Gustavo Mallol: "El sector debe pensar en el `just in time ´, trabajar sobre pedido" - Mediterráneo - 06/11/2016

Entrevista del domingo

«El sector debe pensar en el 'just in time', trabajar sobre pedido»

Gustavo Mallol Director del Instituto de Tecnología Cerámica (ITC-AICE)

DANIEL NÁGER
dnager@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

El Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) acumula 47 años siendo el gran centro de referencia para la innovación en los materiales cerámicos. Durante este tiempo, no solo ha sido, y es, el pilar sobre el que se ha sustentado el crecimiento de la industria cerámica castellonense, líder mundial por calidad, diseño y prestaciones tecnológicas. También lo es por ser ejemplo mundial por su novedoso sistema de gestión público-privada, citado incluso por prestigiosos autores internacionales, como el economista Michale Porter.

Gustavo Mallol, director del centro, habla sobre los retos del sector a corto y medio plazo, una industria lista para entrar en su fase 4.0. Y también de lo importante que sería para Castellón convertirse en un verdadero Silicon Valley de la innovación química y de materiales. «Para eso solo hace falta tiempo, talento, dinero y convicción». ¿Tiene Castellón todos? Aquí lo desvela.

--El Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) acumula 47 años de trayectoria. ¿Qué ha aportado?

-Sobre todo conocimiento, lo que ha permitido mejorar los procesos de fabricación de materiales cerámicos en todas sus etapas e incrementar la calidad de los productos. Esto aplicado permite a las empresas resolver numerosos problemas cotidianos y optimizar los procesos. Desde el ITC se ha contribuido además a crear estructuras formativas que han permitido dotar al sector de profesionales muy preparados.

--¿Cuáles son las grandes cifras del centro en la actualidad?

-Somos alrededor de 100 personas trabajando. En el 2015, se realizaron 85 proyectos de I+D+i, 12 de ellos con fondos de la UE y 49 financiados directamente por empresas. Ese mismo año se realizaron 12.930 análisis y ensayos, se publicaron 20 artículos científicos, se presentaron 37 ponencias y comunicaciones a congresos y se impartieron 35 cursos de formación a 344 alumnos. La facturación, correspondiente a las 4 actividades que principalmente realizamos (I+D+i, asesoramiento tecnológico, análisis y ensayos y formación) son 4 millones de €.

--¿Han pasado ya los años de la crisis, en los que el personal se reducía y caían los proyectos?

-Las cosas empiezan a funcionar de otra manera. En el 2014 y 2015 se consiguió estabilizar la plantilla y en la segunda parte del 2016 se han realizado nuevas contrataciones, aumentando el personal en un 10%. Esto es fruto del incremento de la actividad, sobre todo en proyectos financiados por la UE, el moderado aumento de los fondos del Ivace para la financiación de proyectos de I+D y la regularidad en los pagos con respecto a los años más duros de la crisis. El trabajo con las empresas, afortunadamente, se sigue manteniendo, aunque pensamos que nos utilizan poco.

--La innovación es clave. ¿Se está haciendo en la actualidad verdadera innovación o la palabra se aplica a cosas que no son tal?

-El sector está continuamente innovando, lo que ocurre es que todas las innovaciones no son disruptivas ni se publican en prensa. Pero la innovación no termina en la propuesta, las empresas las tienen que incorporar a sus procesos de fabricación y esto es lo que en cuesta más.

--¿Produce Castellón la mejor cerámica del mundo?

-No solo la mejor cerámica, sino las mejores fritas, esmaltes, pigmentos, tintas cerámicas y tecnología de decoración digital del mundo. Y no es chauvinismo.

--El sector está muy volcado en los proyectos de procesos y productos, pero tiene muy descuidadas otras facetas, cada vez más claves, como son la comercialización, la distribución, la logística... ¿Es el camino del futuro?

-Sí, sobre todo debemos aprender a comercializar mejor nuestros productos para defender los precios y generar más valor. No sé si es un mal endémico que tenemos como país pero, por poner un ejemplo, nuestros vinos se venden de media 5 veces más baratos que los franceses y 3 veces más baratos que los italianos. Debemos aprender a vender y a vendernos como país.

--Los técnicos cerámicos, a través del Congreso de ATC, han puesto de manifiesto el exceso de modelaje que existe. ¿Es el momento de reducirlo, teniendo en cuenta que las empresas que más están funcionando son las que hacen grandes tiradas y, por tanto, menor rotación de producto tienen en hornos y planta?

-Se ha tendido en los últimos años a la racionalización de los formatos, los modelos y las composiciones. Ya no todo el mundo hace de todo, sino que ha habido cierta especialización, buscando esa reducción de costes que hagan la empresa más competitiva. Pienso que el sector debería pensar en el *just in time*, la fabricación sobre pedido, con la idea de reducir los almacenes; existe tecnología para ello y la industria 4.0 puede ayudar.

--El sector ha vivido tres revoluciones industriales: la monococción porosa, el gres porcelánico, y la inkjet. ¿Está el sector preparado para vivir su cuarta?

-Se nos avecinan dos revoluciones: la industria 4.0 y la fabricación de piezas de grandes formatos. La digitalización de los procesos, la incorporación de sistemas que permitan estar continuamente en contacto con los proveedores y clientes, la fabricación aditiva, son conceptos que están llamando a la puerta. El tratamiento de grandes cantidades de información, lo que se conoce como Big Data, ha revolucionado otros negocios. Estamos convencidos de que la industria cerámica 4.0 es el próximo estadio evolutivo para el sector y en ello estamos trabajando en el ITC para ayudar a que se produzca.

La fabricación de piezas de grandes formatos también es una revolución que, a buen seguro, vamos a vivir en los próximos años y que requerirá de la incorporación de innovación: nuevos métodos de corte, de gestión de los estocs, nuevos mercados..

--La industria cerámica vive un proceso de polarización: empresas que venden producto de alta gama y empresas que compiten con precio. Todos insisten en que el camino a seguir es el de la gama alta, pero las que mejor están funcionando son las que compiten por precio. ¿Esta vía es de corto recorrido?

-Es hora de desterrar el concepto de *low cost*, sobre todo por su contenido peyorativo y poco ajustado a la realidad. En el ITC vemos muchos tipos de producto y sorprende la calidad, tanto técnica como estética, de los productos que fabrican algunas empresas injustamente consideradas líderes en el *low cost*. Tenemos que conseguir que nuestras empresas fabriquen productos que permitan maximizar los beneficios, lo que denominaríamos *higher benefits*, concepto mucho más positivista que el *low cost*. La maximización de beneficios viene tanto por la reducción de costes como por mantener lo más alto posible el precio de venta. De la relación entre estos parámetros dependerá el futuro de la empresa.

--La Generalitat está poniendo en marcha la Agencia Valenciana de la Innovación. ¿Cómo ven este organismo? ¿Será un revulsivo o una nueva traba burocrática?

-Todo lo que sea apoyar la innovación y coordinar el sistema valenciano de innovación para que esta llegue más rápidamente a las empresas, favoreciendo la transferencia de los resultados de las investigaciones no solo es positivo, sino necesario. España está bien posicionada en cuanto a trabajos publicados como resultado de las investigaciones, pero luego es muy difícil que estos resultados se transfieran a las firmas. Es una asignatura pendiente.

--El presidente de UBE, Bruno de Bièvre, llamaba hace pocos días a hacer de Castellón un Silicon Valley de la química y de materiales. ¿Cómo ven el reto? ¿Se podría dar el paso?

-¿Por qué no? Hace falta tiempo, talento, dinero y convicción. Tiempo tenemos poco, porque si no lo hacemos lo harán otros. Talento tenemos y mucho, y estaría bien recuperar el perdido, al que hemos estado formando y luego ha tenido que irse por falta de trabajo. Si se dedican los recursos necesarios para la investigación, este puede ser perfectamente un Silicon Valley como ha comentado el Sr. Bièvre. Los poderes políticos y privados que deciden sobre el uso del capital deberían alinearse en esta dirección. Es también muy importante la convicción, pensar que podemos hacerlo... ¡y hacerlo!

MEDITERRÁNEO

▸▸ Gustavo Mallol 'pilota' el grueso de la I+D+i de la cerámica en Castellón.

> «Hay que desterrar el 'low cost' en sentido peyorativo y apostar por el 'higher benefits'»