

# Xavier Molina: "La cerámica no debe elevar su producción y ha de apostar por la diferencia" - Levante de Castelló - 30/10/2017

## Xavier Molina

**Profesor de organización de empresas de la UJI.** El experto ha participado en el foro de economía valenciana que han organizado la fundación Exe y la Universitat Jaume I, que ha abordado el cambio del modelo productivo en la Comunitat Valenciana.

## «La cerámica no debe elevar su producción y ha de apostar por la diferencia»

► «En la creación del clúster cerámico hubo un factor espontáneo; aquí la gente estaba dispuesta a arriesgar»

J. MESTRE CASTELLÓ

■ Xavier Molina pertenece al grupo Ecomlab, grupo de estudios con profesores de universidades de Valencia y Castelló que analizan la economía valenciana. Molina se ha encargado de hacer un libro sobre las posibilidades de modificar el modelo productivo valenciano a través de políticas relacionadas con clústers industriales.

🗨 **En una reciente conferencia, el catedrático de la Universidad de Zaragoza, Vicente Salas, afirmó que una de las causas del repunte de la cerámica estaba en el hecho de que pertenece a un clúster....**

🗨 El clúster define una unidad de intervención, que a veces no coincide en una industria o un territorio administrativo. En el caso de la cerámica son tres comarcas las que concentran el sector y hay parte de la provincia que no participa. En el

clúster se pone el énfasis en la interrelación de las empresas. Por ejemplo, cuando se negocia un convenio provincial se hace en función a la pertenencia de empresas a un sector, eso no es real porque para un trabajador de maquinaria cerámica su referente son los trabajadores de mantenimiento de fábricas de azulejo y no tienen nada que ver en un taller de maquinaria de otro tipo, y se reivindica que lo relevante es la pertenencia a un clúster.

🗨 **¿Sin la existencia del clúster habría remontado la cerámica?**

🗨 En la creación del clúster hubo una parte espontánea y al cabo del tiempo, con la intervención de empresas y administraciones, se ha ido consolidando. Pero en la creación del clúster hubo algo no planificado, no es un proceso de arriba hacia abajo, es decir, había empresas en los años 50 y 60 pero no había masa crítica. Llegó un momento determi-



El economista Xavier Molina durante la entrevista. CARMEN RIPOLLÉS

« En su momento hubo una demanda brutal de azulejos y Castelló, que tenía las condiciones, fue capaz de aprovecharlo»

nado en el que, en España hubo un «boom» de la construcción con las migraciones del campo a la ciudad y hubo un crecimiento de la demanda que fue aprovechado por Castelló.

🗨 **¿Por que lo aprovechó Castelló?**

🗨 Hay tres factores que pueden explicar el surgimiento. Primero, tradición cerámica, en este caso en l'Alcora en el siglo XVIII estaba la fábrica del conde de Aranda; en segundo lugar, las materias primas; y en tercer lugar, la existencia de una agricultura productiva que genera un excedente que puede ir a la industria. Mi teoría es que esos tres factores los tenían otros muchos lugares además de Castelló. A veces se pro-

ducen procesos espontáneos. En su momento hubo una demanda brutal de azulejos y Castelló, que tenía las condiciones, fue capaz de aprovecharlo. Al final no son solo las materias primas, sino la capacidad de la gente de arriesgar su patrimonio y tener la ambición de crear algo. Castelló tenía lo mismo que otros territorios, pero había unos elementos sociológicos adecuados para aprovechar esa oportunidad. Se han dicho cosas que había menos aversión al riesgo; un director de banco afirmaba que aquí la gente estaba dispuesta a arriesgar su patrimonio para montar una empresa, cosas que en otras áreas del Estado era casi ofensivo. En el tema de la naranja influyó que el territorio estaba acostumbrado a vender fuera.

🗨 **¿Cómo se explica el crecimiento posterior?**

🗨 Hubo una primera década de aparición; una segunda de mejora tecnológica, en los 80; y en los 90 se produjo el gran estirón y se superó en producción a Italia. En la década del 2000 llegó la crisis económica con una bajada significativa del número de empresas. Después, lo novedoso ha sido la introducción de

algunas innovaciones en la impresión digital. 🗨 **¿Ahora la cerámica en qué ha de apostar para mantener la tendencia alcista?**

🗨 Los avances en tecnología pueden servir para que surjan nuevos mercados. Otro camino es que la producción no debería aumentar, porque hay limitaciones, en este sentido, en el consumo energético que limitan la expansión. Se pueden hacer, por ejemplo, productos como azulejos inteligentes. La idea es no crecer y hacer un producto más sofisticado y con aplicaciones específicas

🗨 **¿Considera que las empresas deben incrementar su tamaño para afrontar los nuevos retos?**

🗨 Pienso que no, porque las ventajas de las economías de escala pueden ser compensadas por otras; una gran empresa puede generar internamente problemas de falta de motivación. Un proceso de concentración podría reducir las ventajas de un clúster, donde la colaboración es clave. La innovación se ha hecho de forma más colectiva. Hubo una multinacional que en su día no introdujo un nuevo sistema de hornos porque tomó una decisión burocrática con miedo al fracaso.