



EVENTO

«Hemos conseguido el apoyo de 45 empresas y 22 instituciones para la organización del Congreso»

INTERÉS JUVENIL

«Las encuestas nos revelan que los jóvenes no ven la cerámica como un futuro halagüeño para sus expectativas»

CONCENTRACIÓN

«Las empresas de servicios tienen que ganar terreno en el clúster que se puede perder por la entrada de fondos foráneos»

DIVERSIFICACIÓN

«Una posibilidad sería explorar la piedra sinterizada, que sigue siendo cerámica, aunque se le cambie el nombre»

JUAN JOSÉ MONTORO

PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS CERÁMICOS (ATC)

«Sólo hay una salida para esta crisis y es fabricar un producto de valor añadido»

El XVII Congreso del Técnico Cerámico, impulsado por ATC, se convertirá los días 16 y 17 de noviembre en el epicentro del conocimiento del sector. El Auditorio de Castellón congregará a 300 expertos de todo el mundo para debatir sobre las tendencias tecnológicas y científicas más avanzadas, así como los retos que tiene ante sí el clúster. El presidente de ATC defiende que aún «somos líderes mundiales» y plantea claves para afrontar la adversidad y garantizar la estabilidad.

DANIEL VICENTE CASTELLÓN
Pregunta. El XVII Congreso Internacional del Técnico Cerámico pondrá el foco la semana que viene en la era DEMIC –Digitalización, la Energía, el Medio Ambiente, la Inteligencia Artificial y la Competitividad-. ¿Qué les espera a los asistentes a esta cita? ¿Por qué recomendaría la inscripción?

Respuesta. En tiempos en los que parece que hay mucha negatividad, los que asistan al Congreso podrán tener un soplo de esperanza al comprobar que aún somos referentes en el mundo en la cerámica. Seguimos luchando para salir adelante, con tecnología, transformación digital, transición energética... Y seguimos apostando por el cliente y llegando a él a través de la omnicanalidad, nuevas funcionalidades y nuevos productos. Además, en el Congreso habrá una mesa de debate para plantear los retos de futuro que tiene el sector en la actualidad, entre muchas otras propuestas.

P. La industria cerámica está inmersa en una grave crisis de demanda. ¿Cómo vive esta situación la ATC?

R. Viendo a las empresas y a los técnicos, hemos decidido apostar este año por una máxima actividad en ATC, pa-

ra demostrar todo lo que podemos aportar en estos momentos. Creo que uno de los temas que queremos reforzar es que solo hay una salida de la crisis, que es hacer un producto de valor añadido. Y solo hay una forma de gestionar, que es la gestión de crisis. Tenemos que acostumbrarnos a ello, las crisis son sucesivas, lo que ahora ha sucedido es que hemos concentrado en poco tiempo varias crisis. También queremos ofrecer todo nuestro apoyo a las nuevas generaciones, porque son las que van a vivir el futuro del sector. Les ofrecemos el Congreso; una nueva edición del libro de impresión digital y los premios ATC Impulsa, entre otras iniciativas.

P. ¿A qué se refiere con que la salida de la crisis pasa por el valor añadido?

R. Nosotros tecnológicamente somos punteros, invertimos mucho en innovación y eso se tiene que traducir en ofrecer nuevos productos y trabajar mucho mejor el marketing y la comunicación. Debemos ofrecer algo diferente a la competencia, competencia que nos hacen por un lado los países emergentes pero también las políticas europeas, que de alguna manera están lastrando la industria manufacturera.

P. La pérdida de empleo cerámico es un hecho en la actualidad, ¿cómo se puede frenar esta sangría?

R. La pérdida de empleo va por dos caminos, por la caída de producción y por las nuevas tecnologías. En la segunda causa, la parte positiva es que se están creando nuevos puestos de trabajo, en logística, marketing, comunicación, etc... Y en la pérdida de producción, ello debe conllevar una ganancia de márgenes y no al revés, por eso es importante el producto de valor añadido.

P. ¿Cómo ve ATC a las nuevas generaciones? ¿Hay interés en el sector cerámico?

R. Las nuevas generaciones son los hijos de los tiempos que vivimos, igual de malos y buenos hay ahora como antes. Trabajamos en tratar de inculcarles ideas que les hagan comprometerse con el trabajo, con proyectos e ilusiones. Cualquier trabajo requiere esfuerzo y debemos valorarlo. Eso suma.

Las encuestas sí nos revelan que los jóvenes no ven la cerámica como un futuro halagüeño para sus expectativas. No hay el mismo interés que teníamos nosotros por entrar en una fábrica. Debemos enseñarles qué tie-



ne de bueno y de malo la cerámica, igual que otros sectores. Colaboramos con la Universitat Jaume I, con las escuelas de diseño y los centros de FP, así como con Secot, la Asociación que agrupa a diferentes ejecutivos seniors de la provincia –de la que también es presidente-. Todos ellos nos ayudan a transmitir nuestros conocimientos.

Además, en la actualidad vemos que falta relevo generacional en las empresas y, como añadido, la crisis de demanda desencanta aún más a los posibles relevos, que tienen una visión muy distinta del sector de la que teníamos nosotros.

P. ¿Temen que la inteligencia artificial reemplace la mano de obra en la cerámica?

R. Las nuevas herramientas van a apoyar la gestión de crisis, el empresario necesita datos y herramientas digitales al momento que puedan suponer el cambio de estrategia rápidamente. Es la parte positiva. Eso sí, hay que digitalizarse en lo que necesita, debe haber un por qué.

P. ¿Considera que las administraciones potencian lo suficiente la formación en la cerámica?

R. Yo creo que es clave reunirse y ver las necesidades formativas y canalizarlas y optimizarlas. Vemos que se concentran muchas ayudas en muchísimos eventos, algo que causa cansancio y afecta a la asistencia. Gastas dinero en traer a invitados muy prestigiosos y después va muy poca gente, eso es tirar recursos por



ENERGÍA

«El hidrógeno no será la panacea. Avanzarán desarrollos tecnológicos de sistemas menos contaminantes»

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

«Las nuevas herramientas apoyarán la gestión de crisis; el empresario necesita datos y usos digitales al momento»

RELEVO GENERACIONAL

«Como añadido, la crisis de desencanta aún más a los posibles relevos, que tienen una visión muy distinta del sector»

CALENDARIO

«Instituciones, firmas y asociaciones pueden compartir eventos, no tener cada una el suyo. Falla ese consenso»



EUGENIO TORRES

la borda. Más vale parar un poco y pensar, porque Castellón no es Madrid. Cada institución, empresa y asociación puede compartir eventos que sean comunes, no tiene por qué cada una tener el suyo. En la actualidad, falla ese consenso.

En la organización del evento hemos chocado mucho con los interventores, hemos pasado de querer una transparencia a caer en una volatilidad exasperante. Muchas veces se pide cumplir con unos requisitos burocráticos que nada tienen que ver con el objetivo. Se emplean más esfuerzos en rellenar papeles que en hacer una buena difusión del evento.

Más allá de eso, estamos muy satisfechos con el apoyo de las empresas, un total de 45, y de las instituciones, con 22, al Congreso.

P. ¿Los técnicos cerámicos están mejor formados que los de otros clústeres mundiales?

R. El clúster es clúster porque hay muchas relaciones de toda la sociedad que logran que sus trabajadores estén mejor formados que los del resto del mundo. Tememos que una de las desventajas de la concentración empresarial sea que los capitales foráneos tengan objetivos diferentes a las empresas familiares, porque tienen menos arraigo y eso se nota ya en las empresas participadas por grandes fondos. Para ello, hay que formar la cuarta parte del clúster. La de los servicios, que engloban a las empresas TIC, los parques tecnológicos, las empresas medioambientales, etc. Todas estas empresas tienen que ir ganando terreno en el clúster que se puede perder por la entrada de esos fondos. Defendemos que el técnico es todo aquel que está formado en algún tema de cerámica, sea diseño, marketing, comunicación... Por eso todas esas empresas están formando parte ya de ATC. Es por ello que las empresas de maquinaria, por ejemplo, también se están diversificando, así como las químicas. Pronto aparecerán proyectos de innovación en las empresas esmalteras de productos dedicados a otras áreas.

Las azulejeras también deben hacerlo. Una posibilidad sería explorar la piedra sinterizada, que sigue siendo cerámica, aunque se le cambie el nombre. Si eso genera un poco más de valor al producto, perfecto.

P. ¿En todos esos procesos el técnico cerámico sigue teniendo un papel destacado?

R. Perfectamente, porque realmente en una industria manufacturera cualquier persona que trabaje en cualquiera de las áreas lo consideramos un técnico cerámico. Y todos aquellos que se dedican a otros sectores como el medio ambiente o la prevención, también son técnicos.

P. ¿Cuál es su opinión sobre el debate alrededor de la búsqueda de una fuente energética alternativa al gas? ¿Qué opina del hidrógeno?

R. Es un asunto delicado. Alemania metió la pata hasta el cuadril confiando todo su sistema de energía al gas y ahora está registrando crecimientos negativos en su economía. Europa está poniendo fechas a cuestiones para las que no hay soluciones, como la descarbonización. Primero, habrá que sentarse y dialogar, el planteamiento está mal hecho desde el principio. Yo no comparto la estrategia de Bruselas, y el Gobierno debería dejar de echar balones fuera diciendo que se haga lo que dice Europa. En Italia y Portugal están gestionando mejor esta crisis. Aquí no hemos recibido ni un duro y no lo vamos a recibir. El hidrógeno no va a ser la panacea. Lo que se va a acelerar son los desarrollos tecnológicos de sistemas energéticos menos contaminantes, pero no a cero. No podemos defender sistemas ineficientes energéticamente, pero por ahora el hidrógeno no tiene tecnologías que hagan que sea competitivo. Dudo que en 2030 se haya conseguido utilizar el hidrógeno en las industrias gasintensivas españolas. Si se va descubriendo que se está consumiendo menos energía en el sector, las empresas están siendo más eficientes, tanto en el plano eléctrico como de gas.