



Sector Cerámico

2021



ÍNDICE

- 04** La industria cerámica consolida a España en la elite del sector
- 08** Entrevista: Vicente Manuel Nomdedeu, presidente de ASCER
- 16** Remontando la pandemia
- 20** El clúster cerámico y su cadena de valor
- 29** Acceso a liquidez, presión fiscal y trabas administrativas
- 34** Cumplir con los objetivos verdes de la UE: ¿misión imposible?
- 40** A por los fondos de Reconstrucción
- 43** El impacto del Fondo Nacional de Sostenibilidad del Sistema Eléctrico: inasumible
- 46** A la búsqueda de nuevo talento
- 49** Nuevas tendencias de consumo: el e-commerce y el DIY
- 52** Sector logístico, un aliado imprescindible
- 56** Puertos: donde todo empieza y acaba
- 58** Imposible desligarse de la coyuntura internacional
- 61** Transporte: en busca de una mayor agilidad y eficiencia
- 64** Optimismo en vena

LOS AUTORES



Loli Dolz

 @lolidolz

 [linkedin.com/in/lolidolz](https://www.linkedin.com/in/lolidolz)



Raúl Tárrega

 @raultarrega

 [linkedin.com/in/raul-tarrega](https://www.linkedin.com/in/raul-tarrega)

LA INDUSTRIA CERÁMICA CONSOLIDA A ESPAÑA EN LA ELITE DEL SECTOR

EL DATO

CASTELLÓN: EL ORIGEN

Una de las principales características del sector azulejero español es la alta concentración geográfica de la industria en la provincia de Castellón, en especial en el área delimitada al norte por Alcora y Borriol, al oeste por Onda, al sur por Nules y al este por Castellón de la Plana. Aproximadamente el 94% de la producción nacional tiene su origen en esta provincia, donde se ubica el 80% de las empresas del sector.

LOLI DOLZ

La industria española de fabricantes de baldosas cerámicas es una de las más dinámicas e innovadoras de España. De hecho, año a año, se posiciona como la industria líder dentro del sector cerámico internacional en cuanto a desarrollo tecnológico, diseño y calidad de servicio.

Gracias a ella, España ocupa el quinto lugar en el ranking mundial como país productor con una producción de 510 millones de metros cuadrados durante 2019 y primer país productor de la Unión Europea de 2020.

Además, el sector de la fabricación de azulejos y pavimentos cerámicos es uno de los sectores clave de la economía e industria española por su aportación económica, social y a la I+D+i. Así lo confirma ASCER, la Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos, que destaca por ejemplo que, de la facturación global, cerca del 80% corresponde a exportaciones y el resto de las ventas se destinan al mercado nacional. Además, es la tercera industria que mayor superávit aporta a la balanza comercial de España, con unas ventas totales que en 2020 alcanzaron los 3.842 millones de euros.

Sobre los datos más relevantes y estratégicos del sector habría que destacar que, en el tejido industrial de la Comunitat Valenciana (especialmente en Castellón) y de España, esta industria genera riqueza, aporta a la creación de empleo, a la balanza comercial, a la investigación, a la innovación y a la sostenibilidad de la actividad.



Con una producción de 510 millones de metros cuadrados durante 2019, la industria cerámica española se encuentra entre los mejores del mundo. Foto: Feria Valencia.



I+D+I

Además, el efecto arrastre de dinamización de todo el clúster cerámico es más que evidente y se traslada a todos los elementos de la cadena, desde los fabricantes de fritas y esmaltes, a los de la maquinaria y los de los azulejos y pavimentos cerámicos.

La búsqueda está clara: competitividad, sostenibilidad, mejora de la eficiencia con la optimización del proceso productivo y generación de conocimiento para toda la cadena productiva. Así, la actividad de I+D+i en el clúster cerámico se caracteriza por su presencia en las diferentes



El sector cerámico español da empleo directo a unos 16.100 profesionales. Foto: Feria Valencia.

El sector de la fabricación de azulejos y pavimentos cerámicos es uno de los sectores clave de la economía e industria española por su aportación económica, social y a la I+D+i.



UNA INDUSTRIA CON GRANDES IMPACTOS

El informe realizado por PwC para ASCER, “Impacto socioeconómico y fiscal del sector de azulejos y pavimentos cerámicos”, con datos de 2019, confirma su relevancia en la economía nacional con impactos concretos en el PIB, el empleo, la recaudación fiscal y, evidentemente, la exportación.

Para empezar, se destaca que el impacto total en el PIB de España y de la Comunitat Valenciana del sector de azulejos y pavimentos cerámicos ascendió a más de 3.800 millones de euros en 2019, lo que equivale al 2,7% del PIB industrial español. “Por cada euro de EBITDA que obtuvo el sector en 2019, el sector de azulejos y pavimentos cerámicos generó 6,6 euros de PIB en el conjunto de la economía española”, confirma el Informe.

Además, el impacto total del sector sobre la economía valenciana ascendió a más de 2.800 millones de euros en 2019, lo que equivale al 2,7% del PIB de la región.

En cuanto al impacto en la recaudación fiscal en España, la investigación ha revelado que, en el año 2019, la recaudación fiscal total del sector ascendió a más 980 millones de euros, lo que supuso un 0,5% del total de los ingresos tributarios nacionales. “El sector contribuyó a recaudar 1 de cada 217 euros en España en 2019”, apunta el Informe.

En cuanto al empleo, el Informe confirma que la actividad del sector de azulejos y pavimentos cerámicos generó alrededor de 60.000 empleos en 2019, lo que equivale al 2,4% del empleo industrial. “Por cada millón de euros de EBITDA que obtuvo el sector en 2019 se generaron 103 empleos”, añade el Informe.

Finalmente, hay que subrayar que la industria cerámica alcanzó en 2019 un volumen de exportaciones de 2.818 millones de euros, de los cuales un 49% se destinaron a países europeos. “El volumen exportador del sector representó en 2019 el 0,9% de las exportaciones totales de España – explica el análisis de PwC a partir de información obtenida del INE y DataComex – en cuanto a las exportaciones de la industria, el sector de azulejos y pavimentos cerámicos representó el 1,1% de las exportaciones totales industriales de España”.

etapas de la cadena de valor y por su importancia para el desarrollo del clúster. Actualmente, el sector trabaja en innovaciones que le permitan mejorar su eficiencia energética, crear nuevas tecnologías de producción y materiales, generar nuevos usos de la cerámica y herramientas que faciliten la sostenibilidad y la economía circular de la actividad.

Según un informe realizado por PwC para ASCER, el Clúster está trabajando de forma muy activa impulsando varios proyectos en el marco del Plan de Reconstrucción, Transformación y Resiliencia con objeto de mejorar la competitividad. Entre ellos, se destacan: el MDI (Manifestación de Interés) Hidrógeno, MDI Fomento de la Economía circular en empresas, MDI de Energías Renovables, MDI de almacenamiento energético y el MDI Proyectos Tractores Industria.



España ocupa el quinto lugar en el ranking mundial como país productor de producto cerámico. Foto: Feria Valencia.



RAMINATRANS CASTELLÓN
INTERNATIONAL FORWARDERS

20 years

CASTELLÓN · VALENCIA · ALICANTE · BARCELONA · MADRID
BILBAO · ZARAGOZA · ALGECIRAS · GRAN CANARIA
PALMA DE MALLORCA · RIBARROJA · VIGO · SEVILLA · GIJÓN
RIGA · MIAMI · CIUDAD DE MÉXICO · GUADALAJARA (MX)
NUEVA DELHI · KUALA LUMPUR · BANGLADESH · BANGKOK
NINGBO · SHENZHEN · QINGDAO · HONG KONG
SHANGHAI · XIAMEN · DALIAN · XINGANG · TIANJIN



RAMINATRANS CASTELLÓN, S.L.
Gran Vía Tárrega Monteblanco, 243
Pol. Ind. Los Cipreses
12006 Castellón - (Spain)
Tel. 34 96 424 15 82 - Fax 34 96 425 74 14



Logistics Solutions

castellon@raminatrans.com www.raminatrans.com

VICENTE MANUEL NOMDEDEU
Presidente de ASCER



“EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DEBERÍA DE SER UNA DE LAS PRIORIDADES Y DE LOS EJES PRINCIPALES EN LA POLÍTICA ECONÓMICA DE NUESTRO PAÍS”

LOLI DOLZ

El sector cerámico español ha podido sortear la crisis provocada por la pandemia con cierto optimismo -los volúmenes han sido positivos a cierre de 2020-, pero no se puede obviar que las previsiones pre-COVID se tuvieron que desechar cuando se vivieron los meses más duros y las ventas llegaron a caer un 50%. Además, la competitividad del sector se encuentra en estos momentos en riesgo por los nuevos requerimientos medioambientales de Europa, las nuevas normativas en materia energética y laboral y unos costes de la cadena logística en constante aumento desde hace meses. Para conocer mejor a qué se enfrenta el sector, previsiones y retos, entrevistamos a Vicente Manuel Nomdedeu, presidente de ASCER.



Las administraciones deben ser conscientes de cuál es la realidad en cuanto a tecnologías disponibles y cuál es el camino a recorrer, ya que con las tecnologías disponibles hoy en día es inviable que alcancemos los objetivos marcados

Para empezar, querríamos conocer la realidad del sector del azulejo y de los pavimentos cerámicos. ¿Cuáles son las principales debilidades y los principales retos a los que deben enfrentarse las empresas?

A medio y corto plazo se nos presentan innumerables retos y desafíos. A la grave crisis mundial causada por la pandemia, nuestra industria se está viendo afectada por medidas procedentes de Bruselas en materia de medio ambiente, normativa, etc. que, sumadas a las medidas de nuestro gobierno en materia energética y laboral, nos está conduciendo a una constante pérdida de competitividad exterior. Nuestro sector vende el 75% de su producto en los mercados exteriores por lo que esta pérdida de competitividad amenaza seriamente por desplazarlos en algunos de nuestros mercados estratégicos.

La alta dependencia de los recursos energéticos y las medidas de sostenibilidad exigidas desde Europa y con la Agenda 2030 ¿cómo están afectando al sector? ¿Lastran los beneficios?

Estamos viviendo este proceso con gran preocupación. La energía y la adaptación de la industria para alcanzar los objetivos de descarbonización es un gran desafío. Las administraciones deben ser conscientes de cuál es la realidad en cuanto a tecnologías disponibles y cuál es el camino que recorrer, ya que con las tecnologías disponibles hoy en día es inviable que alcancemos los objetivos marcados.

Las medidas que se fijan desde la UE y el Ejecutivo Central suponen un castigo para la actividad industrial, con importantes sobrecostes, y la consecuente pérdida de competitividad.

¿Qué necesitan de las autoridades para poder alcanzar los objetivos de emisiones?

Necesitamos un firme apoyo a la industria europea en general y en esta materia. La industria genera riqueza y empleo estable en el entorno donde se desarrolla y, por ello, deben de tomarse medidas que la impulsen y no que la penalicen.



En el sector tenemos la esperanza de poder retomar las ferias presenciales que es donde mejor se aprecian nuestros productos



El sector cerámico vende el 75% de su producto en los mercados exteriores por lo que requiere de una cadena logística fuerte y competitiva.

DIGITALIZACIÓN

Con la pandemia se habla mucho de la transformación digital. El sector siempre ha sido muy innovador, pero ¿cómo está gestionando el tema de la digitalización?

El clúster cerámico cuenta con un alto grado de digitalización. Nuestras plantas de producción cuentan con tecnologías que permiten controlar todo el proceso productivo monitorizado para obtener productos de calidad y evitar pérdidas en materias primas y energía durante todo el proceso. Ahora estamos trabajando en proyectos como plataformas de interconexión de la cadena de valor de la empresa, soluciones para el tratamiento avanzado de datos, inteligencia artificial y proyectos de simulación industrial (gemelos digitales).

Otro de los problemas del sector es la falta de mano de obra cualificada, ¿por qué cree que sucede esto? ¿Qué soluciones podrían implementarse?

Esta problemática es común a toda la industria en general, e incluso a nivel europeo, necesitamos profesionales formados para incorporarse a la industria. Se debería fomentar la FP para captar vocaciones y formar a los jóvenes en los oficios industriales, hoy en día menos valorados.

Asimismo, también existe una falta de colocadores para la instalación del producto terminado tanto en España como en otros países. Se están haciendo esfuerzos para formar y captar nuevos profesionales, sin embargo, tanto esta vía como la industrial debe potenciarse desde antes, es fundamental hacer esfuerzos desde la educación secundaria para trasladar el potencial del trabajo técnico profesional en sectores industriales y de construcción como una carrera profesional y un plan de vida.

AUMENTAR EL MERCADO

Sobre el 2020, ¿cómo vivió el sector el inicio de la pandemia y la nueva normalidad?

Como le apuntaba, incertidumbre es el término que mejor resume 2020. La pandemia nos ha obligado a hacer un extraordinario ejercicio de anticipación y de adaptación a los continuos cambios y creo que todavía no hemos visto las consecuencias totales de este proceso. También ha servido para demostrar la importancia que tiene para un país contar con una industria fuerte, y esta posición debería ser reconocida, apoyada e impulsada por nuestro Gobierno central. El desarrollo de la industria debería de ser una de las prioridades y de los ejes principales en la política económica de nuestro país.

“TRABAJAMOS PARA ASEGURAR LA ADAPTACIÓN INDUSTRIAL FRENTE A LOS RETOS DE LA UE EN LAS PRÓXIMAS DÉCADAS”

Y de los Fondos de Recuperación, ¿qué me puede comentar? ¿Cómo los ve el sector? ¿Son una oportunidad para acometer hitos como la reindustrialización, la transición ecológica o la digitalización o se quedan cortos?

El clúster está teniendo un papel muy activo en la elaboración y participación en varias manifestaciones de interés con el objetivo de llevar a cabo una transformación industrial que podría suponer un cambio de paradigma, y cuyo fin último es lograr una industria más rentable, sostenible y con un menor impacto en el medio ambiente. Sin embargo, la decisión última está en Madrid y Bruselas y nos consta que se han presentado muchísimos proyectos de gran calado en el conjunto del país por lo que entendemos que el acceso a esos fondos va a estar muy reñido.

¿En qué proyectos de los presentados a los Fondos participa el sector cerámico?

Los ejes principales en los que trabajamos son: la descarbonización del clúster cerámico, la economía circular y la digitalización; todo ello para asegurar la adaptación industrial frente a los retos de la UE en las próximas décadas.

Algunas de las líneas en cuanto a descarbonización vienen por buscar alternativas para la sustitución de gas natural por gases renovables, electrificación de procesos (hornos) y sistemas de captura de CO2, también mediante el impulso al autoconsumo renovable y la movilidad sostenible. En cuanto a economía circular, los proyectos se enfocan a un mayor aprovechamiento de residuos en el proceso productivo, un impulso a procesos de simbiosis industrial, o al desarrollo de materias primas alternativas.

Y, por último, también se han planteado proyectos para la digitalización del clúster con el objeto de integrar plataformas de interconexión de la cadena de valor de la empresa, y aplicar soluciones de tratamiento avanzado de datos e inteligencia artificial y simulación industrial y sensorica.

SOLUCIONES LOGÍSTICAS GLOBALES E INTEGRADAS

DACHSER Interlocking

Con nuestras soluciones logísticas, aseguramos un eficiente flujo mundial de mercancías para optimizar la cadena de suministro de nuestros clientes. Por tierra, mar y aire, conéctese a nivel global.

DACHSER Spain Air & Sea Logistics, S.A.U.
Regional Office Spain • Air & Sea Logistics
C/ Dr. J.J. Dómine, 15-2 • 46011 Valencia
Teléfono: +34 96 316 57 00 • dachser.spain-asl@dachser.com

www.dachser.es

↓ ASCER lleva años reivindicando una mejora de las conexiones logísticas para el sector.



“CUALQUIER MÍNIMO AHORRO EN LA CADENA LOGÍSTICA TIENE UN ELEVADO IMPACTO EN NUESTRA COMPETITIVIDAD”

En el apartado de infraestructuras, ¿cuáles cree que son las pendientes y urgentes? ¿Qué infraestructuras necesita el tile español para ganar en competitividad?

Tres de cada cuatro azulejos españoles se venden en los mercados exteriores y tenemos presencia en más de 180 países. Contar con infraestructuras adecuadas que permitan mantener la distribución y servicio a los clientes, y que aporten competitividad son factores determinantes para asentar nuestra posición en los mercados.

Toda infraestructura que nos permita ganar en eficiencia y en reducción de costes y plazos en el transporte nos posicionará mejor frente a otros productores que quizás por su cercanía a los mercados cuentan con ventaja.

En su opinión, ¿las autoridades son realmente conscientes de las necesidades logísticas y de transporte del sector cerámico? ¿Saben lo que suponen a la hora de cerrar un contrato?

Desde ASCER llevamos años reivindicando una mejora de las conexiones logísticas para el sector, tanto con el impulso del Corredor Mediterráneo como con una mejora de los accesos a los puertos de la Comunidad Valenciana.

Nuestro producto es muy pesado y su precio relativo es bajo, por lo que el impacto del coste del transporte en el precio final del producto es enorme. Cualquier mínimo ahorro en la cadena logística tiene un elevado impacto en nuestra competitividad. Más aún cuando somos un país periférico por

nuestra ubicación geográfica y nuestro principal competidor, Italia, está mucho más cerca que nosotros de los principales mercados del centro y el este de Europa. Lamentablemente, en las condiciones actuales apenas movemos cerámica por ferrocarril. El corredor y la mejora de accesos por carretera a nuestros puertos, el de Castellón y Valencia, nos reportaría competitividad y repercutiría sin duda positivamente en nuestra industria.

En el actual escenario de fletes al alza y equipo reducido, ¿qué les diría a las navieras y puertos? ¿Urge pasar a la acción con nuevos servicios y medios?

La industria cerámica se está viendo afectada por el aumento sin precedentes de los precios del transporte de mercancías. Este es un problema a nivel global derivado del parón que sufrió el comercio internacional durante los meses más difíciles de la pandemia. Hoy todavía no se ha restablecido el servicio y las rutas con normalidad, y hay una falta de contenedores y equipos, que está generando retrasos y cancelaciones constantes en las cargas.

A través de nuestra federación europea Cerame-Unie, hemos solicitado la supervisión de la Comisión Europea para garantizar que se restablezcan y mantengan unas condiciones justas; y nos hemos sumado a la posición del ESC (Consejo Europeo de Cargadores) en su reclamación a la Comisión de medidas rápidas para que haya transparencia en el mercado y se corrijan los desequilibrios.



Ahora estamos trabajando en proyectos como plataformas de interconexión de la cadena de valor de la empresa, soluciones para el tratamiento avanzado de datos, inteligencia artificial y proyectos de simulación industrial (gemelos digitales)



Vicente Manuel Normdedeu, presidente de ASCER.

¿Cómo cree que podrían mejorarse las exportaciones? ¿Hacen falta nuevos mercados y usos de los productos cerámicos?

Más que hablar de nuevos mercados hablaría de aumentar la cuota en los ya existentes, bien por expandir el uso de la cerámica frente a otros materiales que no tienen un desempeño tan bueno; o bien aumentando nuestras ventas frente a otros productores. La cerámica todavía tiene margen para crecer y muchos beneficios que aportar en el hábitat. Esta crisis sanitaria ha hecho que las personas se conciencien de la importancia de la higiene y la limpieza. Las baldosas cerámicas son un material ideal para esta nueva normalidad, versátiles, fáciles de mantener, resistentes a detergentes agresivos y al uso intenso, etc. Además, por su larga vida y el origen natural de sus componentes son una opción sostenible y que contribuye al consumo responsable.

¿Se echan de menos los eventos presenciales como las ferias?

Acerca de las ferias presenciales, las empresas han tenido que adaptarse en un tiempo récord para dar respuesta a sus clientes y seguir manteniendo su contacto pese a las limitaciones de viajes y la cancelación de eventos como ferias o congresos. Algunas de las alternativas en este contexto son los showrooms digitales o visitas virtuales de comerciales que han venido para quedarse, sin embargo, en el sector tenemos la esperanza de poder retomar las ferias presenciales que es donde mejor se aprecian nuestros productos.



Es fundamental hacer esfuerzos desde la educación secundaria para trasladar el potencial del trabajo técnico profesional en sectores industriales y de construcción como una carrera profesional y un plan de vida

En el año 2020 las ventas de las empresas del tile española alcanzaron los 3.842 millones de euros (+2,3%).



“A PESAR DE LA BUENA CIFRA DE CRECIMIENTO, EL 50% DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR HAN PRESENTADO MENOR CIFRA DE NEGOCIO EN 2020”

¿Cómo están las empresas del sector cerámico español?
A nivel global, nuestro sector ha podido sortear con gran esfuerzo la crisis que ha desencadenado la pandemia. Aunque hemos acabado el año en un ligero crecimiento en las ventas, el sector partía de un objetivo de crecimiento del 7% por lo que nos hemos dejado casi 5 puntos. Cabe recordar que en los meses más duros las ventas llegaron a caer un 50%. Así, en el año 2020 las ventas alcanzaron los 3.842 millones de euros (+2,3%). Sin embargo, esta cifra habla del conjunto de un sector que tiene una gran desviación típica, con grandes diferencias entre empresas y grandes grupos y con modelos de gestión completamente distintos. Por dar un dato, a pesar de la buena cifra de crecimiento, el 50% de las empresas del sector han presentado menor cifra de negocio en 2020 y 38% ha reducido su EBITDA, por lo que hay que ser muy cauto con las cifras globales del sector.

¿Cuál es la realidad a cierre del primer trimestre de 2021?
Solo contamos con los datos hasta enero y es muy aventurado hacer valoraciones basándonos en un único mes. Parece que la tendencia de final de año de momento se mantiene, pero habrá que esperar a ver cómo van evolucionando las ventas a lo largo del año. Estamos atravesando una crisis mundial y un periodo marcado por la incertidumbre.

« Debemos de ser muy prudentes y realizar una gestión a corto, eficiente y muy controlada ya que las variables pueden cambiar de forma repentina

La coyuntura cambiante debido a la COVID-19 no permite hacer unas previsiones anuales, se impone la prudencia.



¿Se están cumpliendo sus previsiones o el mercado les está sorprendiendo?
Tenemos una coyuntura muy cambiante y, como le he avanzado, nuestras perspectivas sin la pandemia en 2020 eran mucho mayores. Por otro lado, es sumamente difícil hacer previsiones. Hay países, sectores y empresas muy dañados y que están en una situación muy precaria. La sucesión de “olas” de contagio y la lentitud en las campañas de vacunación en la UE no ayudan a lograr la tan necesaria recuperación. Por tanto, debemos de ser muy prudentes y realizar una gestión a corto, eficiente y muy controlada ya que las variables pueden cambiar de forma repentina.

« Parece que la tendencia de final de año de momento se mantiene, pero habrá que esperar a ver cómo van evolucionando las ventas a lo largo del año

« Lamentablemente, en las condiciones actuales apenas movemos cerámica por ferrocarril. El Corredor y la mejora de accesos por carretera a nuestros puertos, nos reportaría competitividad

REMONTANDO LA PANDEMIA

LOLI DOLZ

El sector cerámico español, con gran esfuerzo, ha podido capear la crisis económica generada por la pandemia de la COVID-19 y ha logrado cerrar el ejercicio 2020 con un ligero crecimiento en las ventas. La facturación total del sector ha alcanzado los 3.842 millones de euros, lo que ha supuesto

un 2,3% más en lo facturado en 2019 pero, hay que recordar que el sector partía de un objetivo de crecimiento del 7%, con lo que la pandemia se ha llevado casi 5 puntos de crecimiento. Además, como recordaba el presidente de ASCER, Vicente Manuel Nomdedeu, “esta cifra habla del conjunto de un sector que tiene una gran desviación típica, con grandes

diferencias entre empresas y grandes grupos y con modelos de gestión completamente distintos. Por dar un dato, a pesar de la buena cifra de crecimiento, el 50% de las empresas del sector han presentado menor cifra de negocio en 2020 y 38% ha reducido su EBITDA, por lo que hay que ser muy cauto con las cifras globales del sector”.

SECTOR ESPAÑOL DE BALDOSAS CERÁMICAS: EVOLUCIÓN DE LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS										
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
PRODUCCIÓN (MILL. M2)	392	404	420	425	440	492	530	530	510	488
VARIACIÓN ANUAL (%)	7,1%	3,1%	4,0%	1,1%	3,6%	11,8%	7,7%	0,0%	-3,8%	-4,3%
EMPLEO DIRECTO	15.500	14.400	14.300	14.400	14.500	15.000	15.600	15.400	15.800	16.100
VARIACIÓN ANUAL (%)	-4,3%	-7,1%	-0,7%	0,7%	0,7%	3,4%	4,0%	-1,3%	2,6%	1,9%
VENTAS TOTALES (MILL. €)	2.587	2.647	2.787	2.893	3.085	3.303	3.495	3.597	3.757	3.842
VARIACIÓN ANUAL (%)	2,1%	2,3%	5,3%	3,8%	6,6%	7,1%	5,8%	2,9%	4,5%	2,3%
EXPORTACIÓN (MILL. €)	1.892	2.082	2.240	2.328	2.452	2.570	2.686	2.727	2.818	2.941
VARIACIÓN ANUAL (%)	8,3%	10,0%	7,6%	4,0%	5,3%	4,8%	4,5%	1,5%	3,4%	4,4%
VENTAS NACIONAL (MILL. €)	695	565	547	565	633	733	809	870	939	901
VARIACIÓN ANUAL (%)	-11,8%	-18,7%	-3,2%	3,3%	12,0%	15,8%	10,4%	7,5%	7,9%	-4,0%
IMPORTACIÓN (MILL. €)	80,0	59,7	62,0	75,4	68,0	77,1	89,1	91,3	98,8	114,4
VARIACIÓN ANUAL (%)	-12,8%	-25,4%	3,9%	21,5%	-9,8%	13,3%	15,6%	2,4%	8,2%	15,9%
SUPERÁVIL COM. (MILL. €)	1.812	2.022	2.178	2.253	2.384	2.493	2.597	2.636	2.720	2.827
VARIACIÓN ANUAL (%)	9,5%	11,6%	7,7%	3,5%	5,8%	4,6%	4,2%	1,5%	3,2%	3,9%

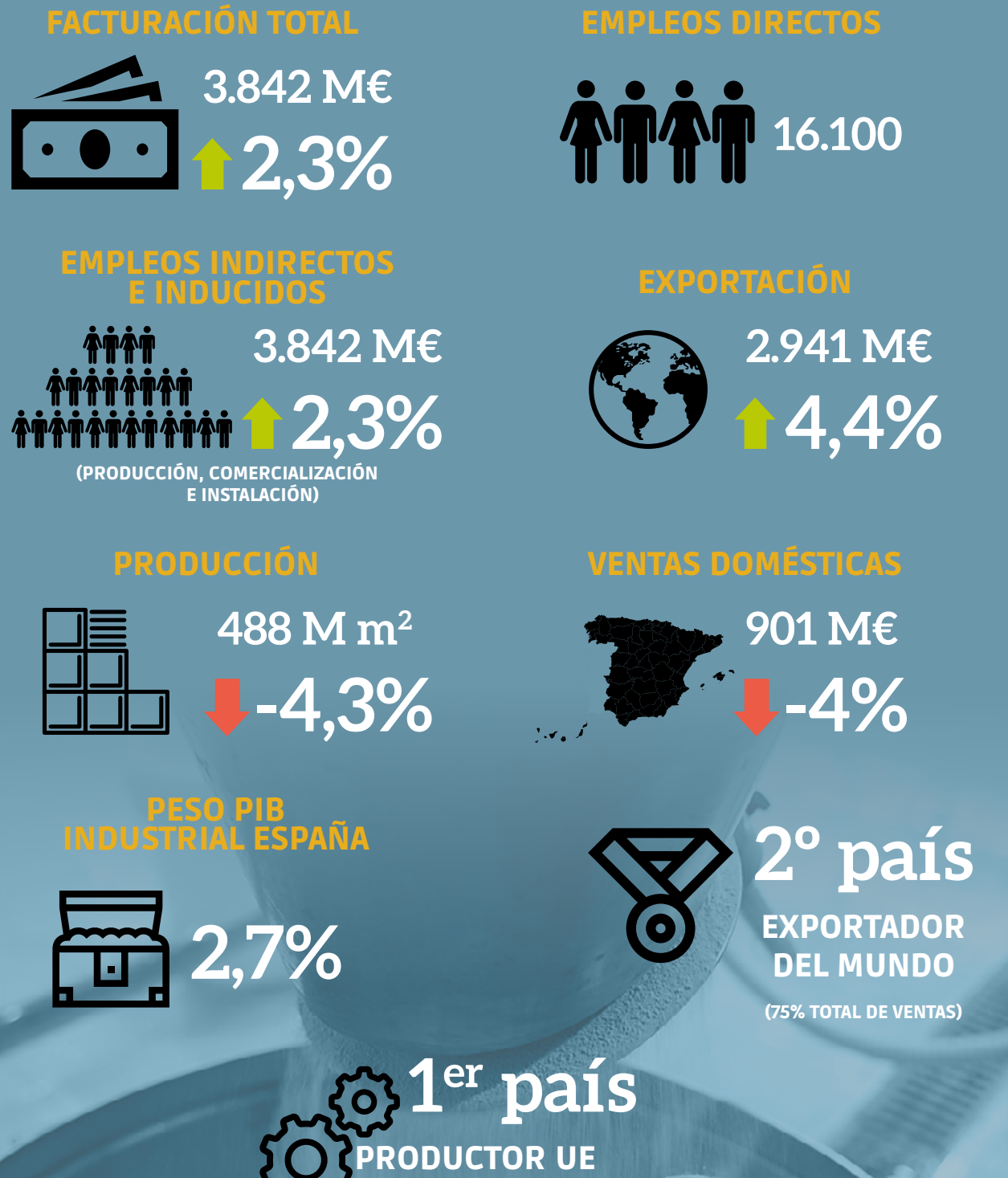
Fuente: ASCER, a partir de consultas directas y revisión de diversos censos de actividad empresarial.

CENSO DE FABRICANTES: EVOLUCIÓN DE LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
FABRICANTE DE BALDOSAS CERÁMICAS	139	133	131	126	124	117	111	108	110
FABRICANTE PIEZAS ESPECIALES	19	18	18	18	16	14	13	13	13
TOTAL FABRICANTES BALDOSAS	158	151	149	144	140	131	124	121	123
ATOMIZADORAS FABRICANTE DE BIZCOCHO	12	12	12	12	12	11	11	11	11
	3	3	3	3	3	3	3	3	3
TOTAL SECTOR CERÁMICO INDUSTRIAL	173	166	164	159	155	145	138	135	137
OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS									
FABRIC. ARTESANAL DE BALDOSAS*	22	21	20	20	19	21	20	20	20
FABRICANTE DE MOSAICO DE VIDRIO	10	10	10	9	9	9	9	9	9

* Menos de 50.000 m² /año.

Fuente: ASCER, a partir de consultas directas y revisión de diversos censos de actividad empresarial.

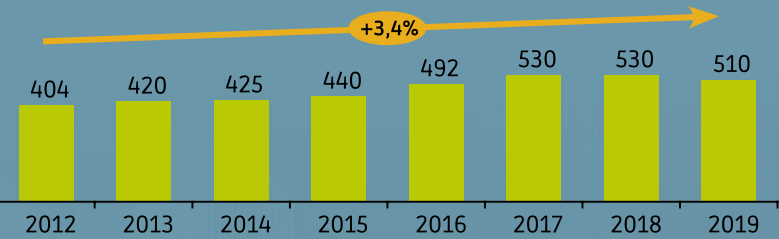
→ LAS PRINCIPALES CIFRAS DEL SECTOR CERÁMICO ESPAÑOL DE 2020



Fuente: ASCER.



➔ EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL SECTOR DE AZULEJOS Y PAVIMENTOS CERÁMICOS (M m²)

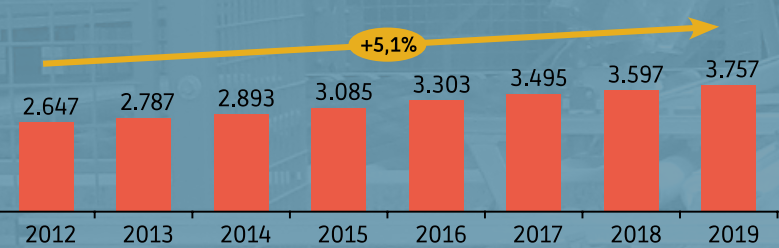


Fuente: Análisis PwC a partir de información obtenida del INE y ASCER.

PRODUCCIÓN 2012-2019

La producción y facturación del sector cerámico ha mantenido un crecimiento sostenido en los últimos años, consolidándose como una de las industrias más robustas en España. Desde el año 2012 ha tenido una tasa anual de crecimiento compuesto (TACC) del 3,4%. No obstante, en el año 2019 la producción cayó un 3,8% en comparación con el año anterior, situándose en los 510 millones de metros cuadrados.

➔ EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN DEL SECTOR DE AZULEJOS Y PAVIMENTOS CERÁMICOS (M€)

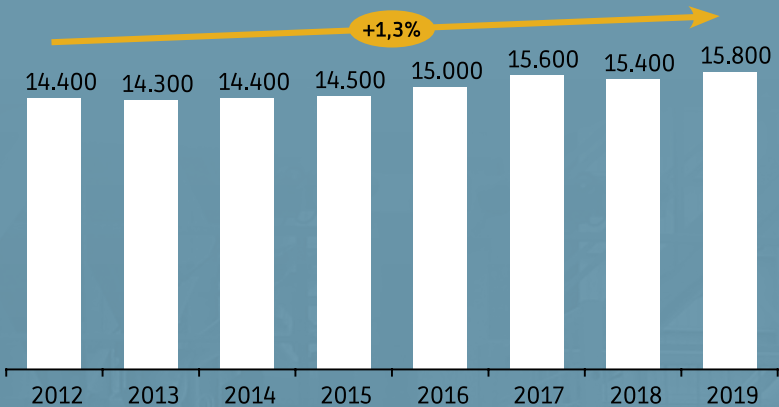


Fuente: Análisis PwC a partir de información obtenida del INE y ASCER.

FACTURACIÓN 2012-2019

El sector ha ido aumentando sus ventas a una tasa anual compuesta del 5,1% desde el año 2012. “Esta evolución demuestra la alta capacidad de crecimiento del sector y su importancia en el crecimiento de la economía provincial y regional. En el año 2019, a pesar de que la producción disminuyó un 3,8%, la facturación total aumentó un 4,5%, mostrando un incremento del valor del producto cerámico”, explica el Informe de PwC para ASCER.

➔ EVOLUCIÓN DE LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN EL SECTOR

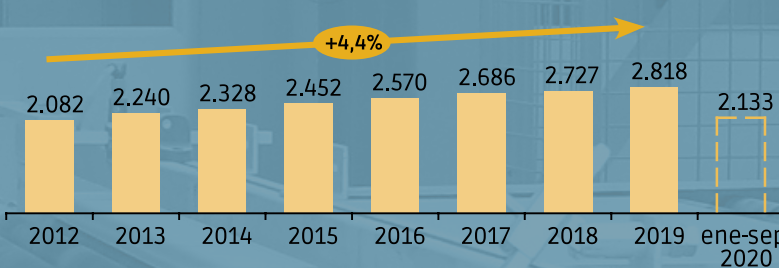


Fuente: Análisis PwC a partir de información obtenida del INE y ASCER.

EMPLEO

La tasa de personas empleadas en el sector ha mantenido un crecimiento anual compuesto del 1,3% desde el año 2012. “El crecimiento del personal ocupado ha sido inferior al de la facturación del sector, lo que implica una mejora de la productividad por persona ocupada”, subraya el Informe de PwC para ASCER. Otra de las características de los profesionales del sector es que, debido a la constante innovación y adaptación de los procesos productivos, los profesionales cuentan con una alta especialización lo que supone una aportación destacada al valor añadido de la producción.

➔ EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR 2012-2019 (M€)



Fuente: Análisis PwC a partir de información obtenida del INE y ASCER.

EXPORTACIONES

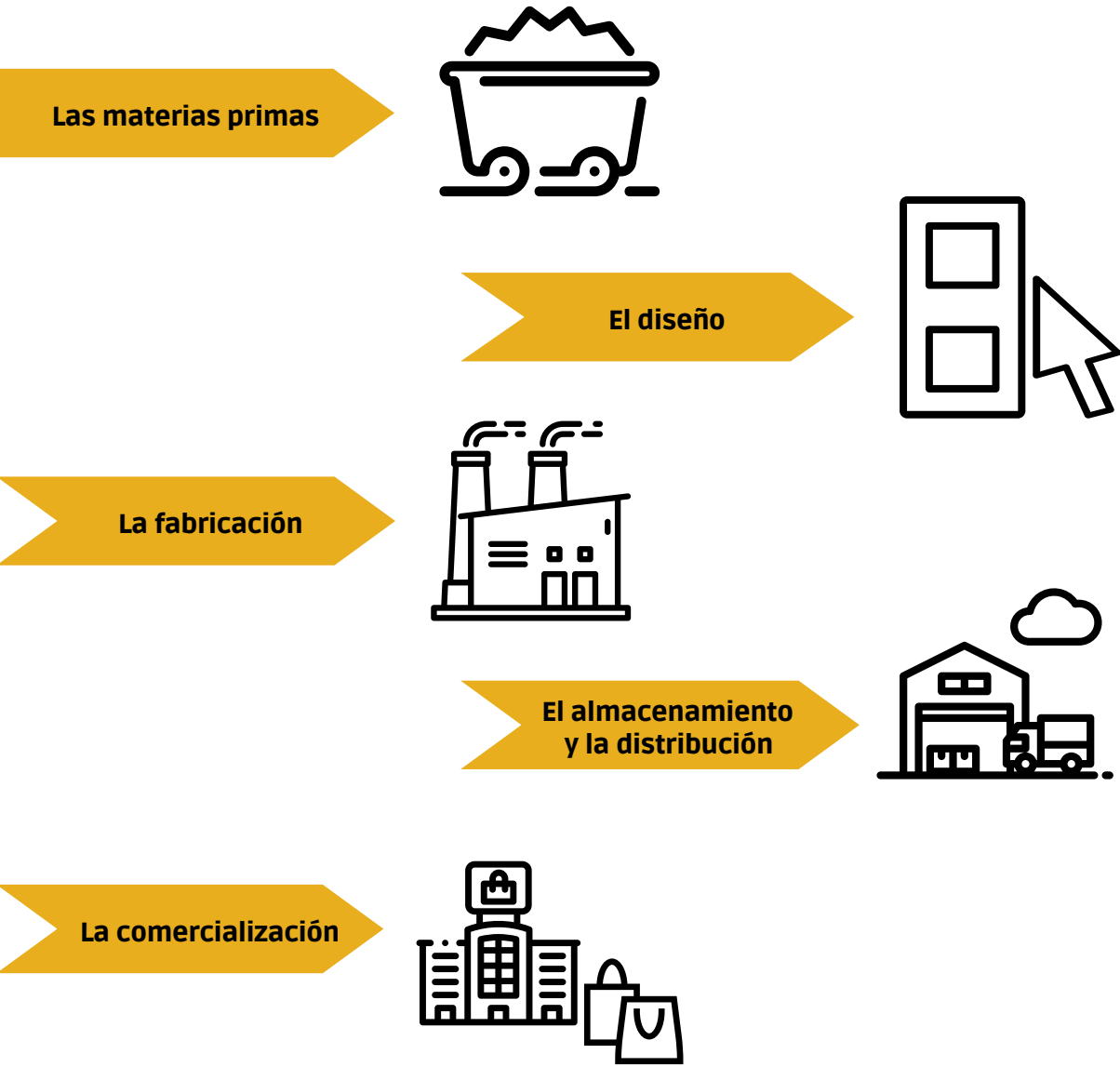
El sector de azulejos y pavimentos cerámicos se caracteriza por ser intensivo en exportaciones, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 4,4% desde el 2012, aumentando su competitividad internacional y situando el sector como uno de los sectores líderes en contribución al comercio exterior español. Según el Informe de PwC para ASCER, las exportaciones del sector representan aproximadamente el 75% de la producción total y han crecido un 35,4% desde 2012.

EL CLÚSTER CERÁMICO Y SU CADENA DE VALOR

LOLI DOLZ

La cadena de valor del clúster cerámico se puede enmarcar en cinco grandes eslabones: producción de las materias primas (proveedores del sector cerámico), diseño (proveedores del sector cerámico), fabricación (sector cerámico)

en sí mismo / ASCER), almacenamiento y distribución (valor añadido) y comercialización (valor añadido). Dada su relevancia e implicación directa con el sector cerámico, es interesante conocer en qué situación se encuentran los principales agentes.



Las materias primas

El diseño

La fabricación

El almacenamiento y la distribución

La comercialización



LAS MATERIAS PRIMAS

La **producción de materias primas** es el eslabón inicial para la fabricación de azulejos y pavimentos cerámicos. Se demandan arcillas, feldespatos, arenas, carbonatos y caolines, entre otras materias. En este eslabón se integra también la **industria de fritas y esmaltes** -que es la que prepara los productos para otorgar color y acabados característicos a la cerámica, con una fuerte incidencia

en el diseño- y los **fabricantes de maquinaria** que aportarán un valor extra a la producción gracias a la fabricación de maquinaria específica (hornos, prensas, secaderos, atomizadores y actividades de esmaltado y decoración, etc.) que optimizará el proceso de molienda, de atomización o de fabricación de azulejos y pavimentos cerámicos.

ANFFECC

2020: - 5,3%

2021: PODER MANTENER EL RITMO

La Asociación Nacional de Fabricantes de Fritas, Esmaltes y Colores Cerámicos (ANFFECC) confirmó que se cerraba el año 2020 con una cifra final de ventas de 1.256 millones de euros, de los cuales el 70,5% correspondieron a exportación (885 millones de euros) y el 29,5% al mercado nacional (371 millones de euros). Estas cifras significaron un descenso de las ventas del -5,3% con respecto a la facturación de 2019.

ANFFECC apuntó que, principalmente, se resintió el mercado internacional, con una caída del -5,9%, aunque el nacional también bajó un -3,7%. Estas cifras se achacaron fundamentalmente a las consecuencias que la pandemia de COVID-19 ha acarreado para la economía en general, tanto a nivel nacional como internacional, especialmente el cese de la actividad productiva y el confinamiento del segundo trimestre, que ocasionaron una caída en las ventas del -37% en comparación con el 2º trimestre de 2019. A partir de ese momento, y con la adaptación a las circunstancias de la pandemia, el sector fue recuperando paulatinamente sus ventas en el tercer y cuarto trimestres.

Aún así, la mejora no ha logrado paliar la caída en la facturación del 2º trimestre que supuso la irrupción de la pandemia.

En cuanto a la exportación por países, según datos de ICEX, Italia se mantiene en el primer puesto en el ranking de ventas, si bien con una caída del -3,5%. El segundo puesto ha sido para Argelia, que además se ha recuperado del bloqueo a nuestros productos sufrido hace algo más de un año, logrando un incremento del 11 %. El tercer puesto lo ocupa India, si bien con una caída del -10,4%, y en el cuarto y quinto puestos China, que sube un 10,4% y Turquía, que ha mantenido una importante actividad productiva a lo largo del año y sube un 29,3%.

El secretario general de ANFFECC, Manuel Breva, apuntó que el sector "está esperanzado en poder mantener este ritmo si no empeora la situación en la 3ª ola de la pandemia". Aunque,

Breva también destaca que: "los fletes a nivel internacional han subido en torno al 20-30%, encareciendo de forma



Las empresas de ANFFECC vendieron 1.256 millones de euros durante 2020.



importante el transporte de mercancías, tanto para exportar fuera de España, como para recibir materias primas". De hecho, en el caso de alguna materia prima importada de China, el impacto del coste del transporte ha llegado al 150%. Por otro lado, "algunas materias primas estratégicas están sufriendo subidas importantes, de entre el 10 y el 20%, llegando en algunos casos al 60%". El Secretario General recuerda "la importancia que tiene el precio de las materias primas en el coste de fabricación de nuestros productos, afectando directamente a la competitividad de los mismos".

EL DATO

ANFFECC es la asociación empresarial que reúne los productores españoles de fritas, esmaltes y colores cerámicos. Sus asociados son proveedores de las empresas azulejeras, que emplean estos productos en el proceso de fabricación de baldosas cerámicas, siendo las fritas, esmaltes, colores y tintas cerámicas los preparados que otorgan a cada pieza su color y acabado característicos. En la actualidad, más del 70% de la producción de fritas españolas se exporta.



← ASEBEC confirma que sus exportaciones se incrementaron un 5,02% en 2020.

ASEBEC
2020: -3%
2021: EXPECTATIVAS POSITIVAS

La Asociación Española de Fabricantes de Maquinaria y Bienes de Equipo para la industria cerámica (ASEBEC), en colaboración con el Observatorio de Mercado del Instituto de Tecnología Cerámica (ITC), confirmó en su informe “El sector de maquinaria cerámica en España en 2020” que el sector de maquinaria sufrió un descenso de las ventas durante los dos primeros trimestres del año por el impacto de la COVID-19, que fue compensado con la gran recuperación experimentada en el tercer y cuarto trimestre que supuso cerrar el 2020 con una disminución mínima de solo un 3%.

La investigación de ASEBEC e ITC, con el apoyo del Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) de la Generalitat Valenciana, se realizó sobre la base de datos de empresas asociadas a ASEBEC, que englobaba, en 2020, a un total de 48 empresas.

Las ventas nacionales disminuyeron un -5,9% respecto a 2019 y las exportaciones se incrementaron un 5,02% (las exportaciones supusieron para la maquinaria española un 28% de las ventas).

El informe también revela que las expectativas de los

fabricantes de maquinaria cerámica en España son positivas y vienen marcadas por la esperanza de una pronta salida de la crisis actual, unido ello a las buenas expectativas de digitalización y transición hacia la Industria 4.0 que están empujando a sus clientes, mayoritariamente fabricantes cerámicos, hacia una renovación de las plantas productivas.

De esta manera, se espera para 2021 un crecimiento de las ventas totales de un 6,87%, derivado sobre todo de un crecimiento de las ventas nacionales de un 8,5%.

EL DATO

El sector español de fabricantes de maquinaria y bienes de equipo para la industria cerámica tiene su mayor representación en ASEBEC, asociación que actúa de patronal y que se encarga de desarrollar líneas de trabajo que ayuden al sector a mantener la línea de crecimiento iniciada hace una década. ASEBEC está integrada por 71 empresas. El sector trabaja de manera casi exclusiva para la industria azulejera española, en cuyo éxito mundial ha sido un eslabón básico.



← Francisco Calomarde, presidente de AIMPR (Asociación Nacional de Importadores de Materias Primas para Uso Cerámico).

EL DATO

La Asociación Nacional de Importadores de Materias Primas para Uso Cerámico (AIMPR) se creó con el propósito de velar por los objetivos comunes de sus asociados. “Nuestro objetivo seguirá siendo la comprensión y gestión de las nuevas adaptaciones que vayan surgiendo de las normativas REACH, CLP, SEVESO, etc. que apliquen a todos y cada uno de los productos que importamos. Es fundamental nuestra participación activa en los distintos consorcios creados al efecto”, asevera el presidente de la AIMPR, Francisco Calomarde, que asumió la Presidencia en mayo.

AIMPR
2020: SATISFACTORIOS
2021: SUPERANDO LAS EXPECTATIVAS PREVISTAS

La Asociación Nacional de Importadores de Materias Primas para Uso Cerámico (AIMPR) confirma que el 2020, pese a la complejidad que supuso la crisis sanitaria provocada por la COVID-19, fue un buen año para el sector cerámico “y, por ende, para los miembros de nuestra asociación”. Pese a la ligera bajada de producción, tanto en los fabricantes de baldosas cerámicas, como de fritas y esmaltes, “los resultados han sido considerados satisfactorios, pues la cifra de ventas se mantuvo en valores similares al año anterior, a pesar del entorno tan hostil al que nos estamos enfrentando. Los dos primeros trimestres del pasado año, como sucedió con otras industrias, fueron complejos para los miembros de AIMPR, pero durante la segunda mitad del año la actividad repuntó muy por encima de lo previsto, especialmente en todo lo relacionado con importación y exportación”, confirma el presidente de la AIMPR, Francisco Calomarde.

Preguntado por el 2021, Calomarde destaca: “Nos encontramos en un momento dulce para todos los que participamos del sector cerámico, con incrementos generalizados. El ritmo de crecimiento de los fabricantes de baldosas cerámicas se ha situado en el entorno del 15% a lo largo del primer trimestre del año y el aumento por parte de los fabricantes de fritas y esmaltes se sitúa en un 6,6%, cifras que han llevado a los asociados de AIMPR a superar las expectativas previstas para este primer trimestre de 2021”.

“Seguimos viviendo un momento de incertidumbre sobre el futuro, pero confiamos en que los problemas logísticos que afectan tanto a la importación como a la exportación, no nos obliguen a tener que bajar el ritmo por falta de suministro”, añade el presidente.

Asimismo, “vamos a seguir trabajando para reforzar la asociación y, con ello, todos los servicios que presta a sus asociados. No podemos olvidar que nuestra actividad es un eslabón crucial en el desarrollo posterior del sector cerámico, habida cuenta de que gran parte de los productos que se consumen vienen de terceros países. Es importante crear vínculos y sinergias con otras asociaciones del sector, así como reforzar nuestra posición con las distintas instituciones públicas y privadas. Nuestra correcta interpretación de las diferentes normativas que nos aplican y la rápida adaptación en nuestros procesos burocráticos, es la única vía que garantiza el futuro suministro de estos productos”, subraya Calomarde.

La AIMPR está inmersa en nuevos proyectos subvencionables, que les permitirán aplicar los cambios legislativos vigentes en alguna de las materias primas más relevantes para el sector.

“Confiamos en seguir creciendo en el número de Asociados y en el número de proyectos, para que, día a día, AIMPR se convierta en un referente para todos los importadores de materias primas para cerámica”, concluye el nuevo presidente.



EL DISEÑO

El proceso productivo cerámico está totalmente condicionado por el diseño. Este segundo eslabón de la cadena de valor marcará asuntos tan relevantes como la elección de las materias primas. Además, aportará el valor añadido al producto final, la diferenciación e integrará las tendencias que el mercado venderá en la última fase del proceso. Algunas empresas del sector cerámico cuentan con su propio departamento de diseño, pero hay otras compañías que externalizan esta tarea.



Algunas empresas del sector cerámico cuentan con su propio departamento de diseño. Foto Feria Valencia



EL DATO

La Asociación Española de Técnicos Cerámicos (ATC) es una asociación profesional que, a lo largo de sus 45 años de historia, se ha dedicado a la formación y al constante reciclaje de los profesionales de la industria cerámica mediante una decidida apuesta por la transmisión de información y conocimientos. Reúne a más de 600 asociados, entre empresas y particulares. ATC trabaja por difundir la cultura de la I+D+i como pilar básico del crecimiento de las empresas y por reivindicar y dignificar el talento de los técnicos cerámicos.



Juan José Montoro, presidente de ATC.



ATC
2020: APOYO A SALIR DE LA CRISIS
2021: REPUNTE SÓLIDO

La Asociación Española de Técnicos Cerámicos (ATC) es una entidad que actúa como altavoz de todas las innovaciones, tanto de productos como de sistemas, que se producen en el mundo para que las adopten los técnicos en beneficio de todas las empresas. "Entre empresas y particulares, ATC cuenta con más de 600 socios que representan a todos los subsectores que conforman nuestro clúster cerámico, incluyendo empresas auxiliares. Por lo tanto, el balance de nuestros asociados es el balance de todos y cada uno de los subsectores a los que pertenecen", explica Juan José Montoro, presidente de ATC. En este sentido, "sí quiero remarcar que la cerámica ha sido uno de los sectores que ha empujado, y lo sigue haciendo, hacia la recuperación de la maltrecha economía de nuestra Comunidad debido a la pandemia", añade Montoro. Sobre el presente de la actividad, el presidente de ATC destaca que, al no ser una asociación empresarial, "nos tenemos que guiar, a la hora de hablar de balances o previsiones tanto a nivel económico como de producción, en las informaciones elaboradas por las distintas patronales". Y en este sentido, "todo parece indicar que el repunte es sólido y que se apoya en los mercados internacionales". El valor de las exportaciones de azulejos en el primer trimestre del año ha registrado un crecimiento del 17,4 %, apuntan desde ATC, y en lo que se refiere al sector de esmaltes y fritas se habla de un incremento de su facturación, en el mismo periodo, del 6,6 %. Por último, desde el sector de maquinaria

se espera que este año aumenten sus ventas en torno al 7 %. Finalmente, preguntado por cuáles son sus principales retos de los técnicos cerámicos, el presidente de la entidad lo tiene claro: "El técnico cerámico debe evolucionar hacia un profesional ampliamente formado y comprometido con su trabajo. En un futuro cercano, el papel del técnico cerámico será absolutamente fundamental para innovar de manera constante, optimizando equipos y procesos, y desarrollando nuevas tecnologías.... Los técnicos cerámicos van a ser los responsables de generar la diferencia y la innovación de sus empresas cuando toda la industria adopte las mismas herramientas digitales". Los retos a los que deberán enfrentarse los técnicos cerámicos "estarán estrechamente vinculados a las novedades que vienen de la mano del cambio a un nuevo paradigma industrial centrado en lo digital. La industria cerámica española va a necesitar técnicos formados para seguir siendo los mejores a nivel mundial", subraya Montoro. Y en ese camino están trabajando, fomentando la educación con los Premios ATC-Impulsa a los mejores trabajos fin de ciclos y grados, con su próximo Congreso Internacional del Técnico Cerámico, que se celebrará en noviembre; con un foro de pensamiento para tratar los temas que más preocupan al clúster cerámico o "cuidando nuestros orígenes con la retrospectiva cultural de los premios de cerámica Ciudad de Castellón", concluye el presidente de ATC.

GLOBAL CARGO SYSTEM

www.gcsspain.com

Soluciones adaptadas a las necesidades del cliente

Logística global
Operating throughout the world

Transporte marítimo
Leading seafreight providers

Transporte aéreo
Global airfreight forwarders

Servicio local extendido
Global airfreight forwarders

OFICINAS EN:
VALENCIA - BARCELONA - MADRID - MURCIA

UNITED WIN LOGISTICS

CHINA - TURQUÍA - MÉXICO
PORTUGAL - EGIPTO

Interglobo

INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDERS

VALENCIA

International Freight Forwarders

A human technology world in forwarding

Interglobo Forwarders Spain

Av. del Puerto, 302 - Of. 3.3
46024 Valencia - España
Teléfono +34 960 660 268

interglobospain@interglobo.com
www.interglobo.com



LA FABRICACIÓN

La fabricación de azulejos y pavimentos cerámicos es el centro de la cadena de valor y el eslabón sobre el que, en gran medida, gravita el resto del clúster. Aquí se ubican las empresas de ASCER.

La fase de fabricación comienza con la preparación de las materias primas, a la que le sigue el secado, el esmaltado, la decoración digital, la cocción, el corte, el rectificado o el pulido.

La facturación total del sector cerámico ha alcanzado los 3.842 millones de euros, lo que ha supuesto un 2,3% más en lo facturado en 2019.



EL ALMACENAMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN

El almacenamiento y la distribución de los azulejos y pavimentos cerámicos genera una actividad muy importante, fundamentalmente, por el carácter eminentemente exportador del sector y por el volumen del producto.

Por un lado, el almacenamiento de los palés de azulejos y pavimentos cerámicos (unos materiales muy resistentes) suele realizarse en las instalaciones de los fabricantes. Esto facilita que no haya problemas durante el proceso de manipulación, embalaje y almacenamiento, destaca ASCER. Los productos están preparados para la distribución a destinos de todo el mundo.

Y, por otro lado, cabe destacar que la distribución del producto acabado suele ser llevada a cabo por empresas especializadas que apuestan por el transporte terrestre o marítimo.

El sector de azulejos y pavimentos cerámicos español exporta el 75% de su producción y lo hace en gran medida por los puertos de Castellón y Valencia. De hecho, resalta ASCER, el tráfico de mercancías cerámicas representa en torno al 36% del peso de carga movido por el puerto de Castellón y el 21%, en el puerto de Valencia. Los principales destinos de los azulejos y los pavimentos cerámicos son: Francia (11,4%) y Estados Unidos (10,8%).

Andimac (Asociación Nacional de Distribuidores de Cerámica y Material de Construcción) es la organización empresarial que representa a los almacenes de cerámica, materiales de construcción y equipamiento de vivienda en España y Europa. En la actualidad, Andimac representa a más de 1.200 empresas de distribución profesional de material de construcción, decoración e instalaciones.

AÉREO, TERRESTRE Y MARÍTIMO ■ CONTENEDORES COMPLETOS ■ GRUPAJES ■ ALMACENAJE Y DISTRIBUCIÓN ■ ADUANAS

INTERNATIONAL LOGISTICS

VALENCIA ■

Part of the Share Logistics Family

www.asthoncargo.es

VALENCIA

PL. Armada Española, 1, 8º · 46011 Valencia

Tel. +34 96 324 56 65 · Fax +34 96 324 56 64

valencia@asthoncargo.net

ALGECIRAS

Tel. +34 956 688 307 Ext.: 5053

algeciras@asthoncargo.es

BARCELONA

Tel. +34 933 297 397

asthombcn@asthoncargo.cat

BILBAO

Tel. +34 94 661 22 93

bilbao@asthoncargo.es

Avanzamos contigo

Por experiencia, calidad, innovación, seguridad, eficiencia... Monfort, referente clave en el transporte internacional de mercancías por carretera.

www.monfort.es



LA COMERCIALIZACIÓN

La comercialización y colocación de los productos cerámicos representan el final de la cadena de valor y la llegada del producto terminado al usuario.

La **comercialización** es una de las fases más importantes de la cadena de valor y exige una necesaria promoción ante el consumidor que se realiza tanto en ferias como en eventos institucionales. ASCER, en colaboración con todo el sector, lleva años potenciando la marca “Tile of Spain” que representa el producto cerámico español en todo el mundo.

El último paso que queda por dar es la **colocación** de los azulejos o pavimentos cerámicos. Este proceso es llevado a cabo por lo colocadores especializados. Para garantizar la calidad en la colocación el sector demanda profesionales. Hace años que ASCER alerta de la falta de estos trabajadores especializados que atiendan a las nuevas exigencias de los productos cerámicos. No contar con profesionales acarrea un incremento en el coste actual de colocación, subraya ASCER. En 2019 se colocaron en España 130 millones de metros cuadrados de azulejos y pavimentos cerámicos.



.....

La **comercialización** es una de las fases más importantes de la cadena de valor y exige una necesaria promoción ante el consumidor que se realiza tanto en ferias como en eventos institucionales



In Spain,
we lift more
than containers



VALSHIP, S. A.

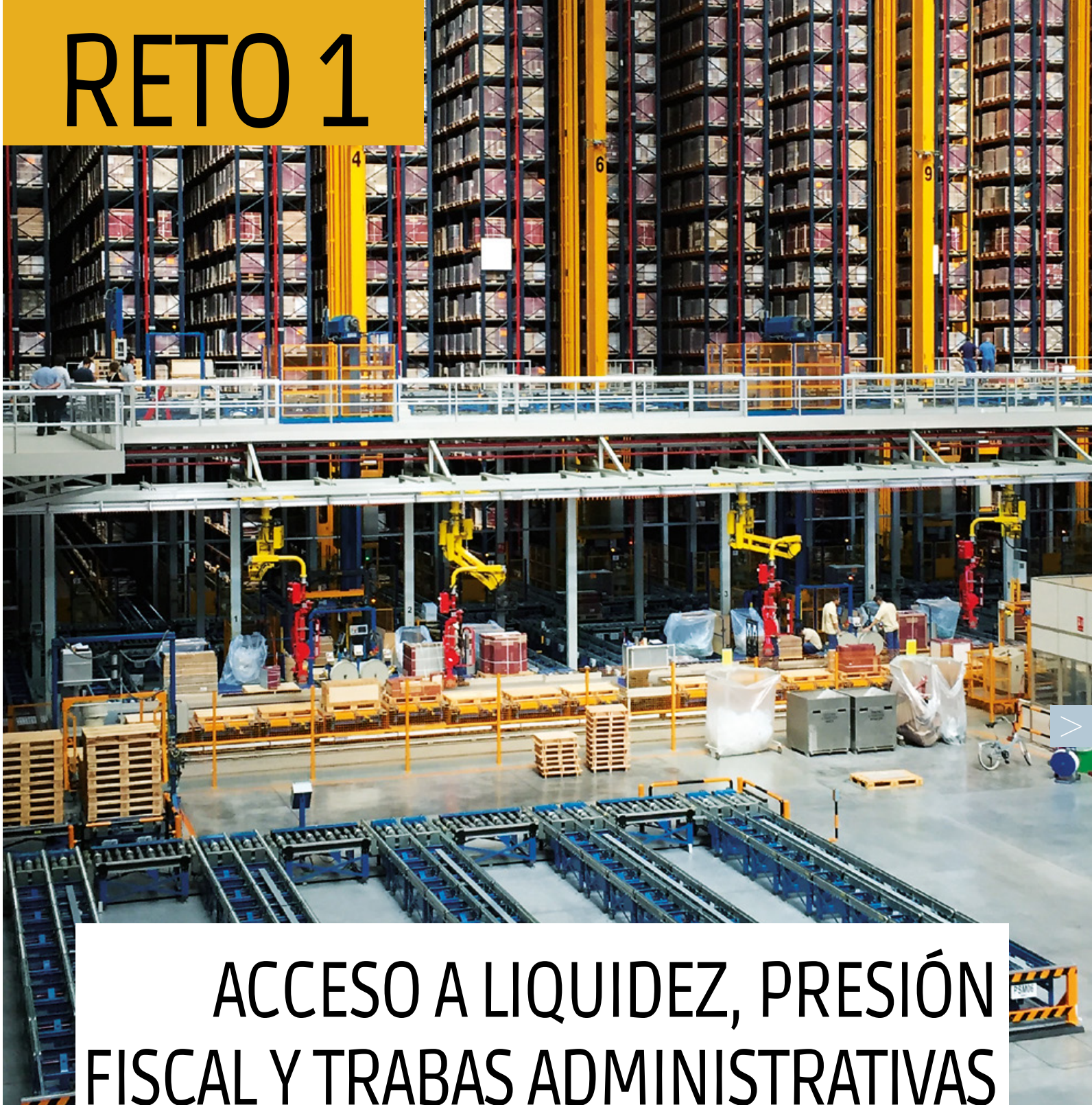
**CONSIGNATARIOS DE BUQUES
Y AGENTES MARÍTIMOS**

40
- ANIVERSARIO -

Dr. J.J. Dómine, 1-3º-1ª - 46011 Valencia
Teléfono 96 316 52 00
valship@valship.com - www.valship.com

40
- ANIVERSARIO -

RETO 1



ACCESO A LIQUIDEZ, PRESIÓN FISCAL Y TRABAS ADMINISTRATIVAS

LOLI DOLZ

El sector cerámico español, como muchas otras industrias del país, se encuentra actualmente en pleno proceso de transformación con el objetivo de adaptarse al nuevo escenario mundial. Las tendencias

globales, tanto a nivel macroeconómico como geoestratégico, están generando nuevos retos y oportunidades que se han visto aceleradas por la crisis sanitaria generada por la COVID-19.

Frente a esta situación, las empresas de fabricación de azulejos

y pavimentos cerámicos necesitan reforzarse para ser resilientes y confirmarse -una vez más- como un agente estratégico, generador de riqueza y de empleo, dentro del tejido industrial de la Comunitat Valenciana y de España. Además, esta actitud de puesta al día

La industria azulejera española ha enviado al Gobierno central un documento con 45 medidas urgentes para la reactivación de la industria y de la economía



El clúster cerámico mantuvo en febrero una reunión con la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto y el presidente de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, en el marco de la presentación del estudio “Impacto socioeconómico y fiscal del sector de azulejos y baldosas cerámicas en España”, realizado por ASCER y PwC España, bajo el convenio suscrito con la Generalitat.

y modernización no sólo se queda en las empresas fabricantes, sino que trasciende a toda la cadena de valor del clúster cerámico.

Uno de los principales retos a los que se enfrenta el sector y que preocupa desde hace tiempo al colectivo es el acceso a liquidez, la presión fiscal o las trabas administrativas.

45 PROPUESTAS FUNDAMENTALES

De hecho, hace unos meses, ante la situación derivada de la COVID -19, la industria azulejera española envió al Gobierno central un documento de medidas urgentes para la reactivación de la industria y de la economía.

En este documento, que se remitió a los ministerios de Asuntos Económicos y Transformación Digital, al de Industria, Comercio y Turismo, y al de Sanidad y Bienestar Social y a la Generalitat Valenciana, se incluyeron 45 propuestas fundamentales “para asegurar la sostenibilidad

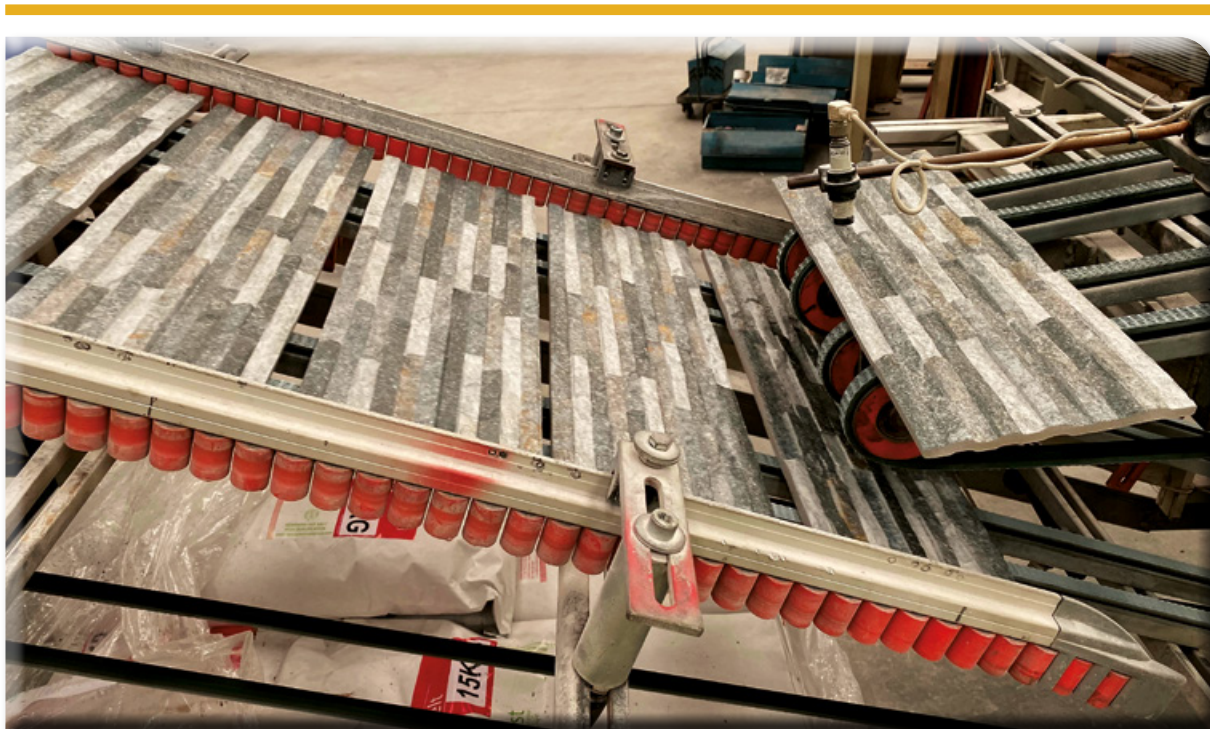
Aunque la situación ha ido mejorando con el paso de los meses y la relajación en algunas medidas de confinamiento, ASCER y resto de las organizaciones del clúster cerámico han seguido impulsado una intensa agenda de reuniones a todos los niveles de la administración (europea, nacional, autonómica y local).



financiera a corto plazo de la industria española, incluyendo el sector azulejero, clave para la economía de nuestro país”, explicaron entonces desde ASCER.

Articuladas en torno a siete grandes ejes de actuación (acceso a liquidez, estímulo de la demanda

interna y de la actividad de reforma y rehabilitación, reducción de cargas administrativas y política fiscal, potenciación del papel de la industria productiva, protección del empleo y seguridad de los trabajadores, energía y finalmente involucración y compromiso de la UE), las propuestas



Según ASCER, la situación actual requiere reducir el gasto no productivo con una política fiscal expansiva de reducción de tributos.

REBAJAS DEL COEFICIENTE PROVINCIAL Y BONIFICACIONES

Este mismo mes de mayo, ASCER ha planteado a la Diputación de Castellón y a los ayuntamientos de la zona que se rebaje el coeficiente provincial que se aplica al IAE (Impuesto sobre Actividades Económicas) “ya que hay margen suficiente”.

En la actualidad, el recargo provincial en Castellón es de un 31,50%, “siendo el más alto de la Comunitat Valenciana”. En Valencia el porcentaje que se aplica es del 29%, en Alicante del 10% y la media nacional es del 28%. “El objetivo de esta reducción es que nuestro tejido empresarial pueda ver reducida la presión fiscal y tributaria en un momento tan crítico para la economía. La suspensión de las reglas recogidas en la Ley de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera habilitan plenamente a la Diputación para ello”, detalla ASCER. Asimismo, se está explorando reducir la carga fiscal de las empresas mediante, entre otras medidas, la aplicación de bonificaciones en sus ordenanzas fiscales

con el fin de favorecer la actividad económica en nuestros municipios y provincias con el ánimo de que la recuperación económica se consolide lo antes posible. Desde el clúster se plantea una rebaja de las cargas fiscales, la eliminación de la duplicidad de estas y la equiparación con otros países con los que compiten en la UE “para evitar distorsiones de la competencia”. Del mismo modo, se pone de manifiesto la necesidad de que todas las administraciones hagan un esfuerzo para reducir las cargas y que se establezca una coordinación entre impuestos estatales, autonómicos y locales. “La situación actual requiere reducir el gasto no productivo con una política fiscal expansiva de reducción de tributos que permitan no solo a las empresas, sino también a autónomos y consumidores, disponer de mayor capacidad de gasto para impulsar la economía”, concluye ASCER.

venían a subrayar el papel del clúster cerámico a nivel macroeconómico y de generación de empleo, “y como representa hasta la fecha un excelente instrumento de vertebración socio-territorial, y una verdadera plataforma que impulsa la innovación, la sostenibilidad, el intercambio

de conocimiento, la colaboración académica, el empleo y el tejido social y empresarial”.

SIN DESCANSO

Además, aunque la situación ha ido mejorando con el paso de los meses y la relajación en algunas

medidas de confinamiento, ASCER y resto de las organizaciones del clúster cerámico han seguido impulsado una intensa agenda de reuniones a todos los niveles de la administración (europea, nacional, autonómica y local), con el fin de trasladar la compleja situación que atraviesa el

ASCER Y GENERALITAT: PROYECTOS ESTRATÉGICOS PARA REACTIVAR LA ACTIVIDAD

La Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos (ASCER) y la conselleria de Hacienda y Modelo Económico de la Generalitat Valenciana firmaron, el pasado mes de agosto, un convenio de colaboración que ha permitido implementar un total de 11 actividades para la reactivación económica y la reorientación productiva de la actividad industrial de la Comunitat Valenciana. Los proyectos responden a necesidades estratégicas de la industria tales como la mejora de la formación y transmisión

del conocimiento, la descarbonización, la mejora de la competitividad empresarial y la internacionalización de los sectores, así como estudios y análisis acerca de los principales retos de futuro del sector. Además, la continuidad del convenio para el ejercicio 2021 está garantizada, lo que es de vital importancia para asegurar la reactivación económica del sector. Las actuaciones que se han desarrollado marcarán la hoja de ruta del sector en los próximos años.



→ ASCER y la Generalitat Valenciana firmaron, el pasado mes de agosto, un convenio de colaboración que ha permitido implementar un total de 11 actividades para la reactivación económica y la reorientación productiva de la actividad industrial de la Comunitat Valenciana.

sector y trabajar en acciones e iniciativas que apoyen la actividad de la industria y del clúster. Durante los encuentros, además de detectar los asuntos que cada administración puede implementar para apoyar al sector, se han establecido mesas de trabajo de carácter

técnico con el fin de abordar con más profundidad las cuestiones y retos a los que se enfrenta la industria y buscar soluciones a las mismas. El enfoque de las reuniones se ha centrado en los principales retos que debe afrontar el clúster en materia normativa, energética y de

CO2, especialmente en lo referente a las directivas europeas y el exigente objetivo de descarbonización impuesto por Bruselas, sin dejar de lado las medidas de carácter doméstico como el complicado acceso a liquidez, la presión fiscal o las trabas administrativas.

Estudios y análisis

Se ha realizado el estudio “Impacto socioeconómico del sector de azulejos y pavimentos cerámicos en España” en base a seis indicadores fundamentales: el peso del sector en el PIB, el empleo, la fiscalidad, la balanza comercial, la innovación y el impacto medioambiental. También se ha desarrollado el “Análisis y retos del sector de azulejos y pavimentos cerámicos en España” que ha identificado los principales desafíos a los que el sector cerámico español debe enfrentarse y las posibles vías de acción en el contexto del plan de reconstrucción y resiliencia de los fondos europeos. Ante el horizonte de rebaja de emisiones, se ha elaborado un informe para la “Descarbonización del sector cerámico de la Comunidad Valenciana”, que marca la ruta de la transición energética de forma competitiva y la lucha contra el dumping ambiental. Y, finalmente, se ha realizado un “Análisis de la mejora de la capacidad comercial de la fuerza de ventas del canal y aumento del número y cualificación de los instaladores”, con el fin de mantener el diferencial competitivo y el valor añadido de los productos cerámicos en el mercado español.

Mejora de la competitividad e internacionalización

Se han desarrollado campañas para divulgar y mejorar el conocimiento de las baldosas cerámicas en los mercados internacionales y España, de sus de sus beneficios y ventajas en el uso, incidiendo en mensajes de seguridad, higiene y limpieza, en España, Francia, Alemania, Reino Unido e Italia. También se ha trabajado en aumentar la visibilidad del sector para poder afrontar los grandes retos que tiene por delante la industria cerámica en materias tales como la energía, la cogeneración, el comercio de emisiones o su internacionalización. Se ha trabajado en fortalecer la imagen del sector como puntero, innovador, esencial en el tejido industrial español y constructor de Marca España.

Mejora de la formación y el capital humano

Se ha apoyado a la Red de Cátedras y Talleres Cerámicos en Escuelas de Arquitectura establecidos en seis universidades para la formación sobre cerámica a los futuros arquitectos. La red tiene colaboraciones con las Escuelas de Arquitectura de Madrid, Barcelona, Alicante, Valencia y Castellón, y a nivel internacional con GSD Harvard (EEUU). Se ha apoyado la formación y mejora de la calidad de la colocación de los productos cerámicos, mediante el respaldo y colaboración con PROALSO. Se ha desarrollado un “Estudio y diagnóstico de necesidades formativas en colaboración con la Universidad Jaume I” que, con proyección transversal en otros sectores, en la población general, las administraciones públicas y los centros de enseñanza. Finalmente, se han impartido, en colaboración con la Cámara de Comercio de Castellón, ocho cursos focalizados en materias relacionadas con la internacionalización.

RETO 2

CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS VERDES DE LA UE: ¿MISIÓN IMPOSIBLE?



LOLI DOLZ

Los principales retos de futuro del sector de azulejos y pavimentos cerámicos no pueden obviar la problemática derivada de la materia normativa, energética y de emisiones de CO2 vin-

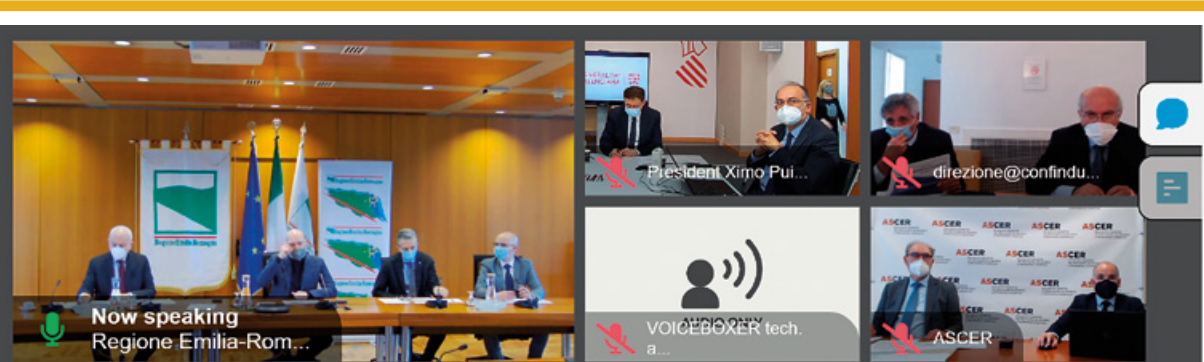
culadas a las directivas europeas y al objetivo de descarbonización impuesto por Bruselas. Como señala el “Análisis y retos del sector de azulejos y pavimentos cerámicos en España” de PwC y ASCER, el sector se encuentra ante un reto

crucial de descarbonizar la producción que marcará el futuro del mismo y que se ha acentuado desde que la Comisión Europea decidió no incluir la fabricación de productos cerámicos entre los sectores expuestos a la fuga de carbono. Ello ha supuesto un aumento

El sector requiere del apoyo de las administraciones y de que ese compromiso público se traduzca en estímulos fiscales para no perder competitividad frente a otros países que no hacen frente a este coste

relevante de los costes derivados de la adquisición de derechos de emisión de CO2. “El reto reside en encontrar nuevas tecnologías para la producción o adaptar las existentes para que se puedan utilizar otros combustibles. Esto permitiría acabar con la dependencia del gas en las fábricas y avanzar hacia una industria cerámica hipocarbónica, con procesos cerámicos de bajo impacto ambiental, que utilicen el mínimo consumo de combustibles fósiles y siempre tratando de reducir en lo posible las emisiones de CO2”, subraya el estudio. Evidentemente, en este escenario, el sector requiere del apoyo de las administraciones y de que ese compromiso público se traduzca en estímulos fiscales para no perder competitividad frente a otros países que no hacen frente a este coste.

El reto reside en encontrar nuevas tecnologías para la producción o adaptar las existentes para que se puedan utilizar otros combustibles.



La Generalitat Valenciana, ASCER y la Región de Emilia Romagna tuvieron en marzo un encuentro online para hacer fuerza común y defender a sus industrias en la transición energética sostenible.

SASSUOLO Y CASTELLÓN: JUNTOS SON MÁS FUERTES

En paralelo a todas las acciones que el clúster está liderando para atraer financiación europea, desde ASCER se han realizado acciones a nivel europeo, en colaboración con la industria italiana, para defender la posición del sector en Bruselas, apoyar a sus industrias en el ámbito de la descarbonización y del comercio de emisiones y así garantizar la competitividad y el empleo de calidad en el territorio.

Según la industria, “es necesario acometer un proceso de descarbonización a la vez que es preciso llevarlo a cabo de forma ordenada y garantizando la competitividad y la supervivencia de la industria. No sirve para nada llevar a cabo una descarbonización exigente y excluyente si el precio que tiene es la destrucción de la industria europea o su deslocalización”.

En marzo, la Generalitat Valenciana y la Región de Emilia Romagna hicieron fuerza común para defender a sus industrias en la transición energética sostenible. En la reunión ambos gobiernos acordaron colaborar para apoyar a sus industrias en Bruselas en el ámbito del comercio de emisiones. Los representantes de la mesa decidieron agendar una reunión conjunta con el vicepresidente primero de la Comisión Europea, Frans Timmermans, para defender el papel de la industria cerámica europea y poner de manifiesto el riesgo que corre de seguir adelante con los objetivos tan poco realistas de descarbonización.

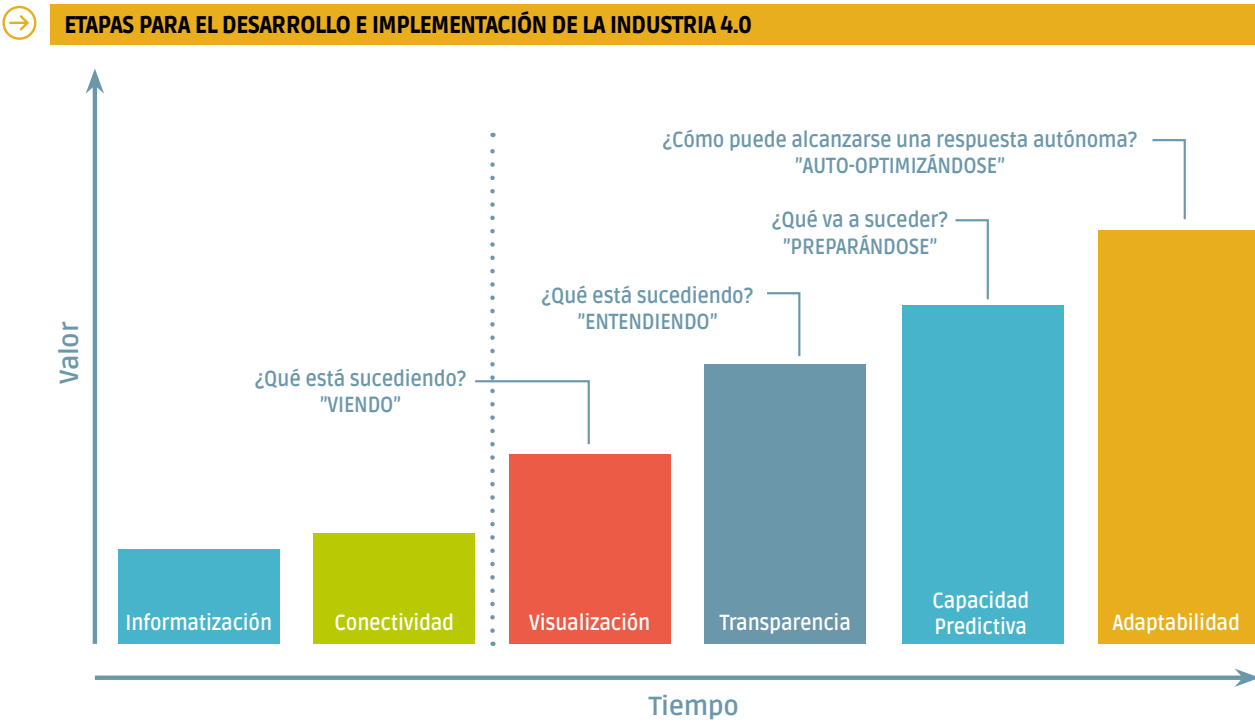
Los dos clústeres cerámicos de Sassuolo y de Castellón son los distritos más importantes de la cadena europea de suministro de cerámica. Conjuntamente ambas industrias vendieron por valor de casi de 9.000 millones de euros generando empleo directo de más de 35.000 empleados.

“Nuestro sector exporta más del 85% de su facturación y las normas europeas son, con diferencia, las más estrictas del mundo – declaró Giovanni Savorani, presidente de Confindustria Ceramica - Es esencial que, para mantener la competitividad internacional, nuestras empresas no se vean penalizadas por los costes de la directiva sobre comercio de emisiones, que solo aportan beneficios a la especulación financiera”.

También es muy importante que la industria europea sea incluida en la lista de sectores susceptibles de la compensación indirecta de costes, “de la que ha sido injustamente excluido por la Comisión Europea. Hoy sabemos que podemos contar con el apoyo de nuestras instituciones regionales para poder afrontar los desafíos de la transición energética salvaguardando al mismo tiempo la competitividad internacional”, añadió Savorani.

Por su parte, Vicente Manuel Nomdedeu, presidente de ASCER, defendió que la industria “realiza constantemente importantes esfuerzos para mejorar sus procesos productivos con el fin de ser más eficientes con los recursos y tener menos impacto en el entorno”. Sin embargo, añadió Nomdedeu, “las exigencias de descarbonización que ha marcado Bruselas son, a todas luces irreales y, hoy por hoy, no existe ninguna alternativa energética que pueda sustituir al gas natural. Es vital que nuestras instituciones europeas sean conscientes de esta realidad con el fin de que implementen políticas energéticas que la industria pueda cumplir”.

“Mantener la industria en la UE es vital y se tienen que instaurar los mecanismos para que podamos seguir compitiendo en los mercados internacionales”, comentó el presidente de ASCER.



Fuente: Guía Industria 4.0 de Asebec (basado en FIR e.V. en RWTH Aachen University).

DIGITALIZACIÓN E INDUSTRIA 4.0

Para alcanzar la meta, el clúster cerámico debe aplicar la industria 4.0 en los procesos productivos. No hay más opciones. El sector (todo él) debe acometer actuaciones como la monitorización de toda la fase de producción, la roboti-

zación o los almacenes inteligentes. La industria 4.0 permite a las empresas reaccionar de forma más ágil en unos mercados progresivamente más dinámicos, reducir los tiempos de desarrollo de productos más adaptados a las necesidades de sus clientes y llevar dichos

productos a los mercados de forma exponencialmente más rápida. “El reto reside en la adecuación de las competencias y capacidades digitales del sector y la introducción de cambios en su estructura organizativa. La aplicación de la industria

El sector se encuentra ante un reto crucial de descarbonizar la producción que marcará el futuro del mismo.



ASCER PROPONE ENMIENDAS A LA LEY DE CAMBIO CLIMÁTICO

ASCER considera inaceptable que la propuesta de Ley de Cambio Climático y Transición Energética aprobada recientemente por el Congreso, y que tiene implicaciones muy importantes en la actividad industrial y económica, sea llevada al Senado por trámite de urgencia haciendo inviable la revisión por todas las corporaciones políticas las enmiendas presentadas. El sector manifiesta que es necesario apostar por una transición verde más sostenible y eficiente, sin embargo, el trámite de esta Ley se está realizando de espaldas a los principales sectores de la economía, quiénes se van a ver afectados de lleno por las implicaciones de adaptación de sus procesos productivos. ASCER, junto a otros sectores consumidores de gas industrial, busca completar la Ley de Cambio Climático a través de la creación por parte del Gobierno de un Estatuto de Consumidores Gas intensivos reconociendo así los beneficios que estos consumidores aportan a la gestión y la eficiencia del sistema. Esta medida impulsaría el proceso de descarbonización de los sectores intensivos en energía los cuales actualmente no disponen de tecnologías maduras que les permitan la transición energética exigida por el Gobierno.

MÁS CARGAS

El sector cerámico también espera que no se dupliquen las cargas tan importantes que ya soportan por el coste de CO2. Actualmente el sector está afectado por la Ley de Derechos de Emisión. Tal y como está redactada la propuesta de Ley, el sector también sería penalizado por tener la obligación de calcular la huella de carbono, con los costes adicionales que supondría sin que ello conlleve ningún beneficio medioambiental adicional. “De no realizar este cambio, la industria sometida a los derechos de CO2, estaría obligada a pagar una doble imposición”, destaca ASCER. “El sector cerámico español está expuesto a la competencia internacional, y los sobrecostes que tendrá que soportar por esta Ley provocará que sus productos sean desplazados de los mercados internacionales, con implicaciones muy graves para la economía y balanza de pagos española”, concluye la patronal.



El sector cerámico espera que no se dupliquen las cargas tan importantes que ya soportan por el coste de CO2.

4.0 permitiría al sector mejorar en productividad y eficiencia”, subraya el Análisis de PwC y ASCER. Sobre la digitalización del sector, cabe destacar que las empresas de ASCER están bastante digitalizadas, aunque existe un amplio margen de mejora ya que no sucede lo mismo toda la cadena de valor. Según ha podido confirmar el estudio, “los procesos por los que se relacionan los fabricantes con el resto de agentes de la cadena de valor aguas abajo están anticuados, lo que imposibilita, entre otras cosas, promocionar toda la gama de productos, adecuar la producción a la demanda o tener un conocimiento en tiempo real de los stocks o de los tiempos de recepción de pedidos”. Así las cosas, el reto actual que tiene el sector es la digitalización de toda la cadena de valor. “De esta forma sería posible disponer de un



La monitorización de toda la fase de producción, la robotización o la activación de los almacenes inteligentes es un objetivo destacado del sector.

flujo de datos a partir de los cuales modernizar la relación entre los agentes. La digitalización integrada de toda la cadena permitiría generar una relación y un ecosistema basado en datos que se utilizarían por parte de los agentes para gestionar, medir, valorar o predecir. En definitiva, la explotación de los datos daría una nueva herramienta de competitividad al conjunto del clúster”, asevera el Análisis.



Portsur Castellón

La terminal de Graneles del Puerto de Castellón

Comprometidos con la Calidad y el Medio Ambiente



www.portsurcastellon.com

540m lineales de atraque con 16m de calado

130.000m² de superficie de campas y almacenes

Próxima ampliación de 210m del muelle en Zona Sur

Tel.: +34 964 767 877
portsur@portsurcastellon.com

RETO 3



A POR LOS FONDOS DE RECONSTRUCCIÓN

LOLI DOLZ

En el marco de la crisis económica generada por la COVID-19, la Unión Europea ha activado un paquete de fondos inédito para reparar los daños y transformar la economía. El presu-

puesto a largo plazo de la UE, junto con NextGenerationEU, instrumento temporal concebido para impulsar la recuperación, es el mayor paquete de estímulo jamás financiado a través del presupuesto de la UE. Un total de 2.024 billones de euros ayudarán a

reconstruir la Europa posterior a la COVID-19, que será más ecológica, digital y resiliente. La inversión de la Unión Europea pivotará en torno a tres pilares: el Pacto Verde, la Transición Digital y la Reindustrialización. Por ello, las MDIs

Según ASCER, el Fondo Nacional de Sostenibilidad del Sistema Eléctrico dejará fuera del mercado al sector español, tan expuesto a la competencia internacional

(manifestaciones de interés) en las que el sector cerámico se ha presentado, y que permitirán optar a los Fondos Europeos para los proyectos de inversión y modernización de las empresas en el medio plazo, cuentan con estos objetivos como referencias.

PROYECTOS

El clúster cerámico ha participado en un proyecto de la estrategia valenciana de hidrógeno junto con otros actores relacionado con toda la cadena de valor del hidrógeno verde, desde la generación hasta el suministro a todas las empresas del clúster cerámico. Por otra parte, y en respuesta a la Manifestación de Interés sobre proyectos tractores relacionados también con el hidrógeno verde, desde el clúster se ha presentado también un proyecto específico, liderado por ASCER, cuyo objetivo se centra en el desarrollo de I+D+i para la adaptabilidad de los hornos cerámicos al uso del hidrógeno.

El clúster participa en un proyecto para la transformación industrial, con un potencial de 2.000 millones de euros de inversión en el que colaboran asociaciones y empresas de varios sectores industriales.



El clúster cerámico participa en un proyecto de la estrategia valenciana de hidrógeno junto con otros actores relacionado con toda la cadena de valor del hidrógeno verde, desde la generación hasta el suministro a todas las empresas del clúster cerámico

Pero al margen hidrógeno, el clúster es totalmente consciente de que la descarbonización no llegará exclusivamente gracias a éste, sino a una suma de varias tecnologías que permitirán ir reduciendo sus emisiones, por ello, el clúster ha presentado una ambiciosa propuesta que recoge diferentes acciones en el ámbito de la descarbonización y digitalización, incluyendo alternativas energéticas que pasan por la generación de energía, autoconsumo, captura de CO2, transformación de las flotas y el uso de gases alternativos y que tiene como objetivo que la sostenibilidad y la viabilidad técnica y económica vayan de la mano.

Igualmente, el clúster participa en otro proyecto para la transformación industrial, con un potencial de 2.000 millones de euros de inversión en el que colaboran asociaciones y empresas de varios sectores industriales.

Del mismo modo, se ha presentado también una propuesta que tiene como objetivo la valorización y promoción del trabajo en la industria y la instalación de baldosas cerámicas.

Por último, el clúster está trabajando en dos nuevas manifestaciones de interés relacionadas con generación de energía y autoconsumo, así como, con economía circular.

El clúster ha presentado una ambiciosa propuesta que recoge diferentes acciones en el ámbito de la descarbonización y digitalización

El president de la Generalitat, Ximo Puig, ha presidido la firma del protocolo de colaboración para el despliegue de la Estrategia Valenciana del Hidrógeno Verde, entre la Generalitat y entidades (como ASCER) y empresas innovadoras de la Comunitat Valenciana.



RETO 4

EL IMPACTO DEL FONDO NACIONAL DE SOSTENIBILIDAD DEL SISTEMA ELÉCTRICO: INASUMIBLE

El clúster cerámico lo señala de una manera contundente: el impacto en la industria del Fondo Nacional de Sostenibilidad del Sistema Eléctrico (FNSSE) será inasumible para un gran número

de empresas del sector. Según el secretario general de ASCER, Alberto Echavarría, "en el quinquenio 2021-25, el coste para el sector cerámico por la puesta en marcha del Fondo ascendería a 213,5 millones de euros adicionales, cifra que supone un duro golpe

para la rentabilidad de la industria". El proyecto de ley de creación del Fondo Nacional para la Sostenibilidad del Sistema Eléctrico, que busca financiar las renovables, se negociará en breve en el Consejo de Ministros y lo hará sin cambios significativos, tras su



Las exigencias hacia la descarbonización y el endurecimiento de las medidas de comercio de emisiones acentúan la merma de la competitividad industrial según el clúster cerámico.

.....
La creación del FNSSE podría suponer un sobrecoste 213,5 millones de euros, significando un duro golpe para la rentabilidad del sector

presentación el pasado mes de diciembre. Así lo confirmó la vicepresidenta cuarta y ministra para la Transición Ecológica del Gobierno, Teresa Ribera, en un acto organizado en Barcelona por el Cercle d'Economia a finales de abril.

CONSECUENCIAS

Según destacó Alberto Echavarría, “las empresas tendrán que asumir el incremento de los costes energéticos dejando fuera del mercado de la UE y del resto de países, a gran parte del producto español, que compete en

países donde confluyen otros productores con costes energéticos mucho más bajos”. “A esta situación se suma que España ya está pagando el gas natural más caro de la UE, principal insumo energético para la producción de baldosas cerámicas”, añadió.

El secretario general de ASCER comentó, además, que “es necesario que la industria española pueda competir con las mismas reglas del juego que otros productores, no sólo entre los competidores de los mercados internacionales, sino también entre sus socios



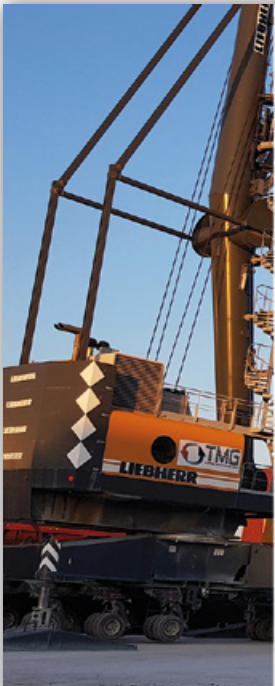
La cerámica es la tercera industria que mayor superávit aporta a la balanza comercial de España, con unas ventas totales que en 2020 alcanzaron los 3.842 millones de euros.

Europeos”. Según Echavarría, “el sector va a tener que pagar mucho más por la misma energía a cambio de no tener ninguna compensación ni mejora, hecho que repercutirá en acentuar los desequilibrios injustificados de los productores españoles frente a los de la UE y los extracomunitarios”.
El Fondo y otra serie de medidas sobre las que están legislando el Ejecu-

.....
“Es vital que la industria española pueda competir con las mismas reglas del juego que otros productores, tanto de la UE como fuera de la misma”, alerta la patronal

tivo español y la Comisión Europea “son una muestra más de la falta de compromiso hacia la actividad industrial, el único motor de la recuperación y que hoy está garantizando empleo estable y de calidad”, señala ASCER. “Las duras

exigencias hacia la descarbonización y el endurecimiento de las medidas de comercio de emisiones acentúan la merma de la competitividad industrial en el corto plazo y frenan la llegada de fondos extranjeros y de inversión”,



CARGA Y DESCARGA DE GRANEL Y MERCANCÍA GENERAL
ESPECIALISTAS EN SECTOR CERÁMICO



www.tmg.com.es
Muelle Serrano Lloberas, s/n. - local 1 - Edificio Usuarios - Puerto de Castellón
Tel.: 964 73 70 49 - Fax: 964 28 85 33 - 12100 Castellón
tmg@tmg.com.es





A LA BÚSQUEDA DE NUEVO TALENTO

LOLI DOLZ

Uno de los asuntos que más preocupan al sector cerámico es la falta de profesionales formados para trabajar en la industria. Como se indica en el “Análisis y retos del sector de azulejos

y pavimentos cerámicos en España”, es precisamente esta circunstancia uno de los retos a resolver. El sector tiene que fomentar la formación del personal actual (y futuro) en las nuevas tecnologías que se apliquen en el proceso de producción y de comercialización.

En términos generales, el nivel de formación del personal de la industria “es elevado, pero es necesario capacitar a los empleados en el ámbito de las nuevas tecnologías para afrontar con garantías retos como la digitalización o la implantación de la industria 4.0”.

RETO 5

Las empresas se encuentran con problemas a la hora de contratar profesionales capacitados para funciones específicas, con especial mención a las que requieren una tecnificación o el uso de las nuevas tecnologías

Según asevera el estudio, una de las áreas en las que se requiere de un mayor impulso formativo es en el de la comercialización sobre todo en estos momentos en que la tendencia del mercado (acentuada por la COVID-19) se está dirigiendo hacia el marketing y la comercialización digital. “Por último, también sería deseable adecuar la formación profesional a las necesidades actuales, potenciar los idiomas y fomentar la formación in-company”, añade la investigación.

NUEVO TALENTO

Además, el sector debe atraer a nuevo talento a la industria y retener el existente. “Actualmente, las empresas se encuentran con problemas a la hora de contratar profesionales capacitados para funciones específicas, con especial mención a las que requieren una tecnificación o el uso de las nuevas tecnologías. Por ello, es necesario dar a conocer el atractivo y las ventajas de traba-



El sector debe atraer a nuevo talento a la industria y retener el existente.

jar en un sector industrial como el de azulejos y pavimentos cerámicos. Así, se podrá conseguir que las nuevas generaciones, preparadas para trabajar con nuevas tecnologías y con una mayor concienciación en temas como la sostenibilidad y el medio ambiente, vean en la industria cerámica, una buena oportunidad laboral para desarrollar su carrera”, subraya el estudio de PwC y ASCER.

LA CALIDAD LLEGA CON LA COLOCACIÓN

Por otro lado, no se puede olvidar que la percepción de calidad de los productos cerámicos no se alcanza hasta su colocación. Por ello, los colocadores son un eslabón fundamental. “Actualmente, la falta de colocadores de cerámica ha provocado que el coste de colocación encarezca el producto final, con la consiguiente pérdida de competitividad en relación a produc-

tos sustitutivos más económicos”, se lamenta la patronal ASCER. Por ello, urge fomentar la formación de nuevos colocadores con objeto de cubrir una mayor demanda potencial de forma satisfactoria y disminuir el coste al usuario final. “Con ello, se incentivará la elección de la cerámica y se potenciará su posicionamiento para ser seleccionada para nuevos usos”, asevera el “Análisis y retos del sector de azulejos y pavimentos cerámicos en España”.

Es necesario dar a conocer el atractivo y las ventajas de trabajar en un sector industrial como el de azulejos y pavimentos cerámicos para atraer talento.



OXÍGENO PARA LA INDIA

NECESITAMOS TU APOYO PARA CONSEGUIR UN GENERADOR DE OXÍGENO.

Esta pandemia no termina hasta que todo el mundo esté a salvo.

DONA

fundacionvicenteferrer.org
900 111 300

VicenteFerrer
Transforma la sociedad en humanidad
#SOSCovidIndia



RETO 6

NUEVAS TENDENCIAS DE CONSUMO: EL E-COMMERCE Y EL DIY

LOLI DOLZ

Las tendencias de consumo cambian y se adaptan, así funciona el mercado, y el e-commerce se ha confirmado como una tendencia de presente y futuro. En los últimos años, los clientes y consumidores se han acostumbrado a disponer del producto final en un espacio de tiempo muy reducido, siendo un reto para el sector

adaptarse a esta nueva tendencia de la sociedad.

“En el sector cerámico, las novedades de productos, así como los cambios de tendencia en el consumo tardan meses en llegar al punto de venta. Además, al ser un sector muy exportador con la producción en España, hace que el tiempo en el que llega el producto al usuario final aumente aún más”, reconoce ASCER en su “Análisis

El cliente quiere realizar la colocación él mismo, dentro de la tendencia actual de “do it yourself”, pero eso no es posible debido a la naturaleza del producto y los sistemas de colocación disponibles

y retos del sector de azulejos y pavimentos cerámicos en España".

Para resolver este gap temporal, la patronal propone la utilización de la industria 4.0, la digitalización y el marketing digital, "que permiten adelantarse a estos cambios de tendencia y adaptar la producción". También, se podría potenciar la multi-localización y fomentar la creación de centros productivos en los países con mayor demanda para reducir el tiempo que tarda el producto en llegar a su destino.

EL E-COMMERCE ES IMPARABLE

No obstante, para conocer mejor cómo está la situación, el Observatorio de Mercado de ITC/AICE presentó hace unas semanas un estudio sobre el estado de la venta online en España, abarcando, tanto la caracterización de los principales players del mercado, como el análisis del proceso de compra

a través de las principales vías de e-commerce de cerámica de España.

En el estudio se destaca, por ejemplo, que el futuro de la venta cerámica será "omnicanal", es decir, se van a trabajar todos los posibles canales de venta optimizándolos al máximo. También se reconoce que el sector del e-commerce avanza poco a poco, pero de manera imparable. En general, y según el estudio, la situación actual muestra crecimientos muy importantes en el e-commerce cerámico, tanto en España como en otros países, siguiendo la tendencia ya detectada hasta 2020, pero impulsada definitivamente por la crisis de la COVID-19 y la cada vez mayor normalización de la compra online por parte de los consumidores.

El estudio también ha detectado que existe una oportunidad de crecimiento importante en este sentido:

"Los distribuidores de cerámica apuntan hacia crecimientos importantes ya que detectan que las búsquedas online se incrementan y el tráfico a los e-commerce es hasta un 236% mayor que hace un año".

Entre los players de la venta online, ni los market places ni los fabricantes juegan un papel importante en la actualidad, no obstante, no parece que vaya a ser así en un futuro. "De esta manera, el 38% de los fabricantes están estableciendo planes de futuro, para aterrizar en la venta B2C", revela el Observatorio de Mercado de ITC/AICE.

AYUDAR A LOS CLIENTES

El informe también aconseja que las webs de e-commerce deberían mejorar las opciones de filtrado para ayudar a clientes finales y reformistas a encontrar los productos de una

Los distribuidores de cerámica apuntan hacia crecimientos importantes ya que detectan que las búsquedas online se incrementan. ↴



↶ El embalaje o packaging del producto cerámico debería mejorarse en todos los casos, realizándose a ser posible de manera sostenible, evitando el exceso del uso de plástico.

Los distribuidores de cerámica apuntan hacia crecimientos importantes ya que detectan que las búsquedas online se incrementan y el tráfico a los e-commerce es hasta un 236% mayor que hace un año

manera eficiente, además de flexibilizar las opciones de pago, así como la financiación, algo importante sobre todo para reformistas. Y hace hincapié en que existen pocos servicios en las webs, como asistentes o planificadores virtuales que permitan ayudar al usuario en el proceso de compra.

Por otra parte, destacan, el servicio de muestras es fundamental para generar una buena experiencia para el consumidor final y debería estar disponible en todos los e-commerce, aunque en la actualidad solo el 44% de

los comercios electrónicos disponen del mismo.

Asimismo, se señala que durante el proceso de compra en muchos casos se desconoce el rastreo o tracking de los productos, no existiendo en varias ocasiones correos de confirmación del estado de la mercancía. También, afirman, "el embalaje o packaging del producto debería mejorarse en todos los casos, realizándose a ser posible de manera sostenible, evitando el exceso del uso de plástico. La experiencia de compra del unboxing o desempaqueado de un producto por parte de la persona usuaria ante una pantalla de ordenador, normalmente un youtuber o influencer que abre el paquete y va mostrando la compra ante seguidores o público en general, queda lejos de ser una experiencia motivacional. Pretende generar experiencias memorables".

En general, concluye el Observatorio, el posicionamiento transmitido por las webs está "poco trabajado y sería interesante elegir correctamente las variables de diferenciación", además, según el informe, "se realiza poco marketing digital, se atiende muy poco al posicionamiento estratégico en las redes, se realiza en muchos casos de forma interna, sin contar con empresas especializadas". Y este posicionamiento es, como describe el estudio, cada vez más esencial de cara al futuro de la venta online cerámica.

DO IT YOURSELF

Otra tendencia actual a la que se debe atender desde el clúster es que los sistemas actuales de colocación suponen una dedicación de tiempo importante y que se lleve a cabo por personal muy especializado y esto rompe con la tendencia actual de "do it yourself". El cliente quiere realizar la colocación él mismo, pero eso no es posible debido a la naturaleza del producto y los sistemas de colocación disponibles.

"Estos factores contribuyen a que se produzca un efecto sustitución de la cerámica por otros productos de menor coste y tiempo de colocación, como por ejemplo el vinilo - subrayan desde ASCER - el reto al que se enfrenta el sector es el de innovar en nuevos sistemas de colocación que requieran menos tiempo y simplifiquen el proceso".

SECTOR LOGÍSTICO, UN ALIADO IMPRESINDIBLE

RAÚL TÁRREGA

La relación entre el clúster cerámico español y el sector logístico es el paradigma de la alianza entre dos industrias para poder salir a competir en los mercados exteriores. En una actividad económica tan eminentemente exportadora como lo es la azulejera, contar con una cadena logística bien engrasada y tensionada es fundamental.

La mayor parte de la actividad cerámica española se concentra en la Comunitat Valenciana, concretamente en la provincia de Castellón, una ubicación estratégica tanto para la recepción de materias primas como para la exportación de los productos ya elaborados. En los últimos años, y a pesar de las sucesivas crisis por las que han atravesado las empresas azulejeras, el sector ha sabido reinventarse. Su rol tractor de la economía y el empleo que genera -tanto en sus procesos de producción como en la distribución y venta- lo convierten en una pata indispensable para las economías valenciana y española.

La relación simbiótica entre el sector logístico y el azulejero asegura

buena parte del éxito del segundo en los mercados en los mercados exteriores. Y el hecho de que una gran parte tenga sus factorías en la provincia de Castellón juega a su favor. Contar con un puerto como el de Castellón para la recepción de materias primas hace que los costes logísticos de esa primera parte del proceso productivo sean menores.

Por otro lado, disponer de una amplia oferta de empresas de transporte por carretera asegura una buena unión entre los centros de producción y las plataformas exportadoras, en este caso, el puerto de Valencia, que además oferta una gran conectividad con más de 1.000 destinos de todo el mundo.

Y en toda esta cadena, no hay que olvidar el papel que juegan las empresas transitarias, que son las que permiten en muchas ocasiones poner en contacto a exportadoras españolas y clientes internacionales, además de proporcionar al sector azulejero la experiencia necesaria para poder afianzar su presencia en mercados exteriores.

EL DATO

80%

Alrededor del 80% de la producción española de productos azulejeros se destina a satisfacer la demanda internacional

.....
Puertos, empresas de transporte de mercancías por carretera y transitarios conforman una cadena logística de primer nivel para asegurar el éxito en los mercados exteriores de la industria azulejera española

La industria cerámica y el sector logístico llevan décadas de alianza con un objetivo claro: mantener la competitividad en todo el mundo.

LA LOGÍSTICA DEL SECTOR CERÁMICO, PASO A PASO

Desde que la materia prima llega al puerto de desembarque hasta que el producto elaborado es embarcado de nuevo, hay detrás todo un proceso logístico en el que intervienen navieras, terminales portuarias, empresas de transporte por carretera, operadores logísticos y transitarios.

La coordinación de todos estos eslabones es fundamental.



PASO 1

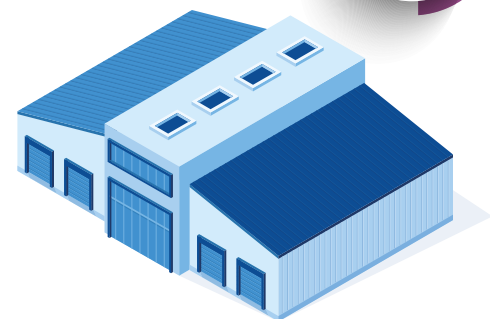
Las materias primas llegan al puerto, donde son descargadas por empresas estibadoras especializadas en este tipo de tráficos y tratadas para su posterior traslado a la fábrica

PASO 2

Cada día, cientos de camiones trasladan las materias primas desde el puerto a las fábricas. La cercanía del enclave con las zonas industriales es un elemento fundamental a la hora de reducir costes y hacer más eficiente el proceso de producción.



PASO 3



Las materias primas llegan a la fábrica, donde son procesadas y transformadas en productos ya acabados, listos para su exportación. Alrededor del 80% de la producción española es dedicada a satisfacer la demanda de los mercados exteriores.

PASO 4



Una vez se ha consolidado la carga en el contenedor, éste es transportado desde la fábrica hasta el puerto desde donde se exportará a su destino final.

PASO 5

Contar con un puerto con una alta conectividad es fundamental para poder llegar a los mercados exteriores con los que trabajan las empresas cerámicas y azulejeras.



Bufete Carrasco
ABOGADOS

ESPECIALISTAS EN DERECHO MARÍTIMO, TRANSPORTE TERRESTRE Y COMPRAVENTA NACIONAL E INTERNACIONAL DE PRODUCTOS

ASESORAMOS Y DEFENDEMOS LOS INTERESES DE NUESTROS CLIENTES, TANTO JUDICIAL COMO EXTRAJUDICIALMENTE

- * Materias relacionadas con el Medio Ambiente (Civil/Penal/Administrativo)
- * Responsabilidad por contaminación (Civil/ Penal/Administrativa)
- * Tramitación y defensa solicitudes de concesiones y autorizaciones portuarias
- * Contratos (Transporte, Compraventa nacional e internacional, servicios, etc.)
- * Responsabilidad de Transitarios, Consignatarios, Transportistas, Estibadores, etc.
- * Reclamaciones a las aseguradoras
- * Reclamaciones por negligencias y/o responsabilidad de las Administraciones Públicas

Avda. Ferrandis Salvador 5, Entlo. -12100 Grao de Castellón (Castellón)
Tel./Fax 964067212-Movil 696373916 · e-mail: info@bufetecarrasco.net

www.bufetecarrasco.net

PUERTOS: DONDE TODO EMPIEZA Y ACABA



RAÚL TÁRREGA

La industria cerámica radicada en Castellón cuenta con dos puertos de primera magnitud para asegurar su eficiencia y, por tanto, su mayor competitividad en los mercados exteriores. Cada uno de los enclaves está especializado en dos aspectos diferentes, lo que conforma una oferta marítima de primer orden. Mientras que PortCastelló se vuelca en la recepción y tratamiento de materias primas, Valenciaport, gracias a su alta conectividad, permite a las empresas azulejeras llegar a prácticamente cualquier parte del mundo. A pesar de la crisis provocada por la pandemia sanitaria, ambos han sabido adaptarse a la situación, sin perder de vista los grandes retos ambientales a los que deben hacer frente. Analizamos las fortalezas de cada uno de ellos.



La especialización de los puertos de Castellón y Valencia en diferentes tráficos es esencial para dar respuesta a las necesidades de la industria azulejera.

PORTCASTELLÓ, ESPECIALIZACIÓN EN MATERIAS PRIMAS

Más de un tercio de todas las mercancías que se mueven en el puerto de Castellón provienen del clúster cerámico. En un contexto globalizado, contar con un socio vital como el puerto redunda en una mayor competitividad para esta industria. Gracias a esta alianza, en los últimos años los tráficos relacionados con este sector económico han mantenido su fortaleza y, tras los peores meses de la pandemia sanitaria provocada por la COVID-19, parece que vuelve a retomar el pulso. Para el clúster cerámico, el puerto de Castellón es un socio fundamental, pero no únicamente como puerta de entrada para graneles y materias primas, sino que juega un papel relevante en la definición de las estrategias comerciales del propio sector; de hecho, y tal y como aseguran las empresas, el puerto tiene una clara orientación en la satisfacción de las necesidades de sus clientes. Una rápida mirada por las instalaciones portuarias ayuda a comprender esta alianza. Hoy por hoy, el puerto cuenta con tres muelles dedicados al tráfico de graneles sólidos (el muelle Transversal Exterior, el muelle de la Cerámica y el muelle de Costa Sur), sumando un total de 1.257 metros de línea de atraque.

VALENCIAPORT, CONECTIVIDAD PARA EL SECTOR AZULEJERO

La condición de Valenciaport como puerto hub lo convierte en una importante herramienta para la salida al exterior del sector azulejero. La dársena valenciana se afianza como el enclave español con mejor conectividad en el primer trimestre del año según el Port Liner Shipping Connectivity Index (LSCI) que elabora la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Y es que el puerto valenciano mantiene relaciones comerciales con casi 1.000 puertos de 168 países diferentes. Valenciaport opera con 98 líneas regulares gestionadas por 35 compañías navieras diferentes. Pero esa conectividad no se circunscribe únicamente a la marítima, sino que se extiende a la ferroviaria. Gracias a su ubicación, Valenciaport llega a prácticamente cualquier punto de la Península Ibérica a través del Corredor Mediterráneo, el Corredor Cantábrico-Mediterráneo y el Corredor Central, que le permite conectar con Madrid y Portugal. En total, más de 80 trenes semanales para un total de 4.000 convoyes anuales.

IMPOSIBLE DESLIGARSE DE LA COYUNTURA INTERNACIONAL



RAÚL TÁRREGA

Como buen sector exportador que es, la industria cerámica no ha podido salvar la complicada coyuntura internacional que ha vivido el comercio marítimo en particular y la economía mundial en general.

Sin embargo, las empresas del sector, gracias a sus aliados logísticos, han sabido adaptarse a la crisis del pasado año, una crisis que todavía perdura, aunque, tal y como reconoce Luis Rosa, presidente de ATEIA-OLTRA Valencia, ya se percibe cierta "recuperación".

El azulejo es una mercancía con la que trabajan un buen número de empresas transitaras. A pesar de la previsión de muchas de ellas, no pudo evitarse cierto desbalance entre la demanda inicial y la oferta. De hecho, buena parte de los mercados en los

que está presente en azulejo español no salieron bien parados. Sin embargo, cuando se cierra una puerta normalmente se suele abrir otra: mientras regiones y países como Asia, Sudamérica, Reino Unido o Estados Unidos echaron el cerrojo, Oceanía, Argelia o Israel se mostraron muy receptoras. "Las empresas azulejeras de Castellón son previsoras y saben adaptarse rápidamente. Históricamente siempre ha sido así. De hecho, ahora mismo somos testigos de la buena marcha que llevan, lo que significa recuperación", puntualiza el presidente de los transitarios valencianos.

La visión de la Asociación de Consignatarios y Empresas Portuarias de Castellón (ACEP) es bastante similar, aunque presenta sus matices. Dada la especificidad del puerto de Castellón, las empresas logísticas de la provincia no han notado en demasía esta crisis, tal y como reconocen fuentes de la patronal. "En general, por lo que respecta a la importación de materias primas para la fabricación de productos cerámicos, no ha habido una gran afectación". Sin embargo, en cuanto a la exportación de productos finalizados, "ha ido variando según ha ido evolucionando la pandemia y, sobre todo, según las medidas que ha ido tomando cada país". A pesar de todo, la patronal castellanense se muestra partidaria de seguir buscando nuevos mercados con los que diversificar sus líneas de negocio.



Las empresas azulejeras de Castellón son previsoras y saben adaptarse rápidamente. De hecho, ahora mismo somos testigos de la buena marcha que llevan, lo que significa recuperación

*Luis Rosa
ATEIA-OLTRA Valencia*



Los graves problemas de falta de equipos, sumado a unos ingentes niveles de coste de flete, han provocado serias incidencias en la prestación de servicios a los que tenemos acostumbrados a nuestros clientes, así como una tremenda inflación en el precio final de las materias primas

*Francisco Calomarde
AIMPR*



ACEP: "En general, por lo que respecta a la importación de materias primas para la fabricación de productos cerámicos, no ha habido una gran afectación"



CONCENTRACIÓN DE ESCALAS, FLETES AL ALZA

Y una vez pasado el primer golpe, llegó el segundo. Una mayor concentración de escalas, menos periodicidad en los servicios, una reducción de la oferta de carga por parte de las navieras, la acuciante falta de contenedores para mantener el ritmo de las exportaciones y unos fletes por las nubes crearon la tormenta perfecta. Según Luis Rosa, “esta nueva estrategia de las navieras no ha ayudado al sector azulejero”, que se suma a lo gravoso de esos elevados fletes sobre el precio final en terceros países.

Francisco Calomarde, presidente de la Asociación Nacional de Importadores de Materias Primas para Uso Cerámico (AIMPR), no recuerda ninguna situación como esta a nivel logístico. “Los graves problemas de falta de equipos, sumado a unos ingentes niveles de coste de flete, han provocado serias incidencias en la prestación de servicios a los que tenemos acostumbrados a nuestros clientes, así como una tremenda inflación en el precio final de las materias primas”, provocando en ocasiones “situaciones de desabastecimiento de algunos productos”.

En ese sentido, Calomarde habla de aumentos en los fletes que ha llegado a un 400% respecto al valor que tenían en 2020. “Se da la paradoja de que, en algunos productos, el valor del flete ha superado al propio coste de la materia prima”, lamenta.

Con todo, cree que esta situación “no puede perdurar”, porque ello afecta a la competitividad de los importadores y, por extensión, al sector en general.

SOLUCIONES: CONECTIVIDAD Y DIGITALIZACIÓN

Para poder paliar en parte esta situación, la ACEP cree necesarios dos pasos. El primero y principal, poder contar con nuevas líneas de contenedores que aumenten la

conectividad de la dársena castellanense. El otro gran foco de actuación estaría en la digitalización de procesos. Para las empresas de Castellón, “es importante una mayor oferta telemática para que la información fluya mucho más rápida y en la misma dirección”.

Los transitarios valencianos van un poco más allá. En primer lugar, demandan mayores conexiones ferroviarias, más teniendo en cuenta que Europa es uno de los grandes mercados del sector azulejero y que la mayoría de esas exportaciones se realiza por camión. Por otro lado, Luis Rosa advierte que no contar con la nueva Terminal Norte de contenedores del puerto de Valencia puede llevar a situaciones de congestión estructural que hagan menos atractiva la dársena valenciana para las exportaciones y, consecuentemente, aumenten los costes finales del producto azulejero al tener que buscar alternativas de transporte.



Los transitarios valencianos demandan mayores conexiones ferroviarias, más teniendo en cuenta que Europa es uno de los grandes mercados del sector azulejero y que la mayoría de esas exportaciones se realiza por camión



TRANSPORTE: EN BUSCA DE UNA MAYOR AGILIDAD Y EFICIENCIA

RAÚL TÁRREGA

La actividad de las empresas de transporte se encuentra condicionada directamente por el nivel de actividad de los cargadores y clientes a los que presta servicio.

“Pasado el primer periodo de desconcierto producido por el impacto de la pandemia, nuestra impresión es que la actividad de

exportación de material cerámico en contenedores a través del puerto de Valencia durante el año 2020 se ha mantenido a buen nivel”, asegura Carlos García, secretario general de la Federación Valenciana de Empresarios del Transporte y la Logística (FVET). En ese sentido, las empresas de transporte no han tenido que tomar medidas específicas para hacer frente a esta situación.



Las empresas de transporte piden una mayor agilidad a la industria azulejera para reducir la espera en la carga de contenedores



El factor tiempo resulta decisivo para que el servicio de transporte pueda tener una cierta rentabilidad y para que se cumplan aspectos tan importantes como las obligaciones en cuanto a los tiempos de conducción y descanso de los conductores

Carlos García
FVET

Víctor González, presidente de la Federación Nacional de Transportistas Portuarios (Fenatport), reconoce que, si bien la “demanda de servicios en este sector se ha ido normalizando”, lo cierto es que la “huella” que ha dejado la crisis inicial “tardará tiempo en borrarse”.

Por el momento, y según las asociaciones de transportistas consultadas, no se espera en el año 2021



Si quieren seguir disfrutando de un transporte barato, deben entender que un camión no puede perder tres o cuatro horas en el proceso de carga de la mercancía en el contenedor

Víctor González
Fenatport

un cambio en los tráficos terrestres asociados al sector cerámico, debido a su “intensidad y consolidación”, asegura García, que además mantiene el compromiso de las empresas en seguir dando servicio a la industria azulejera.

Sin embargo, el sector es consciente de que debe realizar una adaptación a la nueva realidad: “debemos ser capaces de avanzar y

aprender de los errores, aplicando nuevos protocolos que nos permitan ser más eficaces, integrando procesos que eviten los tiempos muertos y sobre todo adaptando los costes y los beneficios del proceso de una manera equilibrada”, advierte el presidente de los transportistas autónomos.

ESCASEZ DE CONTENEDORES

La problemática de la escasez de contenedores golpea a la industria cerámica, y consecuentemente al transporte vinculado directamente con ella. En ese sentido, esa falta de equipo hace que en muchos casos los operadores lancen ordenes “de manera indiscriminada” para tratar de conseguir el vacío, “pero esto provoca colas innecesarias” no sólo en los puertos, sino también en algunas fábricas, tal y como indica Víctor González. En este punto coinciden tanto empresas como transportistas autónomos.

Carlos García habla de “atención ágil y rápida” y pide a la industria acabar con las “interminables esperas que se producen con demasiada frecuencia en algunas instalaciones cerámicas, y respetar los turnos y las horas de carga”. Y es que “el factor tiempo resulta decisivo para que el servicio de transporte pueda tener una cierta rentabilidad y para que se cumplan aspectos tan importantes como las obligaciones en cuanto a los tiempos de conducción y descanso de los conductores”.

Por su parte, Fetransa incide en que debe articularse un sistema que garantice que “la carga y el muelle de las fábricas estén preparados a la llegada del camión”. Por ello, pide a las empresas azulejeras que adapten “sus protocolos de carga con la mirada puesta, no solo en sus intereses particulares, sino como parte integrada en el proceso de la operativa del transporte”. En ese sentido, Víctor González es partidario de “laminar las ordenes

de transporte en función de la capacidad real de carga” como punto de partida a la hora de gestionar la llegada de camiones a las fábricas. “Si quieren seguir disfrutando de un transporte barato, deben entender que un camión no puede perder tres o cuatro horas en el proceso de carga de la mercancía en el contenedor”, advierte.

En estos momentos, nos encontramos en un escenario en el que en muchas ocasiones la demanda de transporte supera la oferta, lo que obliga a priorizar unos servicios frente a otros, sobre todo teniendo en cuenta que no se pueden asumir horas de trabajo improductivo, ya que “no es posible destinar un camión durante toda una jornada para un servicio que no cubre los costes”, recuerdan las asociaciones consultadas.



taller de IDEAS y COMUNICACIÓN

SU AGENCIA DE COMUNICACIÓN

Especialistas en el sector logístico
y... en su empresa

MERCHANDISING ARTES & GRÁFICAS
IMAGEN DECORACIÓN DE OFICINAS
STANDS de Feria Organización de Eventos

963 301 832 _ tallerdeideas.org _ pedidos@grupodiario.com

GRUPO = + +

OPTIMISMO EN VENA

RAÚL TÁRREGA

Las ferias internacionales han sido siempre la piedra de toque de la industria cerámica para afianzar su presencia en los mercados exteriores. En la actualidad, hay tres grandes citas que marcan la agenda internacional de las empresas azulejeras: Cevisama, Coverings y Cersaie.



Las campañas de vacunación y las medidas de higiene marcadas por los comités organizadores muestran el camino hacia certámenes seguros.

Aunque la primera sí pudo celebrarse el pasado año, las otras dos quedaron suspendidas por la COVID-19. El proceso de vacunación y la evolución de la pandemia ha supuesto una inyección de optimismo para la industria.

Ninguno de los más de 21.000 profesionales que participó en la edición de 2020 de Cevisama podía imaginarse lo que sucedería pocas semanas después. La expansión de la pandemia a nivel mundial y las medidas de confinamiento impuestas por los gobiernos daban al traste con todas las citas feriales del año. Los comités organizadores cruzaban los dedos y tras las cancelaciones y aplazamientos, esperaban a que el coronavirus remitiera para poder marcar de nuevo esos días en el calendario.



Cevisama y Coverings han apostado por salvar sus ediciones de 2021 en formato digital, mientras que Cersaie decidió posponer su cita a finales del mes de septiembre de este año

Ante la situación sanitaria que se vivía no sólo en España, sino también en Europa, el Comité Organizador de Cevisama decidió suspender su edición de 2021.



Gall. 21-22
Galleria dell'architettura



**Costruire,
Abitare, Pensare**
Building, Dwelling,
Thinking



CERSAIE
Bologna - Italy



Sin embargo, las sucesivas oleadas de la pandemia dejaron el año 2020 en blanco y abrieron la puerta a un 2021 cargado de incertidumbres y pocas cosas claras.

Cevisama movía ficha en septiembre del pasado año y decidía retrasar su edición de 2021 al mes de mayo, con el objetivo de asegurar la presencia de profesionales.

Por un lado, las empresas seguían necesitando de una plataforma comercial y promocional como Cevisama. Por otro, la situación sanitaria desaconsejaba celebrar una cita de estas características en pleno mes de febrero. Este movimiento se convertía en el primer golpe que recibiría el sector ferial para 2021, un año que ni siquiera había echado a andar. Pasaron tres meses, y ante la crítica situación sanitaria que se vivía no sólo en España, sino también en Europa, el Comité Organizador del evento decidía suspender la edición de 2021 y programar la siguiente cita para entre los días 7 y 11 de febrero de 2022.

Cersaie, en pleno mes de marzo del pasado año, decidía mantener las fechas para septiembre. En aquel momento, poco se sabía de la evolu-

ción de la pandemia, aunque el Comité Organizador del certamen esperaba que, tras el verano, la situación se fuera normalizando. Sin embargo, en mayo, decidía retrasar a noviembre la cita para 2020, argumentando que, por un lado, la situación sanitaria así lo aconsejaba y, por otro, las nuevas obras en un nuevo pabellón no estarían finalizadas hasta el penúltimo mes del año. Sea como fuere, en junio, los responsables de la feria decidían no esperar más y aplazaban a septiembre de 2021 la nueva edición del certamen.

El caso de Coverings es similar al de Cevisama. El pasado año celebró en el mes de noviembre un evento on-line bajo el título de "Coverings Connected", donde reunió a un gran número de profesionales en formato digital, manteniendo su papel como la feria más importante del sector en toda América del Norte, y sirviendo de antesala a los encuentros presenciales que tendrán lugar entre el 7 y el 9 de julio, cuando el certamen vuelva a convocar en Florida a todo el sector.

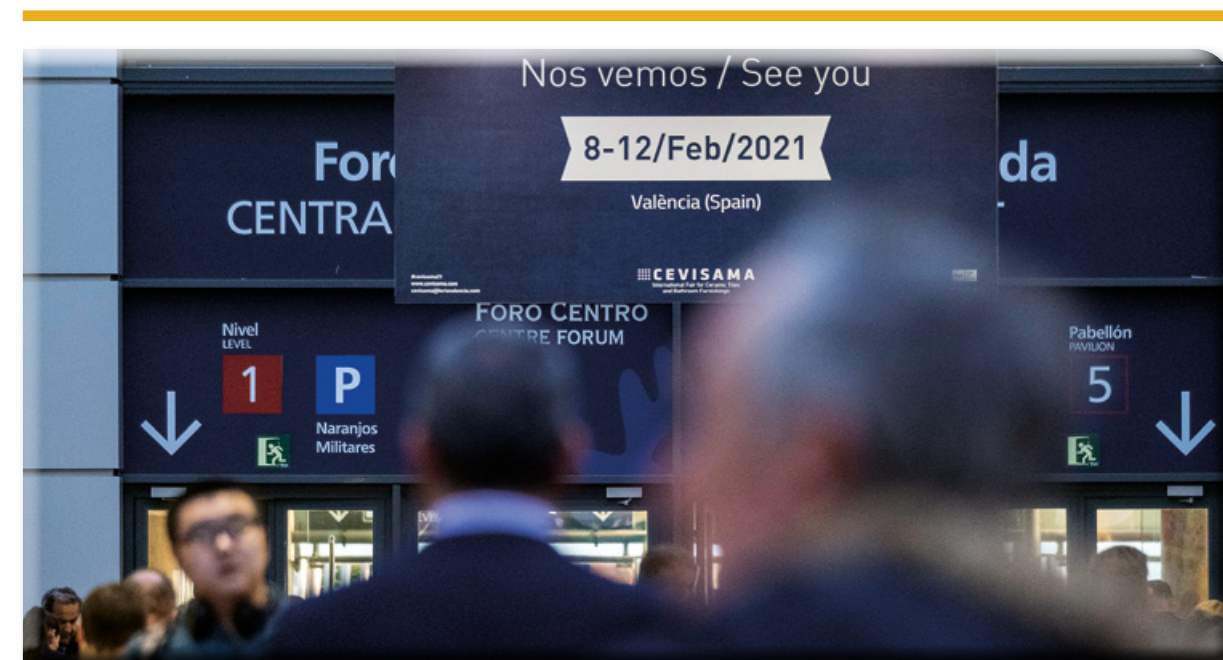
¿Y qué hacer a partir de ahora? Los tres certámenes han optado por mantener activos sus eventos, aunque con formatos totalmente diferentes.



Las ferias representan una herramienta fundamental y estratégica para apoyar la exportación de productos cerámicos y mostrar el rol que juegan los operadores logísticos especializados en las cadenas de suministro



La feria espera poder reunir a un buen número de profesionales del sector cerámico y azulejero mundial el próximo mes de julio.



CEVISAMA: CUENTA ATRÁS HACIA 2022



La celebración de las conferencias sectoriales de modo digital ha permitido a Cevisama permanecer activa hasta su próxima edición presencial de 2022.

Cevisama ha apostado este año por el formato digital a la espera del 7 de febrero de 2022, momento en el que, si la evolución de la pandemia sanitaria lo permite, el certamen volverá a levantar la persiana. Aunque este año no habrá contactos personales ni relacionales comerciales estrechas, lo cierto es que el Comité Organizador ha decidido mantener vivo ese papel de dinamizador de la feria para el clúster cerámico y ha puesto en marcha un ciclo de conferencias bautizado como Cevisama On en el que, en formato digital, destacados representantes sectoriales y profesionales abordarán los principales retos presentes y futuros de los distintos sectores que conforman el clúster cerámico y el sector equipamiento de baño. "De este modo, Cevisama permanece activa en un ejercicio en el que la pandemia ha obligado a posponer la cita de este año. Y lo hace con una iniciativa ajustada a la demanda actual de formación e información y en un formato ágil, dinámico, abierto y gratuito como es el de webinars", aseguran desde la Organización. Este formato combina entrevistas con los principales representantes sectoriales y conferencias más técnicas a cargo de destacados profesionales de la arquitectura, interiorismo y últimas tendencias en equipamiento de baño. Cevisama no ha sido sólo punto de encuentro de la industria cerámica, sino que también ha servido para que el sector logístico pudiera estrechar sus relaciones comerciales con sus clientes y buscar nuevos nichos de mercado. Puertos, operadores logísticos o empresas navieras comparten espacio por unos días con el objetivo de seguir siendo aliados fundamentales de la industria. Por poner dos ejemplos, el pasado año las autoridades portuarias de Castellón y Valencia congregaron en sus stands a sus respectivas comunidades portuarias a las que también acudieron clientes y cargadores del sector.



La principal feria española dedicada al sector cerámico abre boca hasta su edición presencial de febrero de 2022 con la celebración de encuentros profesionales digitales



CERSAIE: TESTAR EL PULSO EN EUROPA

Podría decirse que el hecho de que Cersaie se celebre en septiembre ha ayudado a mantener la convocatoria presencial del certamen a partir del 27 de septiembre. Eso, sumado a la evolución de la vacunación, hace prever que la feria pueda volver a celebrarse el próximo otoño. O eso al menos piensa el Comité Organizador. El pasado 16 de abril, el primer ministro, Mario Draghi, esbozaba las etapas del programa de reapertura gradual de los sectores económicos italianos, entre los cuales se encontraba el reinicio de las ferias internacionales. Y la respuesta ha sido más positiva de lo esperado. Hasta el momento, más del 90% del espacio expositivo está ya ocupado, una cifra que confirma el valor internacional del evento, ya que el 40% de los expositores provienen del exterior. "Volver a organizar un evento de la envergadura de Cersaie y hacer que nuestros clientes internacionales vuelvan a vivir la experiencia directa y físicamente es de vital importancia para un sector que exporta el 85% de su facturación", tal y como asegura Giovanni Savorani, presidente de Confindustria Ceramica. Los cambios en los hábitos de consumo como consecuencia de los confinamientos han relanzado una industria que

espera dar el salto definitivo de la mano de Cersaie. "Con el anuncio por parte del Gobierno de la fecha para la reanudación de los actos presentes -tal y como afirma Gianpiero Calzolari, presidente de Bologna Fiere-, podemos mirar al futuro con más optimismo y, sobre todo, reiniciar ese sistema virtuoso al servicio de las empresas y exportaciones que son nuestros principales eventos comerciales internacionales". Ahora se pone en marcha la máquina organizadora para planificar mejor el desarrollo de los eventos programados. "La seguridad es nuestra prioridad. Nuestro objetivo es ofrecer un contexto en el que expositores y operadores puedan concentrarse en los negocios y desarrollar nuevas relaciones comerciales con total tranquilidad", concluye Calzolari. En esta edición, Cersaie no anda el camino sola. El ministerio de Asuntos Exteriores y el ICE (Agencia para la promoción en el extranjero y la internacionalización de las empresas italianas) han firmado un acuerdo con el certamen por un valor total de 1,2 millones de euros para respaldar las iniciativas de la feria, con el objetivo de impulsar el evento, que se ha convertido en la primera feria internacional italiana en abrir sus puertas.



Cersaie encara una nueva edición de carácter presencial tras haberse suspendido la de 2020. La seguridad se ha convertido en un objetivo prioritario para la organización del evento.



COVERINGS: PRIMERA PRUEBA DE FUEGO

La nueva edición de Coverings tendrá lugar entre el 7 y el 9 de julio de este año, convirtiéndose en la primera gran cita ferial del sector cerámico a nivel internacional. Y por su carácter pionero, va a suponer una gran prueba de fuego no sólo para el desarrollo internacional de las empresas que participen, sino para ver cómo puede desarrollarse una feria internacional de este calado en tiempos de pandemia. El pasado mes de noviembre, el Comité Organizador de Coverings hacía públicas las fechas de celebración de la edición de 2021, tras recuperarse del mazazo de la suspensión de un evento que tenía prevista su celebración en abril del pasado año. La velocidad de vacunación en Estados Unidos permite afrontar con ciertas garantías la cita, aunque ya se ha anunciado que se van a tomar todas las medidas de higiene necesarias para poder garantizar la seguridad de los asistentes. Originalmente, se pensó en celebrar la edición de 2021 en abril, aunque este retraso al mes de julio garantiza un ambiente más tranquilo para los profesionales. En principio, Coverings regresa a lo grande y sin renunciar a ninguna de sus señas de identidad: pabellones internacionales, exhibiciones de productos de todo el mundo, demostraciones en directo y conferencias profesionales en las que mostrar las últimas tendencias del mercado. Rick Church, director ejecutivo de la Asociación de Distribuidores de Azulejos de Cerámica (CTDA), una de las grandes asociaciones que participa en Coverings, ha pulsado al sector y su conclusión es unánime: "Nuestros miembros están ansiosos por ver los increíbles productos del evento, conectarse con proveedores nacionales e internacionales y descubrir tendencias, técnicas y consejos innovadores que pueden utilizar para hacer crecer sus negocios". Este año, Coverings ha decidido adaptarse a la nueva situación internacional organizando su oferta de conferencias en tres grandes temáticas: nuevas tendencias de instalación y fabricación, materiales alternativos y nuevos métodos organizativos laborales y de formación con los que lograr una mayor eficiencia en todos los procesos productivos.



Como consecuencia de la pandemia a nivel mundial, la edición prevista para abril de 2020 de Coverings tuvo que suspenderse.



Por el momento, los comités organizadores de las grandes citas feriales del sector cerámico no han hecho mención expresa a la utilización del Pasaporte COVID.

PASAPORTE COVID: ¿UNA NUEVA ESPERANZA?

Confianza. Esa es la clave para que los profesionales que acuden a las citas feriales puedan desarrollar su labor de manera segura. Aunque todos los certámenes que se desarrollarán después del verano ya trabajan para desarrollar entornos seguros, lo cierto es que hace falta un plus para acabar de convencer a los más escépticos más allá de la distancia de seguridad, las mascarillas, el hidrogel o la purificación del ambiente. Es en este escenario donde el sector ferial comienza a volver la vista hacia el "Pasaporte COVID", que, si bien es acogido con entusiasmo por sectores como el turismo, lo cierto es que ha

levantado cierta polémica por lo que supone de segregación.

Sea como fuere, este certificado está ahora mismo en pleno desarrollo con el objetivo de facilitar el tránsito de personas dentro de las fronteras de la Unión Europea, y su exportación ya es un hecho a otros países europeos o incluso Estados Unidos. En esencia, el pasaporte es un código QR que permitirá acreditar que una persona ha sido vacunada contra la COVID-19, se ha sometido a una prueba diagnóstica -con resultados negativos- o ya ha pasado la enfermedad.

Por el momento, ni Cevisama ni Cersaie han hecho mención expresa a la utilización del Pasaporte COVID.

CERAMICS CHINA: ASIA VUELVE A ENTRAR EN JUEGO

Entre el 26 y el 29 de mayo de 2020, el complejo ferial de Pazhou iba a acoger una nueva edición de Ceramics China, la cita asiática más importante del sector cerámico y azulejero. La irrupción de la COVID lo hizo imposible. El Comité Organizador puso en marcha entonces un nuevo formato que pudiera combinar el formato presencial con el digital en el mes de noviembre. Sin embargo, y a pesar de que la pandemia en China estaba bajo control, se prefirió optar finalmente únicamente por el segundo, dejando la cita presencial para 2022.

A día de hoy, y si nada lo impide, Ceramics China volverá a congregarse al sector cerámico y azulejero entre el 17 y el 20 de mayo del próximo año, poniendo especial énfasis en empresas exportadoras e importadoras de material y a los fabricantes de todo el mundo.

.....

El Pasaporte COVID puede suponer un aliciente más para los profesionales que todavía no han decidido su estar presentes en las dos ferias europeas por excelencia del sector cerámico

Diario del Puerto

COMUNICACIÓN LOGÍSTICA

· 30 PROFESIONALES ESPECIALIZADOS

· 420 AÑOS DE EXPERIENCIA

Líderes en información logística

www.diariodelpuerto.com

Grupo
Diario
BARCELONA - BILBAO - MADRID - VALENCIA

7/24/365

redaccion@grupodiario.com



PORTCASTELLÓ



Autoridad Portuaria de Castellón



**PortCastelló,
liderando el futuro**

www.portcastello.com