sobre el desarrollo de los precios promedios para los clientes finales.



Los precios promedios en el mercado para los clientes finales aumentaron de 5.303 euros en el año 2006 a 6.714 euros en el año 2016. El nivel de los precios promedios de nobilia aumentó en este período de 4.816 euros a 6.806 euros y está por consiguiente desde el año 2011 por encima del nivel de mercado. Es preciso considerar que nobilia tuvo una influencia decisiva en el aumento de los precios del mercado gracias a su cuota de mercado de casi 30 por ciento.

### 2.3. Exportaciones de nobilia

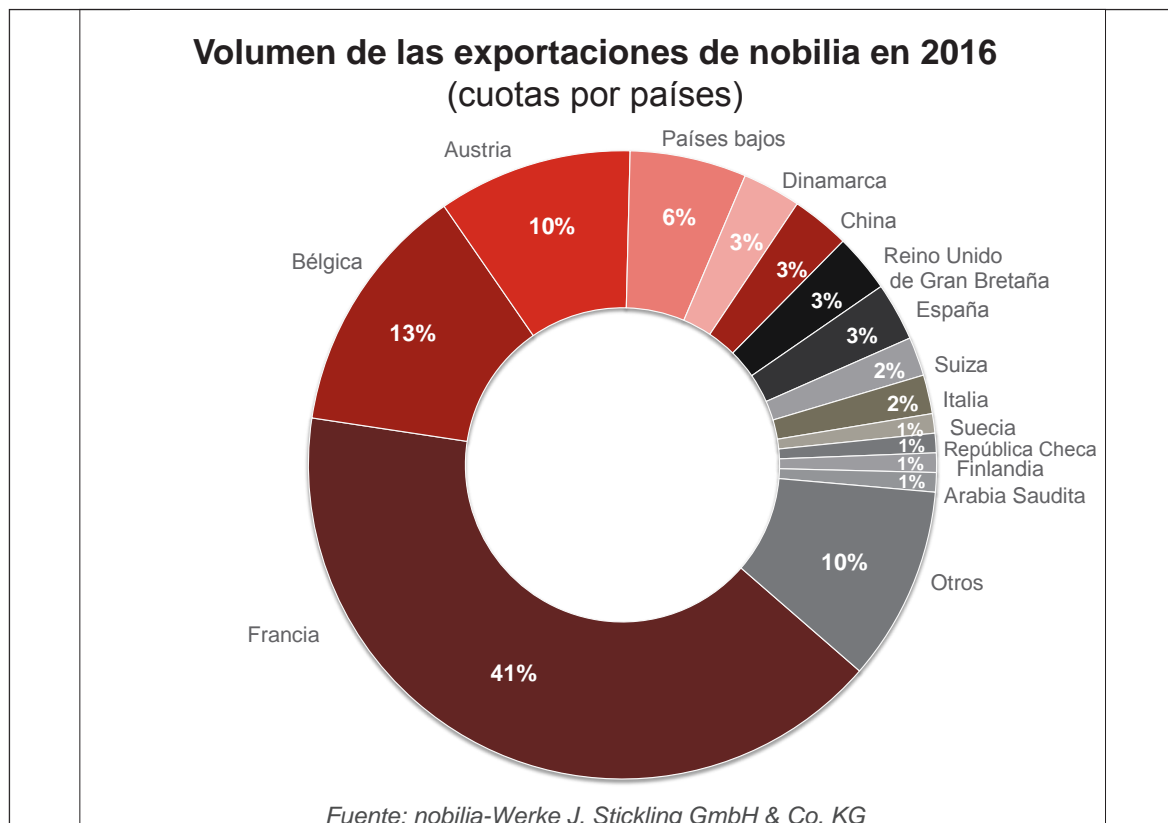
La cifra de ventas de exportación de 484,3 millones de euros en el año 2016 fue 57,0 millones de euros más alta que la cifra del año anterior, lo cual equivale a un aumento del 13,3 por ciento.



Por ello, en el año 2016 la exportación fue otra vez el motor decisivo del crecimiento. La cuota de exportación asciende ahora al 44,5 por ciento y es superior a la cifra del 42,0 por ciento del año anterior y superior al promedio del sector del 38,5 por ciento.

La clasificación de las cifras de venta de exportación según los países no revela modificaciones significativas en comparación con el año anterior.

La mayoría de las ventas de exportación se realiza en los países vecinos europeos. El negocio con Francia con un porcentaje del 41 por ciento es el más importante en todas las ventas de exportación. Después siguen los mercados en Bélgica con un 13 por ciento de ventas y Austria con un 10 por ciento.



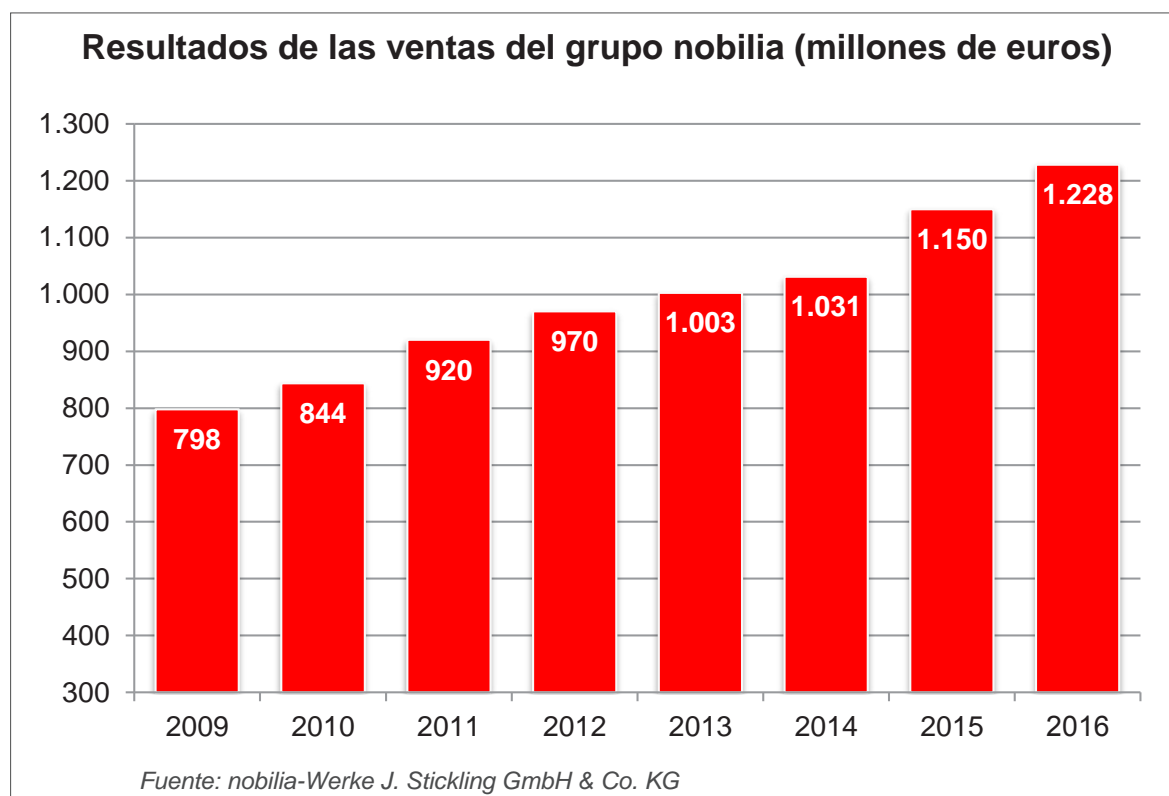
Los motores del crecimiento no sólo fueron los grandes mercados de exportación como Francia, Bélgica o los Países Bajos, sino en medida creciente también algunos mercados más lejanos como Arabia Saudita o China. Además, en el 2016 fue posible ampliar las ventas en numerosos mercados de exportación más pequeños, lo cual contribuyó de manera significativa al crecimiento de las ventas de exportación.

### 3. Grupo de empresas de nobilia

El negocio principal de nobilia consiste en la producción de cocinas en Alemania, en la ciudad de Verl. Estas cocinas se comercializan en más de 80 países en todo el mundo. En los últimos años este negocio fue completado en el extranjero por distintas formas del comercio minorista. El objetivo de esta estrategia ha sido y sigue siendo el establecer y asegurar unas vías de venta adicionales para las capacidades de producción existentes en los dos emplazamientos de producción en Verl.

En Suecia e Inglaterra, nobilia opera tiendas de cocinas en responsabilidad propia bajo los nombres Noblessa Sverige y K tchenhaus. Asimismo nobilia tiene una participación minoritaria en una cadena comercial en Bélgica que opera en el mercado con tiendas de la línea de comercialización  ggo. Además, nobilia es socio mayoritario de la organización de franquicia FBD (Franchise Business Division) que actualmente tiene unas 400 tiendas de las marcas Ixina, Cuisine Plus, Cuisines R f rences y Vanden Borre Kitchen. FBD está representada con sus tiendas en Francia y Bélgica y en medida creciente también en los mercados mundiales.

Para determinar las ventas del grupo se eliminaron las ventas internas (consolidación) y además se tomaron en cuenta las relaciones de participación (cuotas). También se consideró que en las organizaciones de franquicia sólo influyen en el análisis las tasas de franquicia y no los ingresos de venta.



Con la integración de estas actividades aumentaron las exportaciones del grupo de empresas de nobilia a 1,228 mil millones de euros. Esto significa un aumento de 78 millones de euros o el 6,8 por ciento frente al valor del año anterior de 1,150 mil millones de euros.

#### **4. Feria de la compañía de 2016 y colección de 2017**

Unos 12.800 visitantes profesionales de 54 países visitaron la feria de la compañía en septiembre de 2016. La colección de 2017, que se presentó por primera vez en la feria, tuvo muy buena acogida entre los visitantes profesionales y especialistas del mercado.

La feria de nobilia lució un diseño completamente nuevo y una nueva concepción de la estructura de superficies. La exposición con una superficie de 4.000 m<sup>2</sup> no sólo ofrece lugar suficiente para presentar las 67 cocinas nuevas, sino también un espacio para una suntuosa área de cocinas rústicas. Además fue integrada una sala de exposición propia de nobilia en la presentación completa.

La colección de nobilia de 2017 con el lema “nobilia pone acentos” se dedica en medida especial a una tendencia central de nuestra era: el deseo de los consumidores a una amplia individualización de su producto. Con las extensas ampliaciones de la gama de tipos y diseños contenidos en Color Concept, nobilia abre posibilidades de diseño muy individuales desde pequeños toques de color hasta el empleo en grandes superficies. Siete motivos nuevos de impresión digital ponen acentos creativos en el revestimiento del hueco. La gama abarca motivos de azulejos en el estilo retro, el diseño patchwork moderno y los diseños de mampostería y de acero con un toque industrial.

20 frentes nuevos facilitan las planificaciones en todos los segmentos de precios siguiendo las tendencias decisivas en decoraciones y materiales. Entre ellas figuran el estilo industrial, el nuevo ambiente hogareño, la belleza urbana, superficies de laca y laminado lacado, así como el popular estilo rústico. Las cocinas sin tiradores siguen siendo una tendencia central en el sector. nobilia establece nuevos estándares con su surtido LINE N. En 2017 se ofrecen doce frentes nuevos para ampliar la gama de variantes al diseñar cocinas sin .

El hormigón se ha introducido en medida creciente en el área residencial como material estilístico. También para las cocinas con encanto industrial los detalles en hormigón son de último momento. El frente Riva en hormigón gris de nobilia consiguió popularizar la belleza industrial el año pasado. Ahora, este frente que tanto éxito ha obtenido se puede suministrar en hormigón blanco. Gracias a los colores cálidos y decentes, las cocinas en hormigón irradian un estilo industrial acogedor. El hormigón en gris pizarra forma parte de la gama Color Concept.

El diseño Ferro-Bronce resalta los ambientes modernos dándoles un toque de lujo en metal. Este diseño se inspira en la tendencia actual de cobre, bronce y oro rosado que proviene de la moda y presta también un toque de lujo a cualquier vivienda.

La tendencia a superficies mates en laca y laminado lacado continúa. Junto con el color más vendido, el blanco alpino, los tres nuevos colores savana, negro y aqua amplían la gama de los unicolores modernos.

Sigue predominando el deseo de vivir un ambiente natural y acogedor en la propia casa. nobilia recoge esta tendencia en su nuevo diseño roble Halifax. La estampación profunda del roble Halifax le confiere una apariencia de pura autenticidad.

La gama de puertas con marco también fue ampliada con tres modelos nuevos. Éstos completan el surtido en el estilo clásico moderno, además de las cocinas en estilo rústico moderno.

Siguen desapareciendo las fronteras entre los espacios para cocinar, comer y vivir. El nuevo armario alto de vidrio Boulevard integra esta tendencia en los espacios vivienda. Su aspecto de vitrina aporta un ambiente nítido en la cocina, un lugar ideal para presentar objetos de arte y colección.

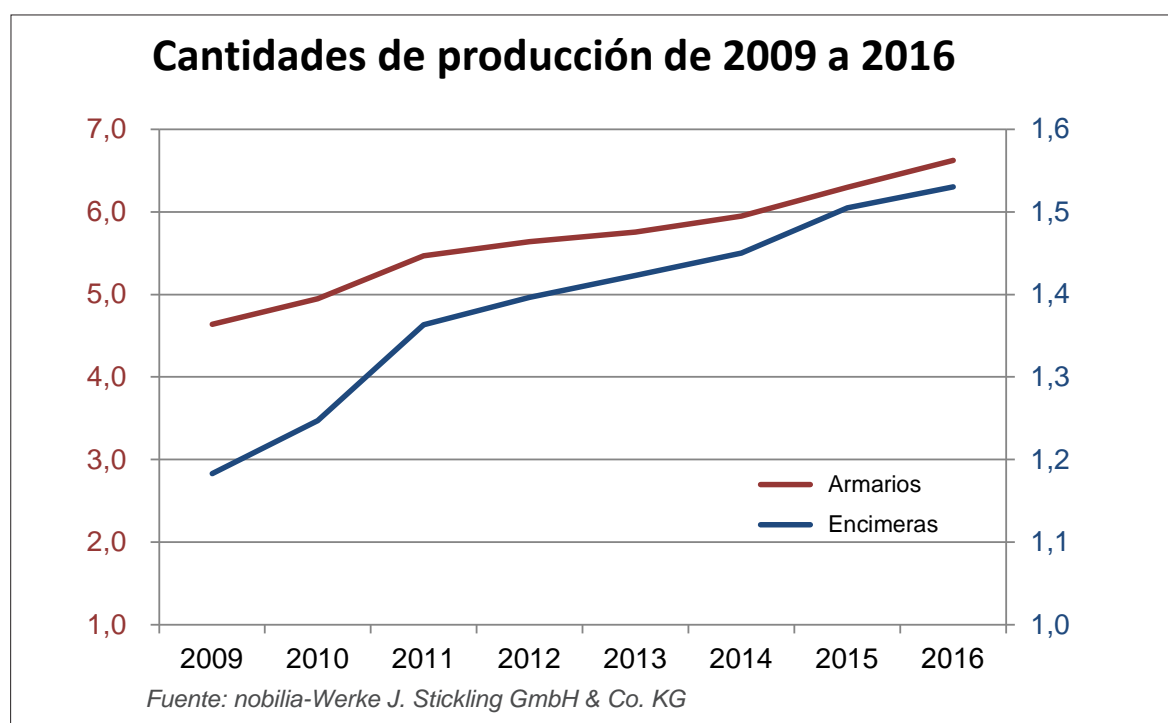
nobilialia ofrece nuevos sistemas de iluminación LED integrados para los estantes y los revestimientos del hueco. Estos sistemas garantizan un ambiente acogedor en la cocina gracias a la tecnología Emotion.

En el sector de los electrodomésticos siguen ganando terreno los extractores integrados en la placa. Siguiendo esta tendencia, nobilia ha integrado en su surtido de equipos los extractores de placa de cocción de Airforce y Elica. Junto con la gama de tipos propios para armarios de placas de cocción con extractores, se ofrece al comercio una solución completa de una sola mano.

El comercio reaccionó de forma muy positiva a estas novedades de la colección. El elevado nivel de pedidos de las cocinas de exposición recibido después de la feria de la compañía es un indicador fiable de la buena reacción del mercado a la colección de 2017.

## 5. Producción e inversiones

Con unos 660.000 pedidos de cocinas, aprox. 6,6 millones de armarios y más de 1,5 millones de encimeras se alcanzaron nuevos récords en la producción y por consiguiente el crecimiento de las ventas.



El volumen de fabricación diario al final del año pasado ascendió a 29.700 armarios, de los cuales unos 13.500 se fabricaron en Verl-Kaunitz. La fábrica en Verl-Sürenheide produce diariamente unos 16.200 armarios y se halla a límites de capacidad de producción desde hace algunos años. Así pues, el aumento de producción en 2016 sólo se pudo realizar en la fábrica de Kaunitz, al igual de lo sucedido en los años anteriores.

En el año 2016 se invirtieron más de 51 millones de euros. Las inversiones se centraron, al igual que en los años anteriores, en las dos fábricas de Sürenheide y Kaunitz. En la fábrica de Sürenheide se sustituyeron sobre todo las instalaciones anticuadas y se mejoraron las secuencias de producción.



En la fábrica de Kaunitz continuamos las inversiones en la ampliación de las capacidades de producción. En este contexto fueron ampliadas las instalaciones de fabricación de componentes y encimeras. Además se optimizaron las secuencias de fabricación existentes, debido al continuo aumento de la complejidad del producto.

Otro punto central de las inversiones en la fábrica de Kaunitz es la creación de un centro de logística altamente automatizado para componentes accesorios, cuya puesta en funcionamiento está prevista para la primera mitad del año 2017.

Las otras inversiones se dedican al área del procesamiento electrónico de datos /IT y la flota de vehículos, para la cual se compraron 20 tractocamiones nuevos y 72 semirremolques nuevos.

## **6. Medio ambiente y sostenibilidad**

El crecimiento y el cambio en nobilia está estrechamente unido a la sostenibilidad y la continuidad. Como compañía arraigada en la región, nobilia se siente obligada a cumplir estos valores a largo plazo y por eso se empeña no sólo por los intereses económicos, sino también por los aspectos ecológicos y sociales.

nobilialia tiene un alto grado de responsabilidad frente a los clientes y empleados así como sus productos y procesos de producción. La calidad de nuestros productos y servicios es nuestro objetivo primordial. Para eso, nobilia aprovecha su “Sistema de gestión integrada para la calidad y el medio ambiente” como instrumento para la constante mejora de todos los servicios y procesos. La calidad de los productos y procesos, así como la orientación al beneficio de los clientes son factores esenciales del éxito de la compañía. En este contexto, nobilia encarga desde hace muchos años la evaluación de sus sistemas de gestión a organizaciones neutrales. La certificación externa conforme a los estándares internacionales de calidad, del medio ambiente y de la gestión de energía fue renovada en 2016.

Como fabricante de casi 3.000 cocinas por día, nobilia tiene un alto consumo de recursos. nobilia emplea sobre todo materiales naturales como la madera, por lo que es imprescindible un manejo sostenible y prospectivo de dichos materiales y recursos. nobilia demuestra su gran empeño certificando su sistema de gestión del medio ambiente conforme a la norma ISO, así como con la certificación PEFC para el empleo de materiales de madera que provengan de silvicultura sostenible.

nobilialia fue el primer fabricante de cocinas que se adhirió ya en el año 2016 al “Pacto de clima para la industria de muebles” de la Asociación Alemana de Calidad de Muebles (DGM) fundado a principios de dicho año. Con esto nobilia subraya otra vez su responsabilidad frente al medio ambiente y los objetivos climáticos del gobierno de Alemania y de las Naciones Unidas. La base del Pacto del Clima de la DGM es la determinación del balance de CO<sub>2</sub> de una empresa. Este balance se analiza continuamente en el contexto de un asesoramiento para la protección del clima. En complemento al sistema de gestión de energía conforme a la norma DIN EN ISO 5001:2011, que ya fue implementado en 2013,

el balance de CO2 sirve a nobilia para encontrar ideas adicionales con el fin de proteger los recursos energéticos y definir medidas de protección del clima específicas para la compañía.

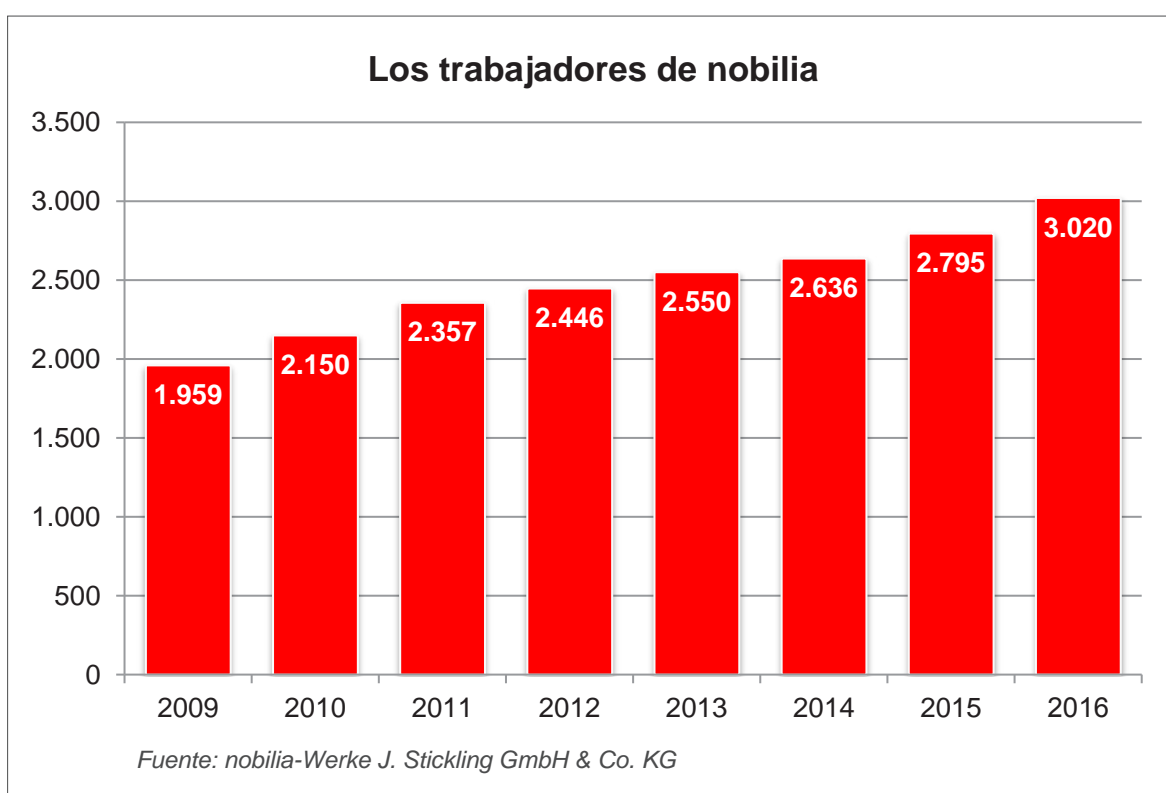
Esta gestión de energía permitió encontrar en el año 2016 potenciales adicionales en el ahorro energético. Así pues, el consumo de corriente de la compañía bajó un 1 por ciento por cada armario fabricado. Este ahorro se pudo lograr gracias a medidas diferentes, por ejemplo la ampliación de la iluminación LED en la producción, sistemas de recuperación de calor de compresores y la ampliación del sistema de medición de energía. La reducción del consumo de corriente se tiene que estimar como un gran logro, porque simultáneamente fue aumentado el grado de automatización en la producción lo que generalmente causa un consumo de corriente más alto.

Desde hace muchos años, nobilia tiene su propia flota de vehículos para asegurar sus altos estándares de calidad también durante el suministro de los productos. Para reducir las emisiones de CO2 al mínimo posible, dos tercios de la flota de vehículos son tractocamiones que cumplen la normativa anticontaminación EURO 6. Los cursillos de conducción ecológica para los conductores y el empleo de un sistema telemático también fomentan un modo de conducir económico y razonable. Con estas medidas fue posible reducir el consumo de diésel en el año pasado en 1,2 por ciento por cada 100 kilómetros conducidos. Esto corresponde a un ahorro total de casi 60.000 litros.

En el contexto de un empleo responsable de los recursos juega un papel importante la optimización de los circuitos de reciclaje en nuestra estrategia de empresa sostenible. En 2016, el favorable desarrollo del concepto de reciclaje, permitió a nobilia reducir aún más el volumen de residuos en un 5 por ciento por cada armario fabricado en comparación con el año anterior. Este ahorro fue posible a través de la implementación de numerosas medidas individuales. La medida más importante en este contexto fue la concepción del sistema de desechos para mejorar la separación de los materiales reciclables y embalajes. El concepto prevé una separación exacta de los materiales reciclables con el fin de entregar las materias primas a un centro de reciclaje y procesamiento.

## 7. Trabajadores y capacitación

La cifra de trabajadores aumentó de 2.795 a finales de 2015 a 3.020 actualmente. Se contrataron a más de 350 personas para lograr el aumento en 225 trabajadores y cubrir la fluctuación normal. Debido al aumento de la capacidad, la mayoría de los trabajadores nuevos trabaja en la fábrica de VerlKaunitz, así como en las áreas de venta y la flota de vehículos.



Actualmente aprenden 119 jóvenes uno de los diez oficios comerciales y técnicos en nuestra empresa. Una vez más aumentamos la cantidad de las plazas de formación profesional en comparación con el año anterior. Para enfrentar los desafíos de la automatización creciente de nuestros procesos de fabricación, nobilia no sólo ofrece varios oficios que se pueden aprender, sino por primera vez también una carrera dual en régimen de alternancia que concluye con el título de ingeniero industrial. Diez estudiantes cursan actualmente una de las tres carreras duales. Los estudiantes del sistema dual gozan de una combinación de la formación en la empresa con un estudio de Bachelor en las carreras de administración de empresas, técnica de madera o ingeniería industrial por lo que se preparan de forma

óptima para su posterior trabajo en la empresa.

En el marco de su aprendizaje, nuestros aprendices gozan de una combinación equilibrada de teoría, práctica y entrenamiento. Las clases de idiomas y la posibilidad de trabajar cierto tiempo en el extranjero completan este aprendizaje. Nuestros aprendices y estudiantes del sistema dual, que cursaron sus carreras en las áreas comercial y técnica, aprobaron con éxito sus exámenes finales gracias a las clases adicionales en la empresa. Después de superados los exámenes finales se les ofreció también a todos los aprendices en el año 2016 un puesto de trabajo en la empresa.

Gracias al crecimiento del negocio de exportación comunicamos hoy en casi 20 idiomas con nuestros clientes en todo el mundo. Con la internacionalización creciente tienen cada vez más importancia conocimientos sólidos de idiomas, no sólo en el departamento de las ventas, sino en casi todas las áreas de la empresa. En este contexto, nobilia implementó en 2016 una concepción autónoma para cursos intensivos de idiomas.

El desarrollo profesional y personal no sólo se realiza en las actividades de aprendizaje tradicionales como seminarios o entrenamientos, sino sobre todo en el trabajo diario. La mayor parte de los conocimientos se adquiere con la experiencia práctica y en la colaboración directa con los colegas y superiores. En este contexto se implementaron amplios programas de capacitación interna en los cuales nuestros trabajadores aprenden además a cumplir nuestros altos estándares de calidad.

Como reacción al cambio demográfico hemos ampliado en algunas áreas de la empresa la concepción existente para puestos de trabajo adaptados a la edad del personal. Además hemos aumentado la oferta de puestos de trabajo con la llamada oficina en el hogar para facilitarles a más trabajadores la posibilidad de compaginar mejor la vida familiar y laboral.

A finales de 2016 cada trabajador recibió no sólo la paga de Navidad según el convenio colectivo, sino también un suplemento de 1.550 euros. La compañía empleó un total de 4,5 millones de euros para estos pagos adicionales.

## **8. Expectativas y planificaciones para 2017**

Por decimosexta vez consecutiva, nobilia logró realizar en el año 2016 un crecimiento constante de las ventas, El objetivo para el año 2017 es seguir por el camino del crecimiento continuo.

Seguimos confiados en lo que respecta a 2017. Los institutos líderes de investigaciones económicas pronostican un crecimiento de la economía en Alemania entre 1,3 por ciento y 1,7 por ciento. Se supone que el alto nivel de la tendencia al consumo, en consonancia con la baja rentabilidad sobre el capital y la buena situación de empleo tengan un efecto positivo en el negocio en Alemania. Este desarrollo está apoyado por la elevada demanda de viviendas asequibles y reforzará aún más la coyuntura en el sector de la construcción. La industria alemana de muebles de cocina sacará provecho de este desarrollo también en 2017. Sin embargo, hay que tener en cuenta que nuestro potencial de crecimiento a medio y largo plazo en el mercado alemán está limitado, porque nobilia ya ha alcanzado una alta cuota de mercado.

En cambio, los mercados extranjeros ofrecen al igual que antes perspectivas diferenciadas. El pronóstico para los distintos mercados europeos es positivo, aunque se reconoce cierta intranquilidad en la exportación debido a las evoluciones políticas internacionales y todavía no se pueden prever las consecuencias resultantes para el desarrollo de los mercados en general. Un ejemplo de esta incertidumbre se refiere a la futura orientación política y económica de los EE.UU. a raíz de las elecciones presidenciales y a los efectos de la salida anunciada del Reino Unido de Gran Bretaña de la Unión Europea.

Sin embargo, es positivo que los acontecimientos mencionados y la inseguridad despertada en partes de la población no se reflejan hasta ahora en los datos económicos. Los pronósticos de coyuntura indican un crecimiento de la economía mundial en el futuro que resultará en primer lugar del consumo privado.

La independencia de los países y mercados individuales tiene una importancia primordial en un entorno tan diferenciado. Con nuestro amplio concepto de exportación nos sentimos

**Contacto de prensa:**

SONJA DIERMANN

**nobilia-Werke**

J. Stickling GmbH & Co. KG  
Waldstraße 53-57  
33415 Verl

Teléfono: + 49 (0) 52 46 | 508 0  
Fax: + 49 (0) 52 46 | 508 130  
Correo electrónico: [info@nobilia.de](mailto:info@nobilia.de)



**nobilia®**