



Los técnicos cerámicos coronaron el Desierto de Las Palmas a golpe de pedal



www.congresoatc.com

María Olmeda realiza el grabado del IX Congreso del Técnico Cerámico

Novaref

The New Generation

NOVA 421 NOVASIX NOVA VIII NOVA HF NOVASKAR



Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

Com. Gral. Miraflores, km. 5,5 • B.O. Bas. IT • Tel. +34 958 83 83 29 • Fax +34 958 83 83 26 • 13300 Baza (Cádiz) • ventas@pallares.com



El pasado 29 de septiembre, un luminoso sábado de otoño, la Asociación Española de Técnicos Cerámicos (ATC) celebró la decimocuarta edición de su tradicional Subida al Desierto en Bicicleta. La Subida al Desierto en Bicicleta es una de las pruebas lúdicas-deportivas más tradicionales de cuantas organiza ATC y en esta ocasión, al igual que ocurrió en la edición del año pasado, contó con el patrocinio de la firma Taller Gràfic Sargantana.

COMITÉ DE REDACCIÓN DE LA REVISTA

José María Batán
Francisco Corma
Fernando Font
Fernando García
Silvestre Jiménez
Daniel Llorens
Maribel López
Isabel Martínez-Urrea
Alejandro Montañés
María Monzó
Héctor Morales
Daniel Náger
José Ribera
Jaime Sánchez
Serafín Tortosa
Paula Traver

Correspondencia: c/ Jesús Martí Martín 24, local 11. 12006 Castellón. Tel. 964 20 00 63 fax 964 24 17 91.
e-mail: atc@atece.org **web:** www.atece.org **Imprime:** Publicidad Castellón, s.l. **Depósito Legal:** CS-349-94

La redacción de informATC no se hace responsable de las opiniones de los colaboradores

4 ATC, en la prensa.

5 a 7 El Congreso de ATC se consolida como una cita imprescindible para los técnicos cerámicos.

8 y 9 Entrevista a José María Batán, presidente de ATC: "Vamos a abordar la internacionalización y deslocalización del sector azulejero desde todos los puntos de vista posibles".

10 y 11 Entrevista a María Olmeda Vázquez, artista plástica: "Transformar mis diseños en cerámica sería hacer realidad un sueño".

12 ATC convoca a todos sus socios a participar en la próxima Asamblea General Ordinaria.

13 a 15 Los técnicos cerámicos coronaron el Desierto de Las Palmas a golpe de pedal.

16 y 17 Serviquimia presentó en ATC las aplicaciones del flexímetro óptico para el estudio de las deformaciones de los materiales cerámicos.

18 Rafael Asunción habló sobre los "Cuidados en la fabricación de materiales cerámicos y asistencia posventa".

20 y 21 "Modelo de innovación en el clúster cerámico", por Francisco Corma Canós.

22 Los técnicos debaten sobre la I+D+i en el distrito cerámico castellonense.

24 a 26 Noticias breves del sector.

MEDITERRÁNEO 2/10/2007

ATC dedicará su congreso a debatir sobre la deslocalización del azulejo

La Asociación Española de Cerámica y Azulejo (ATECE) dedica su congreso anual a debatir sobre la deslocalización del azulejo.



EL PERIÓDICO DEL AZULEJO Octubre 2007

ATC: "Llevar nuestra cerámica al segmento alto del mercado, el reto"

El presidente de la Asociación Española de Cerámica y Azulejo (ATECE), José María García, afirma que el reto de la industria cerámica es llevarla al segmento alto del mercado.



El presidente de la Asociación Española de Cerámica y Azulejo (ATECE), José María García, afirma que el reto de la industria cerámica es llevarla al segmento alto del mercado.

MEDITERRÁNEO 19/10/2007

ATC presenta los avances en el campo de la medición cerámica

La Asociación Española de Cerámica y Azulejo (ATECE) presenta los avances en el campo de la medición cerámica.



La Asociación Española de Cerámica y Azulejo (ATECE) presenta los avances en el campo de la medición cerámica.

LEVANTE 2/10/2007

El IX Congreso del Técnico Cerámico abordará los retos de la internacionalización y la deslocalización

El IX Congreso del Técnico Cerámico abordará los retos de la internacionalización y la deslocalización.

El IX Congreso del Técnico Cerámico abordará los retos de la internacionalización y la deslocalización.



El IX Congreso del Técnico Cerámico abordará los retos de la internacionalización y la deslocalización.

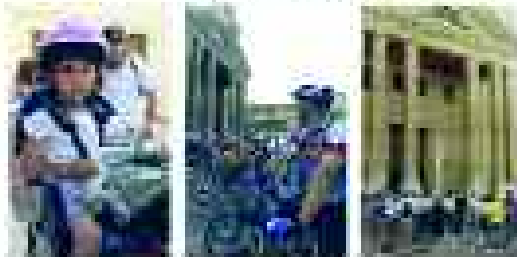
BUYTRAGO



CERÁMICA INFORMACIÓN nº 343

ATC en el congreso del IBERO PAVES

La Asociación Española de Cerámica y Azulejo (ATECE) participa en el congreso del IBERO PAVES.



EL CONGRESO DE ATC SE CONSOLIDA COMO UNA CITA IMPRESCINDIBLE PARA LOS TÉCNICOS CERÁMICOS



El Congreso del Técnico Cerámico que organiza de manera bienal la Asociación Española de Técnicos Cerámicos (ATC) se ha consolidado a lo largo de casi dos décadas de trayectoria como una de las citas más importantes de cuantas forman el calendario de actividades del sector cerámico español. En ella, los principales expertos de la industria de fabricación de pavimentos y revestimientos cerámicos abordan y analizan la coyuntura del sector, tanto a nivel interno como externo, y ponen sobre la mesa los principales retos a los que debe hacer frente para seguir manteniendo la posición de liderazgo que actualmente ocupa. Y ahora, la industria cerámica y sus profesionales ven en la internacionalización o en la deslocalización la fórmula idónea para que las empresas azulejeras españolas, siguiendo el ejemplo de los colorificios, sigan creciendo.

El objetivo que persigue ATC con esta nueva edición del Congreso del Técnico Cerámico, que se desarrollará los días 22 y 23 de noviembre bajo el epígrafe de "Internacionalización/Deslocalización: nuevos retos para el técnico cerámico" no es otro que clarificar cuáles

son las herramientas al alcance del conjunto de las empresas que integran la industria cerámica y proponer soluciones concretas a los problemas reales.

El IX Congreso del Técnico Cerámico pretende, por lo tanto, presentar y analizar todos los factores relacionados con la internacionalización o deslocalización de las empresas del sector cerámico, no sólo en el aspecto empresarial o económico, sino también todos aquellos aspectos que puedan tener alguna repercusión en el técnico, tanto a nivel laboral como personal: implicaciones en el entorno familiar y social, exigencias de la empresa hacia el técnico, perspectivas de futuro de los técnicos cerámicos en los nuevos escenarios, experiencias a tener en cuenta de otros sectores, la postura del técnico ante la Responsabilidad Social Corporativa y el ejemplo de las empresas de fritas, colores y esmaltes cerámicos como pioneros en esta tendencia.

A lo largo de las anteriores ocho ediciones del Congreso del Técnico Cerámico, los lemas de cada con-



greso han representado, en cada momento, las inquietudes existentes en la industria cerámica en el momento de su realización y siempre se han caracterizado por una enorme capacidad de anticipación, lo que ha situado a la Asociación Española de Técnicos Cerámicos en una posición de vanguardia, sentando las bases de futuras actuaciones.

Desde su primera edición, que se celebró el 25 de octubre de 1991 en Peñíscola, el Congreso de ATC ha ido ganando en calidad y en participación de profesionales, hasta conseguir convertirse en una cita de primer orden para todos los profesionales del sector, como demuestra la nómina de conferenciantes de esta novena convocatoria.

El programa

La conferencia inaugural llevará por título "La globalización, ¿una amenaza o una oportunidad?" y correrá a cargo del presidente del Grupo Torrecid, Federico Michavila. Después, el programa incluirá la charla "Retos en el futuro del sector cerámico" a cargo de Pedro Palencia, director general de Europa Muebles; el director adjunto de International Business Programs de la Universitat Pompeu Fabra, Fernando del

Pozo, hablará sobre "Zara, un caso exitoso de innovación operativa". La primera jornada finalizará con un panel de expertos sobre "Evolución de la oferta en el proceso de internacionalización de la empresa. Activos tangibles e intangibles", que estará moderada por el coordinador del Foro de Innovación Concert, Francisco Santoja, contando con la colaboración de Patricia Vicente (adjunta a dirección de Panama Jack), Santiago Llopis (gerente de La Mediterránea), José Navarro (gerente de José Navarro/Terra Verda), José Ramón Villar (gerente de Infonova), Fernando del Pozo (director adjunto de International Business Programs de la Universitat Pompeu Fabra) y Antonio Bordería (director de comercio internacional de Reig Martí).

La segunda y última jornada se iniciará con la conferencia "La expatriación. Perspectiva global e intercultural" que expondrá el director general de Cerámicas Gaya, Félix Lafuente; y continuará con la charla "Experiencia de los técnicos cerámicos en el exterior", a cargo del experto Francisco Ferrer. El programa continuará con la conferencia "La responsabilidad social de la empresa ante la deslocalización", que será expuesta por el catedrático de Ética Empresarial de la Universitat Jaume I, Domingo García Marzá; y finalizará con una mesa redonda sobre "La experiencia práctica de la internacionalización" que estará moderada por el presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Fritas, Esmaltes y Colores Cerámicos (Anffecc), Alfredo González, y contará con la participación de Julio García (director europeo de Ferro), José María Cadroy (accionista y ex director de producción de Fritta), Rubén Mateu (gerente de Torrecid) y Pablo Baigorri (gerente de Esmalglass).

La mesa redonda

Sobre la mesa redonda que pondrá el punto final al IX Congreso del Técnico Cerámico, su moderador, Alfredo González, asegura que todos los participantes "tenemos experiencia en formar a técnicos españoles que tienen que poner en marcha diferentes tipos de fábricas en los cuatro rincones del mundo y la verdad es que, cuando salen, lo hacen muy bien".

Sobre la internacionalización, González asegura que muchas de las empresas asociadas a Anffecc tienen experiencias en cuanto a la internacionalización. "Según mi experiencia personal, salir al extranjero cuenta con las siguientes ventajas: acceso a un mercado mayor, diversificación de riesgos, disminución de costes de fabricación, atención a áreas de difícil acceso, mejora de imagen, más posibilidades de promoción y, además de otras cosas, motivación en la empresa". En lo que se refiere a los inconvenientes, González destaca "el riesgo de cambio, falta de personal especializado, tramitación administrativa más compleja, falta de información de mercados exteriores, dificultad en la repatriación de beneficios...".

En lo que se refiere a los mercados más atractivos, el presidente de Anffecc asegura que para las empresas productoras de fritas, colores y esmaltes cerámicos puede ser atractivo cualquier mercado importante, como es el caso de China, India, Brasil, Europa del Este, Sudeste asiático. Así como países con razonable mercado local y precios de energía y mano de obra baratos: el norte de África se perfila como un lugar interesante con países como Egipto o Argelia.

González opina que "mientras el núcleo de la investigación, desarrollo e innovación se mantenga en España, no hay peligro de deslocalización aunque las empresas prosigan con su expansión internacional. La idea de comenzar a producir fuera radica sobre todo en estar cerca del cliente para poder prestarle una mejor atención y servicio, además de abaratar los costes de transporte que, en algunos casos, encarecen enormemente el producto. Según mi opinión personal, es muy importante distinguir entre producción y creación de valor. Lo que debemos hacer para competir es centralizar la creación de valor (I+D+i) en el clúster de Castellón manteniendo una adecuada estructura productiva aquí y complementar los incrementos productivos con nuevas fabricas, lo más cerca posible del cliente a nivel mundial".



An advertisement for "EN LA EMPRESA" featuring a close-up of a man's face on the left. The main text reads "EN LA EMPRESA" in large green letters, followed by "también miramos por ti" in smaller black text. Below this are three small images showing industrial or agricultural scenes. Further down, there is a paragraph of text: "El sector cerámico, color y fritas de España es líder a nivel mundial y ofrece un gran potencial de crecimiento, tanto en el mercado nacional como internacional." Below that, another paragraph: "El sector cerámico, color y fritas de España es líder a nivel mundial y ofrece un gran potencial de crecimiento, tanto en el mercado nacional como internacional." At the bottom, there is a logo for "Pasión x CASTELLÓN" with a green circular icon containing a white symbol. The background is white with a green border at the bottom.

ENTREVISTA A JOSÉ MARÍA BATÁN, PRESIDENTE DE ATC

"Vamos a abordar la internacionalización y deslocalización del sector azulejero desde todos los puntos de vista posibles"

El presidente de la Asociación Española de Técnicos Cerámicos, José María Batán, asegura que el sector azulejero debe hacer frente a la internacionalización o deslocalización de sus empresas para garantizarse la consolidación de los actuales niveles de producción y ventas. Además, anuncia que el IX Congreso del Técnico Cerámico abordará la problemática desde todos los puntos de vista, aunque prestando una especial atención al factor humano.

PREGUNTA: ¿Por qué ATC dedica un congreso a la internacionalización o deslocalización del sector cerámico?

RESPUESTA: La Asociación Española de Técnicos Cerámicos se ha preocupado de abordar todos aquellos temas que, en cada momento, más preocupan a los profesionales del sector cerámico. Es una constante de nuestra Asociación y si analizamos la historia de ATC, comprobaremos como fuimos de los primeros en hablar de temas tan importantes como el gres porcelánico, la cogeneración o, por ejemplo, la contaminación medioambiental. En estos momentos, la necesidad de que nuestras empresas salgan al exterior es, sin lugar a dudas, una de las cuestiones que más interés despiertan. Es un tema complejo en el que intervienen muchos factores, y hemos creído interesante intentar averiguar, las ventajas y desventajas de producir fuera del distrito cerámico a partir de la experiencia de otros sectores que ya lo han hecho.

P: ¿Se va a abordar la internacionalización/deslocalización sólo desde el punto de vista empresarial?

R: No. Vamos a intentar abordar el tema desde todos los puntos de vista posibles, pero nuestro objetivo es dedicar una especial atención al factor humano. Es decir, el técnico cerámico, que va a ser el que, en definitiva, va a tener que abandonar su entorno, para incorporarse a uno nuevo y desconocido, al tiempo que asume la responsabilidad de poner en marcha un proyecto nuevo. Ese proceso puede conllevar, desde luego, muchas ventajas personales y profesionales, pero también problemas de tipo psicológico y familiar.

P: ¿Los técnicos cerámicos son reacios a trabajar en el extranjero?

R: El técnico cerámico español se ha acostumbrado a trabajar al lado de casa. Está acostumbrado a desarrollar su actividad profesional a poco más de 20 kilómetros de donde vive. En un radio de muy pocos kilómetros, encuentra todo lo necesario para desarrollar su trabajo: formación, proveedores, clientes, servicios... Lógicamente, el técnico es reacio a salir fuera de su provincia. Y no se trata, únicamente de salir fuera de España, sino que incluso rechazan, en muchos casos, la posibilidad de desplazarse a otros puntos de la geografía española. De hecho, se da la circunstancia de que empresas cerámicas de fuera de la provincia de Castellón, quieren contratar a los técnicos cerámicos





castellonenses, muy reconocidos y apreciados por su gran cualificación, y no consiguen su objetivo. Y en el caso de que acepten abandonar el distrito cerámico castellonense, casi siempre lo hacen con la intención de regresar lo antes posible.

P: ¿Qué ventajas ofrece a las empresas la internacionalización o la deslocalización?

R: Nos permite ser más competitivos. Con la deslocalización o la internacionalización, las empresas pueden reducir los tiempos de entrega, mejorar el servicio y conocer de primera mano lo que quiere cada cliente, al tiempo que se puede obtener una disminución considerable de los gastos de producción y, sobre todo, de transporte. Y no hay que olvidar que las baldosas cerámicas son un producto barato que pesa mucho... De esta manera es posible que pueda volver a ser rentable fabricar azulejos de precio bajo, para determinados países en los que se valora más el precio que la calidad, ya que ahora, y desde nuestras fábricas en Castellón, tenemos una lenta capacidad de reacción, que lógicamente aprovechan los países más cercanos a dichos clientes. Los fabricantes de esmaltes, fritas y colores cerámicos, deben ser un ejemplo para los azulejeros, pues apostaron hace ya mucho tiempo por esta fórmula y no les va nada mal.

P: ¿Y usted apuesta por la internacionalización o la deslocalización?

R: Yo, personalmente, apuesto por la internacionalización, como han hecho los colorificios. Es decir, crear delegaciones en el extranjero, con cierta autonomía, pero que la matriz de la empresa se mantenga en Castellón. En cualquier caso, debe ser cada empresa la que, según sus perspectivas y proyectos, decida por qué opción se decanta... En el azulejo todavía hay pocas empresas que hayan optado por salir fuera, por lo que no hay datos suficientes para saber qué fórmula es la que consideran más apropiada.

P: ¿Y en qué países sería conveniente que se instalasen las azulejeras castellonenses?

R: Es una decisión compleja, y debe responder a un meticuloso estudio de cada empresa, que debe tener en cuenta muchos factores, como sus intereses económicos y sus posibilidades de crecer y consolidarse



en los nuevos destinos, pero también la disponibilidad de materias primas y el acceso a la tecnología. En cualquier caso, yo creo que se deben centrar los objetivos en mercados de futuro, y una excelente opción podrían ser los países del Este de Europa, por ejemplo.

P: ¿En qué situación se encuentra ahora mismo la industria azulejera española?

R: La situación de la industria cerámica española es, en términos generales, buena. Según los últimos datos oficiales, la producción de baldosas de pasta roja aumenta linealmente, mientras que las de pasta blanca registran un aumento exponencial. La mayoría de las empresas que siempre han fabricado azulejos de pasta roja, que son medianas y pequeñas, ya han instalado líneas para producir en pasta blanca, además de seguir produciendo azulejos de pasta roja. Así, la situación productiva es buena a corto plazo, pero hay que seguir mejorando en el aspecto comercial para poder aumentar el precio de los productos. Tenemos que aprender a vender mejor nuestros azulejos, como hacen los italianos que produciendo menos logran beneficios mayores, siendo sus costos superiores a los nuestros. Italia produce sólo lo que puede vender y hay que tener en cuenta que fabrica sobre 130.000.000 metros cuadrados fuera del país.

P: ¿Y cómo califica al producto cerámico español desde el punto de vista técnico?

R: El producto cerámico español no tiene rival en el mundo a nivel técnico, tanto en baldosas de pasta roja como en revestimiento de pasta blanca, ya que nuestros competidores más inmediatos desistieron y buscaron otros tipos de productos, como el gres porcelánico, tanto técnico como esmaltado. En estos productos, la calidad técnica del producto español es muy buena, pero todavía hay que mejorar en diseño y servicio al cliente, entre otros aspectos. Los pavimentos y revestimientos cerámicos españoles son un producto de alta calidad, pero se mueven, todavía, en un precio medio o medio/bajo. Consolidar la cerámica española en los segmentos más altos del mercado es, sin lugar a dudas, otra de nuestras asignaturas pendientes, aunque hay que reconocer que se está avanzando mucho y muy rápido.

ENTREVISTA A MARÍA OLMEDA VÁZQUEZ, ARTISTA PLÁSTICA

"Transformar mis diseños en cerámica sería hacer realidad un sueño"

ATC agradecerá a los conferenciantes y patrocinadores del IX Congreso del Técnico Cerámico su colaboración con un grabado llamado Alas de mariposa que ha sido realizado por María Olmeda Vázquez, una innovadora artista que ha empleado la técnica de la xilografía sobre linóleo estampada a 4 colores sobre papel de 360 gramos de color hueso. Olmeda se muestra satisfecha del trabajo realizado, del que sólo se han editado 30 ejemplares, y asegura que "estoy en mi mejor momento".

PREGUNTA: ¿Qué ha querido expresar con la obra realizada para ATC?

RESPUESTA: Es una obra hecha sobre papel. La técnica de grabado empleada ha sido la xilografía, que permite que se pueda leer a través de sus líneas y surcos al pasar la yema de los dedos por la imagen.

Los colores son una excusa que añade fuerza y relieve a la obra. El diseño de la estampa está concebida para poder ser realizada en cerámica, tanto si la tomamos en su totalidad, como si la dividimos en pequeños trozos, en ningún momento de este proceso perdería su versatilidad. En el título de la obra, Alas de mariposa, se puede encontrar la respuesta, así como en el pequeño texto que lo ilustra: "El papel de las mariposas, frágiles y fuertes, quebradizas y resistentes; preparadas para enfrentarse a la violencia del viento. Gusanos encerrados en un útero del que saldrá el arco iris. Grises y negros, para ocultarse en la noche. Colores vivos y brillantes para tentar al día, partículas de barro, fibra o papel, transformadas como por un milagro en alas de mariposas".



P: Usted trabaja con muy diversos materiales, ¿qué cualidades destacaría de la cerámica a la hora crear?

R: Es fuerte, es útil, es limpia, está en nuestras casas desde el principio de los tiempos en forma de objetos y azulejos, forma parte de nuestra cotidianidad, de nuestra humanidad. Puede ser sencilla o artificiosa, pero siempre única e imprescindible. Por tanto en lo que se refiere al tema de creación, el campo es tan amplio e interesante como ella misma.

P: ¿Qué importancia tiene la cerámica en su obra?

R: En mi caso, los primeros pasos que di al llegar a Castellón fueron en cerámica. Pintaba platos, azulejos, figuritas... en la Escuela de Artesanos. Disfruté sobremanera aprendiendo como se pintaba antiguamente, descubriendo la magia que conlleva la transformación del agua, el barro y los pigmentos a través del fuego.

P: ¿Considera que la cerámica plana es o puede ser una expresión artística?

R: Por supuesto que lo es, lo ha sido y lo será cada día más. Nuestra sociedad reclama cada vez más no sólo calidad, sino esa diferenciación que sólo la puede ofrecer la expresión más elevada de la belleza, que es el arte.

P: ¿Sería conveniente que las empresas azulejeras tuviesen en sus equipos a artistas plásticos?

R: El artista plástico tiene una preparación muy completa, ya que parte de un conocimiento amplio y global de diferentes técnicas artísticas, por lo que llegará un momento en que para las compañías azulejeras



este tipo de profesionales sean imprescindibles.

P: Creadores como Mariscal o Agatha Ruiz de la Prada se han atrevido a diseñar azulejos. ¿Nunca le ha tentado esa posibilidad?

R: Espero que, gracias a la oportunidad que me brinda ATC, llegue a los profesionales del sector y que me ofrezcan la posibilidad de que mis diseños y dibujos puedan estar en soporte cerámico algún día. Puedo asegurar que, desde luego, sería como cumplir un sueño.

P: Pinta, realiza grabados, trabaja la madera y la cerámica, ha diseñado joyas, telas... ¿Cómo se definiría como artista?

R: Como "una buscadora de la belleza escondida", me limito a recoger vivencias, investigo materiales, formas, colores, exploro todo lo que surge y me brinda la vida, intento ver con la mirada de un niño, sin prejuicios, abierta a la curiosidad, al interés, al entusiasmo y los resultados están ahí, en mis obras, transformadas en dibujos, pinturas, grabados...

P: Y como creadora, ¿en qué etapa se encuentra? ¿Qué cosas le motivan? ¿Qué es lo que quiere encontrar a través de arte?

R: Me encuentro "en el mejor momento", aunque si me hubiera hecho esta misma pregunta hace unos años, habría contestado lo mismo. Las motivaciones y el ansia que conlleva la creación, son como un gusanillo que hace que siempre quieras más. Digamos que la mente de un artista nunca descansa, una idea te lleva a otra, y a otra, y a otra... en una espiral constante. Las obras, después de gestarlas y madurarlas, llega el momento crucial, el de llevarlas a cabo y el más importante de todos, el compartirlas con los demás.

P: ¿Conoce el Premio Nacional de Cerámica que cada dos años organiza ATC con el Ayuntamiento de Castellón? ¿Podremos disfrutar de algunas de sus obras en próximas ediciones del certamen?

R: Si lo conozco, a pesar de que nunca me he atrevido a participar. Dejemos pues abiertas las puertas para una próxima ocasión.

¿Qué es la xilografía?

La palabra xilografía proviene del término griego "xylon", que significa madera, y del término "grafos" (grabado). Por tanto, cuando hablamos de una xilografía o grabado xilográfico nos referimos a un grabado realizado sobre una plancha de madera o linóleo, constituyendo ambas como principal técnica de grabado en relieve. El proceso xilográfico consiste en dejar en relieve aquellas partes del bloque de madera que corresponden al dibujo, mientras que el resto se vacía. En el momento de estampar se entinta la superficie que sobresale.

La xilografía es el sistema de grabado más antiguo que se conoce. En Oriente ya se practicaba desde el siglo VII, especialmente para la estampación de tejidos. En Europa su introducción fue más tardía y, aunque los primeros testimonios que se conservan son del siglo XIV (juegos de naipes, estampas religiosas y calendarios), habría que esperar hasta el siglo XV, con la difusión del papel, para poder hablar de la auténtica expansión de la xilografía. A pesar de que es una técnica básicamente aplicada a la reproducción de imágenes, también fue utilizada para la reproducción de textos.

La gran expansión de la xilografía se produjo en el siglo XV, sobre todo en Alemania, donde destaca la figura de Albrecht Dürer. En el siglo XVII el grabado en madera entró en una fase de declive al verse desplazado poco a poco por el grabado en metal. A pesar de ello, en la siguiente centuria se vivió un verdadero resurgimiento, fruto de la difusión de la xilografía a testas llevada a cabo por Thomas Bewick. Permitía alcanzar un nivel de precisión muy elevado, lo que motivó que durante el siglo XIX se aplicase sobre todo a la ilustración de libros y de publicaciones periódicas.

La xilografía, una vez liberada de su función utilitaria, gracias a la aparición de la fotografía y de los sistemas fotomecánicos de reproducción, artistas como Paul Gauguin, Edvard Munch y los miembros del grupo expresionista alemán "Die Brücke" encontraron en la xilografía un extraordinario medio de expresión y creatividad.

ATC CONVOCA A TODOS SUS SOCIOS A PARTICIPAR EN LA PRÓXIMA ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA

El próximo 23 de noviembre, y como colofón al IX Congreso del Técnico Cerámico, tendrá lugar en los salones del Restaurante Torre Gallén, de Burriana, la Asamblea General Ordinaria de la ATC, así como la tradicional y esperada cena en la que, todos los años, se reúnen la práctica totalidad de miembros de la asociación, y en la que se hará entrega de las Medallas de Oro a destacadas figuras de la industria cerámica provincial, así como las Insignias de Plata de la Asociación a los asociados que cumplen sus Bodas de Plata en ATC.

La Asamblea General Ordinaria está convocada, según el orden del día, a las 19.30 horas en primera convocatoria y a las 20.00 horas en segunda. La cena comenzará nada más finalizar la asamblea, previsiblemente alrededor de las 21.30 horas.

12 Será imprescindible la presentación de la invitación para participar en la cena anual y, como en ocasiones anteriores, se va a disponer de autobuses tanto para la ida como para la vuelta, con el objetivo de que los técnicos puedan disfrutar al máximo de la fiesta sin preocuparse por su coche. Los autobuses realizarán recogidas tanto en Castellón como en Vila-real.

A lo largo de los últimos doce meses, la Asociación Española de Técnicos Cerámicos ha desarrollado un intenso programa de actividades que se ha centrado



en tres ejes básicos: información, formación y ocio. De esta manera, ATC ha cumplido un año más con el propósito establecido en sus estatutos: "el fomento y desarrollo de cuanto mejore la actividad profesional y el reconocimiento social de los técnicos cerámicos".

Desde el mes de noviembre de 2006, ATC ha llevado a cabo jornadas de divulgación de conocimientos, ha participado en ferias, ha organizado presentaciones de productos, ha programado conferencias y aulas-debates, ha convocado múltiples actividades de carácter lúdico y social con el fin de seguir profundizando en las relaciones entre técnicos cerámicos. Un programa de actividades que será objeto de un exhaustivo análisis ante los socios, al igual que el estado financiero de la entidad.





Grupo TORRECID



TORRECID S.A.

 **INTERNOS S**

TORRECID  **SA**

TORRECID PORTUGAL Lda

TORRECID  **SA**

TORRECID  **SA**

PT. TORRECID  **SA**

 **INDICES**

TORRECID  **SA**

 **DELICIES MATERIALS SA**

 **DELICIES SA**

TORRECID  **SA**

TORRECID  **SA**

TORRECID  **SA**

 **SURCO TECH**

TORRECID  **SA**

 **REINHOLD & STRICK**

 **COLORES CERAMICOS DE TORROSA S.A.**

 **REINHOLD & STRICK (EU) SA S.r.l.**

 **OCT PORTUGAL PRODUCTIONS CERAMICOS, Lda.**



 **INTERNOS S**

 **DELICIES MATERIALS SA**

 **DELICIES SA**

 **TORRECID SA**

 **REINHOLD & STRICK**

 **COLORES CERAMICOS DE TORROSA S.A.**

 **REINHOLD & STRICK (EU) SA**

LOS TÉCNICOS CERÁMICOS CORONARON EL DESIERTO DE LAS PALMAS A GOLPE DE PEDAL



El pasado 29 de septiembre, un luminoso sábado de otoño, la Asociación Española de Técnicos Cerámicos (ATC) celebró la decimo-cuarta edición de su tradicional Subida al Desierto en Bicicleta.

La Subida al Desierto en Bicicleta es una de las pruebas lúdicas-deportivas más tradicionales de cuantas organiza ATC y en esta ocasión, al igual que ocurrió en la edición del año pasado, contó con el patrocinio de la firma Taller Gràfic Sargantana.

ATC celebra la Subida al Desierto en Bicicleta de manera ininterrumpida, y con carácter anual, desde 1994. Desde entonces y hasta la actualidad, la cita no ha dejado de evolucionar y crecer hasta convertirse en un acontecimiento imprescindible en el intenso calendario de la Asociación, ya que permite estrechar los lazos de amistad y la comunicación entre los técnicos fuera de los ambientes profesionales.

De este modo, los técnicos del sector cerámico castellanense no dudan, cada año, en practicar



un poco de deporte y ascender hasta uno de los puntos más emblemáticos de la provincia de Castellón, en una prueba en la que se combina el deporte, la competición y la amistad, y en la que hay dos categorías: bicicleta de carretera o bicicleta de montaña.

La organización se muestra satisfecha de la acogida que siempre ha tenido esta prueba, aunque confía que el número de participantes siga creciendo: "Es de agradecer que, pese al gran trabajo que siempre tenemos los técnicos cerámicos, y a punto de comenzar la feria Cersaie, un grupo de profesionales encuentren un rato libre para subirse a una bicicleta y coronar el Desierto de Las Palmas a golpe de pedal", explica el presidente de ATC, José María Batán.

Aunque el objetivo de esta prueba es potenciar la comunicación y la amistad entre todos los técnicos cerámicos, la organización quiso reconocer a los más rápidos, que en esta ocasión fueron Patrick Cioni que, en la modalidad de bicicleta de carrera, cubrió el trayecto en 26 minutos y 13 segundos, mientras que en el apartado de bicicleta de montaña resultó ganador Manuel Maza que invirtió 54 minutos y 45 segundos.

En cualquier caso, y gracias a la gentileza de Taller Gràfic Sargantana y de la propia ATC, todos los participantes recibieron regalos por su esfuerzo, al igual que los muchos socios que vivieron la prueba como meros espectadores. Todos compartieron juntos, además, un almuerzo de hermandad con el que se puso el punto final a una jornada que se caracterizó por el excelente ambiente que se respiró desde el primer momento.



SERVIQUIMIA PRESENTÓ EN ATC LAS APLICACIONES DEL FLEXÍMETRO ÓPTICO PARA EL ESTUDIO DE LAS DEFORMACIONES DE LOS MATERIALES CERÁMICOS

El pasado 18 de octubre se celebró en la sede de la Asociación Española de Técnicos Cerámicos (ATC) un aula-debate dedicada a las aplicaciones del flexímetro óptico Misura Flex organizado por **Servi-quimia**.

El estudio de las deformaciones que sufren los productos cerámicos con el tiempo y durante el proceso de producción puede realizarse investigando de forma muy precisa con equipos ópticos de alta precisión que no afectan mecánicamente al material ensayado.

El instrumento puede ser configurado simplemente como flexímetro (Misura Flex) o también estar acoplado con el dilatómetro óptico horizontal (Misura Flex-Odlt) para obtener el máximo de información aprovechando los análisis sin contacto de la dilatometría y la flexión, como se indica en los ejemplos que siguen a continuación.

16



APLICACIONES DEL MISURA FLEX

1.- Estudio de las deformaciones piropoplásticas (velocidad de deformación y flexión máxima durante el ciclo de cocción).

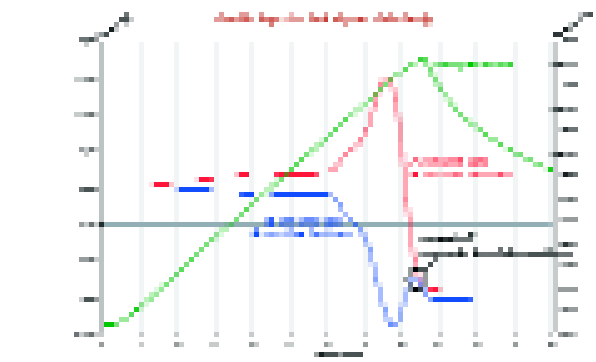
La deformación piropoplástica de los materiales sinterizados, como son el gres porcelánico o la porcelana, dependen de muchos factores. Los más importantes son el tipo, la cantidad, la viscosidad y la reactividad de las fases líquidas proporcionadas por los feldespatos.

Contrariamente a lo que se podría pensar, que la deformación piropoplástica máxima (en este caso gres porcelánico) ocurre a la temperatura máxima, se ve que la velocidad de flexión máxima (curva azul) tiene un máximo a una temperatura bastante inferior (más o menos 1140°C). En este momento los feldespatos son líquidos, su viscosidad baja de forma exponencial con la temperatura, y el material aún no tiene las características mecánicas desarrolladas.

A temperatura más alta y durante la permanencia a la máxima temperatura, la velocidad de deformación baja porque las fases líquidas van incorporando parte de la sílice y alúmina residuales de los minerales arcillosos, aumentando de esta forma su viscosidad.



2.- Las deformaciones de materiales con estratos dobles (dobles cargas...) son difíciles de interpretar porque hay muchos factores en cada estrato que pueden interferir, tal como la contracción total durante la cocción, el coeficiente de dilatación térmica, la piropoplaticidad y el desarrollo global de la sinterización. Para identificar el factor principal de la deformación es suficiente hacer dos curvas de flexión.

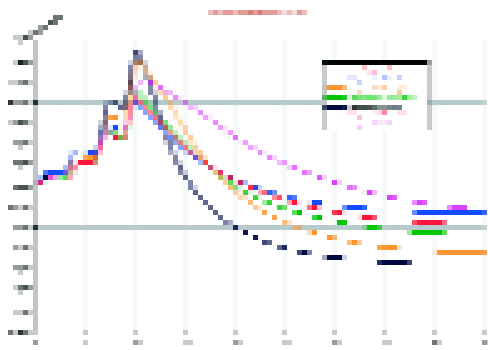


Colocando las capas invertidas podemos discriminar entre efectos mecánicos y piropoplásticos: si el gráfico obtenido no es simétrico existe una componente de piropoplaticidad diferente entre las capas, pero si es simétrico la deformación es debida a la diferente contracción o dilatación.

3.- Estudio de las deformaciones debidas a la absorción de agua o vehículos orgánicos en soportes crudos.

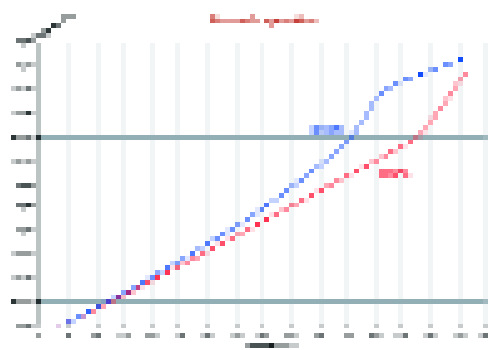
Las piezas normalmente en la línea se arquean de forma convexa debido a la absorción de agua de esmaltación, esto puede causar cierto estrés por la presión que ejercen las máquinas de decoración sobre la pieza. Una barra de material recortada de una pieza prensada y seca puede ser humectada con exactitud y analizar sus movimientos con el Flex.

El comportamiento mejor es aquel que nos da menos convexidad y después menos concavidad: en el ejemplo de la figura siguiente vemos una comparativa entre 6 pastas de formulación iguales donde se cambió sólo un 20% de arcilla de diferentes tipos.



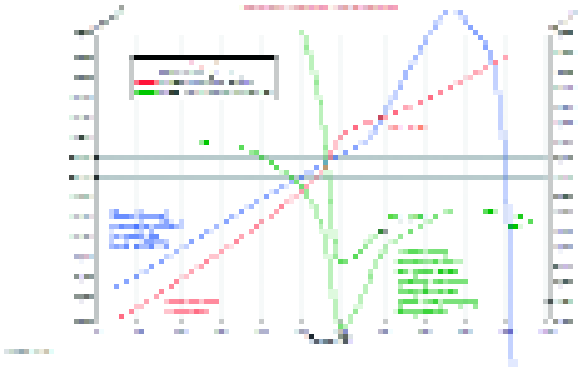
APLICACIONES DEL MISURA FLEX-ODLT

En un único instrumento están combinados el flexímetro óptico y el dilatómetro óptico. Con este equipo podemos realizar todos los estudios relacionados con la flexión y la medición con precisión dilatométrica de la expansión térmica, coeficiente de dilatación de soportes, expansión, coeficiente de dilatación, transición vítrea y temperatura de reblandecimiento de fritas y esmaltes.



No basta con comparar los gráficos de dilatación del esmalte y del soporte para prever el estado de tensión o de compresión del material acabado, ya que existe otro parámetro a tener en cuenta, la temperatura de acoplamiento, la cual puede modificarlo de forma radical.

El ensayo de flexión sobre una probeta de material recortada de una pieza industrial cocida, por ejemplo de monoporosa o de bicocción, permite identificar el gráfico de las tensiones de compresión o de tracción. El ensayo se hará midiendo los movimientos de flexión hasta el reblandecimiento completo del esmalte, continuando después también el análisis durante el enfriamiento.



Todo el ensayo se realiza en un ciclo de cocción similar al industrial, reproducible y con una muestra tomada de la producción.

En el caso de la figura, el esmalte se acopla a unos 700°C y a temperatura ambiente se observa que está sometido a una compresión.

La previsión del cuarteo tardío es muy importante ya que todos los soportes cerámicos porosos sufren una expansión al entrar en contacto con la humedad, y la evolución de dicha expansión en el tiempo puede a veces anular completamente el estado original de compresión del esmalte.

17

En el aula-debate celebrada en ATC participaron Joaquín Albalat Doménech, por parte de ServiQuimica, y Expert System Solutions estuvo representada por el doctor Claudio Cataldi y por Daniele Rebecchi.



RAFAEL ASUNCIÓN HABLÓ SOBRE LOS "CUIDADOS EN LA FABRICACIÓN DE MATERIALES CERÁMICOS Y ASISTENCIA POSVENTA"

El pasado 20 de septiembre se celebró en la sede de la Asociación Española de Técnicos Cerámicos (ATC) un aula debate que llevó por título "Cuidados en la fabricación de materiales cerámicos y asistencia posventa", un tema que fue expuesto por Rafael Asunción Palop, perito cerámico especializado en el área de Tecnología Cerámica y delineante proyectista en edificación y obras que, además, ha asistido a numerosos cursos de especialización y reciclaje en ITC, AICE y Aidico sobre cocción de baldosas, pulido cerámico, materias primas cerámicas y esmaltes cerámicos.

El aula debate estuvo dividida en dos grandes apartados: riesgo de manchabilidad o ensuciabilidad de los pavimentos cerámicos de baja o nula absorción y riesgo de manchabilidad en los materiales cerámicos de media o alta absorción.

18 En el primer apartado se trataron temas como las buenas prácticas en el ciclo productivo: desde la recepción de las materias primas hasta el envasado y paletizado, productos de química auxiliar existentes en el mercado para paliar o minimizar el riesgo con garantías, detección de la causalidad del riesgo por el uso de materiales de rejuntado y colocación desaconsejados en la actualidad y, por último, eliminación de manchas.

En el segundo apartado se abordaron temas como criterio de clasificación de ladrillos y baldosas cerámi-



cas, productos de química auxiliar existentes en el mercado para paliar o minimizar el riesgo con garantías, detección de la causalidad del riesgo por el uso de materiales de rejuntado y colocación desaconsejados en la actualidad, productos de química auxiliar para el acabado superficial en cuanto a texturas y eliminación de manchas.



inkjet

Tras Inkjet Carteglass-Itaca, la solución para las
necesidades de decoración digital.

Experiencias y conocimientos con 40 años de historia
y más de 100 millones de impresiones, combinados
con más de 20 años de experiencia en el mercado
de la decoración digital, nos permiten ofrecer la mejor
solución para sus necesidades de decoración
digital. Con una amplia oferta de productos y servicios
que se adaptan a sus necesidades y presupuesto.

¡No se lo pierda!

solucionesinkjet

esmalglass-**itaca**.com

esmalglass-**itaca**.com

Madrid
Barcelona
Valencia
Zaragoza

Sevilla
Málaga
Murcia
Almería

Granada
Cádiz
Huelva
Jerez

Albacete
Alicante
Castellón
Lleida

Palma
Sabadell
Tarragona
Tortosa

www.esmalglass-**itaca**.com

www.esmalglass-**itaca**.com

MODELO DE INNOVACIÓN EN EL CLÚSTER CERÁMICO

POR FRANCISCO CORMA CANÓS

Desde 2004 y con relación a los sectores tradicionales valencianos, parece haberse instalado un debate continuo sobre las medidas necesarias para la mejora de la competitividad y siempre aparece un tema recurrente cual es la “escasa o nula inversión en I+D+i”.

La innovación no es un fin en si misma. La innovación es un medio para ganar competitividad, pero no por sí sola ya que no actúa sobre la competitividad de forma directa, sino que lo hace por medio de otros factores que afectan a la competitividad, siendo la productividad la de mayor y mejor relación directa. Parece claro que el distrito cerámico de Castellón o cluster cerámico presenta datos de innovación, productividad y competitividad superiores a la del resto de sectores industriales “tradicionales” de la Comunidad Valenciana y que le permitirían situarse en un segmento medio o medio-alto en cuanto a esfuerzo innovador. Pero ¿Cuáles son las razones que han conducido a ello? ¿Por qué esta diferencia? ¿Cómo han aparecido las innovaciones? ¿Cuál es el proceso innovador que siguen las empresas del distrito que las convierte en “mejores” que otras de otros sectores?

El objetivo de la publicación que presenta la ATC es estudiar el proceso innovador en las empresas de baldosas cerámicas y para ello se analizan las innovaciones acaecidas en un periodo de tiempo concreto y mediante una técnica experimental (metodología Delphi). Se investigan los factores que potencialmente han podido influir en la aparición de las mismas, el proceso de generación, introducción y difusión de las innovaciones en el sector de baldosas cerámicas.

Resumen de las definidas como “determinantes” por el equipo del proyecto

AÑO	PRODUCTOS/PROCESOS	INNOVACIONES
1999		Investigación en gases
1998	Procesos	Equipamiento
1996		Patentes
1995		Modernización del sector
		Redes de innovación
1994		
2000	Resistencia térmica	

Y por cuanto se refiere al origen de las mismas:

INNOVACIÓN	ORIGEN BÁSICO	ORIGEN
Investigación en los gases de escape	Proveedores de gases	Desarrollo tecnológico y conocimiento básico del sector
Equipamiento	Redes de innovación	Empresas propias
Equipamiento en la investigación	Proveedores de equipamiento	Redes propias generadas
Patentes	Desarrollo de equipos	Empresas innovadoras (tecnología de procesos y calidad)
Modernización del sector	Empresas propias	Empresas y proveedores (desarrollo de procesos básicos)
Administraciones públicas	Proveedores de servicios	Empresas y proveedores (conocimiento industrial)
Empresas	Proveedores de servicios	Empresas y proveedores (conocimiento de competencias)
Administraciones públicas	Proveedores de servicios y administraciones públicas	Empresas y proveedores (conocimiento básico)
Equipamiento tecnológico	Proveedores de equipamiento	Empresas y proveedores (desarrollo de procesos básicos y calidad)
Equipamiento	Proveedores	Administraciones públicas
Empresas	Empresas propias	Desarrollo tecnológico (desarrollo de procesos de innovación)
Desarrollo de productos de gases	Redes de proveedores de gases	Empresas
Equipamiento en gases	Proveedores de equipamiento	Empresas y proveedores (conocimiento básico y calidad)
Equipamiento tecnológico	Proveedores de equipamiento	Empresas y proveedores (desarrollo de procesos básicos y calidad)

Las innovaciones tienen su origen en:

- Proveedores de tecnología y esmaltes: Aquí se puede encontrar claramente una fase previa de patente o estudio o, incluso, de oferta completa previa.
- Desarrollos internos de las empresas, bien en colaboración con asesores externos, centros de conocimiento o de desarrollo propio.

En este proceso se reproducen sistemáticamente unos orígenes:

- Conocimiento básico: Universal
- Captación por parte de ingeniería: Empresas, nor-

malmente no españolas. Empresas de ingeniería o directamente proveedores de maquinaria y tecnología

- Transformación en equipo industrial: proveedor de tecnología, normalmente extranjero.
- Introducción en mercado: Mismo proveedor anterior y apoyo de asesores externos
- Posteriores estudios: Centros del Distrito de Castellón y propios clientes usuarios
- Difusión: Todo el distrito.

Así pues el modelo implica:

- Esperar que algún proveedor de tecnología la desarrolle (normalmente será un proveedor extranjero).
- Influencia de asesores externos en la transferencia
- Captarla lo antes posible y conseguir ventaja inicial
- Los centros tecnológicos la estudian, publican, proponen mejoras
- Se difunde

El modelo viene implicando ser:

- Pasivo en la generación
- Activo en la incorporación y mejora
- Proactivo en el bucle de optimización

Con ello se requiere:

- Vigilancia para la primera fase
- Capacidad de absorción en la segunda
- Capacidad de relación cliente-proveedor en la tercera.

De los datos utilizados y analizados en la publicación se deriva:

- La productividad del sector se encuentra en niveles similares a la media española para el sector manufacturero
- Se encuentra por encima de la media de la CV para el sector industrial
- Pese a estar tradicionalmente encuadrado como sector de tecnología medio-baja, sus resultados de productividad bien lo podrán encuadrar entre los de tecnología media y media-alta
- La productividad ha venido aumentando sistemáticamente y el dato acumulado para el periodo 1980-2002 es del 5,35% de tasa media de crecimiento
- El momento de mayor tasa de crecimiento (7,44%) en el periodo 1990-1996
- La productividad ha crecido menos en el periodo 1996-2002 hasta situarse en el 0,77% de tasa media de crecimiento
- En todo el periodo considerado, el 32% del crecimiento de la producción viene explicado por la evolución del empleo y el restante 68% por el avance de la productividad. Lo que está en consonancia con los resultados de las economías desarrolladas que explican las 2/3 partes del crecimiento de la producción se debe a mejoras tecnológicas y un tercio al factor trabajo.
- La mejora sistemática de la productividad ha estado fundamentalmente sustentada en las mejoras



tecnológicas.

- Las mejoras tecnológicas vienen manteniendo la competitividad del sector, vía productividad

Los Puntos Fuertes que podemos distinguir en el actual modelo de gestión de la innovación son:

- Seguimiento del mercado
- Vigilancia Tecnológica
- Relaciones Cliente-Proveedor
- Saber hacer. Proceso de introducción, aprendizaje y explotación de la innovación.
- Relaciones en el distrito, información, comunicación y difusión

Dado que los datos del trabajo coinciden con estudios de la bibliografía utilizada, podemos concluir que los factores base de competitividad en las empresas del Distrito Cerámico de Castellón son:

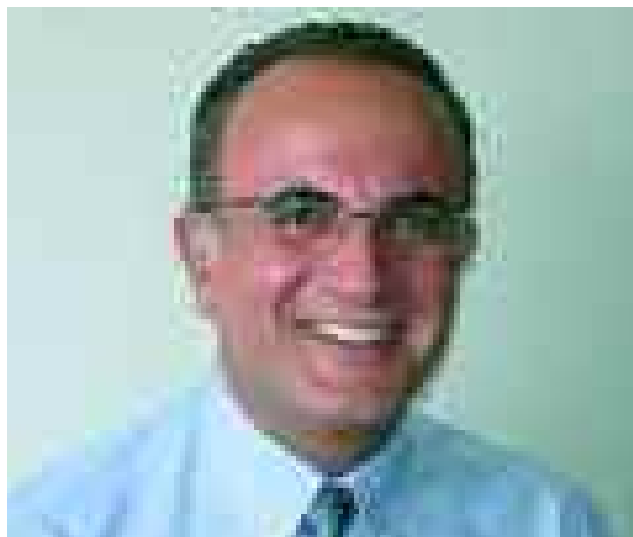
- Poseer una buena Posición Tecnológica
- Desarrollar una estrategia exploradora o analizadora
- Invertir en formación
- Realizar habitualmente un Plan Estratégico
- Orientación el mercado
- Todo lo cual, desde el punto de vista de la Innovación, nos vuelve a conducir al Modelo Propuesto que recoge todas estas variables como elementos a gestionar en un Sistema de Innovación para la mejora de la Productividad y Competitividad

LOS TÉCNICOS DEBATEN SOBRE LA I+D+I EN EL DISTRITO CERÁMICO CASTELLONENSE

La Asociación Española de Técnicos Cerámicos (ATC) celebró el pasado 8 de noviembre un aula-debate titulada "I+D+i en el distrito cerámico: mitos y realidades", que fue impartida por el experto Francisco Corma, director y fundador de la consultora QPT. La iniciativa, como es tradicional, se desarrolló en la sede de ATC y reunió a un buen número de profesionales de la industria cerámica castellonense.

En esta jornada, Corma creó un diálogo con los asistentes para, en un intercambio de ideas y opiniones, explicar cómo la innovación es un medio para que las empresas sean más competitivas, "pero no por sí sola, ya que no actúa sobre la competitividad de forma directa, sino que lo hace a través de otros factores estrechamente vinculados a ella, como es el caso de la productividad", según las palabras de Corma.

A lo largo de la intervención de Corma, y con la participación directa de los asistentes; se intentó dar respuesta a una serie de preguntas que se formulan con asiduidad a la hora de hablar sobre la I+D+i en la industria cerámica castellonense como, por ejemplo, si existe una relación directa entre la competitividad y la productividad, si la innovación puede considerarse un factor que mejora la productividad y, con ello, la competitividad; y, entre otras muchas cuestiones, si el distrito cerámico castellonense es verdaderamente innovador y qué desarrollos innovadores se han producido en la industria cerámica.



Además, Corma realizó un repaso a las innovaciones surgidas hasta ahora en la industria cerámica española, así como su origen, el origen del origen, los agentes introductores y su difusión, para llegar a la conclusión de que el sector presenta un modelo de innovación basado fundamentalmente en las relaciones con los proveedores de tecnología (fabricantes de maquinaria y de esmaltes), de innovaciones en gestión y nuevas tecnologías (empresas externas de consultoría) y con una rápida difusión habida cuenta de la configuración como distrito industrial, máxime con el aporte en materia de formación de la Universidad y del Instituto de Tecnología Cerámica.





EUROMOLIENDAS

BARRADARES GRUPO

EL PODER DEL PUEBLO



RSB

ALUMINA

Anffecc denuncia la "insostenible pérdida de rentabilidad" de los fabricantes de colores

El presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Fritas, Esmaltes y Colores Cerámicos (Anffecc), Alfredo González, denuncia la "pérdida de rentabilidad" de las empresas fabricantes de colores cerámicos "por las constantes fluctuaciones al alza de los costos de los óxidos metálicos, que no somos capaces de transmitir a nuestros clientes".

González señala, a modo de ejemplo, que el óxido de cobalto, del que se obtiene los azules, registraron a principios de año un incremento del 144%, que el óxido de níquel, imprescindible para fabricar colores negros, ha aumentado un 220% y que el óxido de praseodimio, que se utiliza para crear amarillos, ha registrado un incremento de su precio que llega al 367%.

"Como se podrá presumir, estos importantes incrementos en el mercado de los óxidos metálicos nos han obligado a desarrollar nuevas alternativas, reducciones de costes, mejora de productividad... Pero todo ello no ha sido compensado con el precio en el mercado cerámico y la rentabilidad se está resintiendo a unos niveles insostenibles", puntualiza González.

Según los datos facilitados por la patronal Anffecc, el mercado mundial de los colores cerámicos crece a un ritmo estable del 5% anual, pero son los colores para porcelánico los que más crecimiento están teniendo en volumen. Los mayores fabricantes del mundo se concentran en las provincias de Castellón y Valencia "y se exporta a todo el mundo con una calidad, servicio, innovación y capacidad de respuesta sin parangón", puntualiza el presidente de Anffecc.



El liderazgo castellanense en la fabricación de colores cerámicos se está resintiendo por la reciente aparición de nuevos competidores y, de manera especial, China, India y Brasil: "China tiene alguna ventaja en algún precio de materia prima, como el praseodimio, sin embargo su falta de calidad, continuidad, gestión de inventarios... no la hacen ser una alternativa seria, por el momento. Solo es competitiva por precio y algunas veces está apoyada por medidas medioambientales menos rigurosas. Sin embargo, en los colores rojos y naranjas de cadmio-selenio disponen de buenos productos a precios muy competitivos".

El ITC pondrá en marcha Cerámica Innova en la próxima edición de la feria Cevisama

El Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) y la Red de

A promotional banner for the Cevisama fair. The background features a person in a red shirt and white hat, possibly a boatman, on a body of water. The banner includes the website 'www.foto-gente.com' at the bottom left, a list of services on the top left, and the 'fotografar' logo on the right. The logo consists of the word 'fotografar' in a stylized font with a camera lens icon below it. The overall design is vibrant and professional.



Institutos Tecnológicos de la Comunitat Valenciana (Redit), a la que pertenece, celebrará en la próxima edición de Cevisama, que se celebrará del 5 al 9 de febrero, el evento Cerámica Innova. La iniciativa, que coincidirá con el Salón de Maquinaria, se centrará especialmente en las últimas innovaciones en tecnologías de proceso y maquinaria cerámicas, en producto y sus aplicaciones. En el certamen también tendrán cabida los temas medioambientales y energéticos.

Cerámica Innova se ha dividido en tres grandes ejes. En primer lugar, se celebrará un foro tecnológico, en el que se presentarán soluciones globales para las empresas. Además, se llevarán a cabo sesiones con entrevistas individuales programadas de antemano, y finalmen-

te, todo se complementará con una visita organizada a las principales empresas de construcción de maquinaria y bienes de equipo de la provincia de Castellón.

Este encuentro tecnológico–empresarial tiene como objetivo poner en contacto ofertas tecnológicas innovadoras con demandantes de soluciones. Investigadores, empresas, universidades o centros de investigación tendrán la oportunidad de presentar soluciones a problemas de producción a través de la colaboración tecnológica y sus aplicaciones. Estos encuentros serán el punto de partida para transferencias tecnológicas, acuerdos comerciales, subcontrataciones o colaboraciones.

Qualicer 2008 abordará el uso de la cerámica en la construcción sostenible

La próxima edición de Qualicer, el Congreso Mundial de la Calidad del Azulejo y del Pavimento Cerámico, abordará el uso de la cerámica plana en la construcción sostenible a través de una conferencia que expondrá Arturo Mastelli, arquitecto estadounidense estrechamente vinculado a la industria azulejera.

Mastelli, que participará en la cita castellanense con el trabajo titulado "Materiales sostenibles para una arquitectura sostenible", es un profesional con una dilatada experiencia tanto en Estados Unidos como en Italia, y ha impartido conferencias y participado en seminarios sobre diseño arquitectónico sostenible y eco-arquitectura en América y Europa, y de manera especial en Rusia.

Pero Mastelli no es el único que se ha sumado recientemente al catálogo de participantes de Qualicer 2008, ya que la organización del congreso confirma que el director de la empresa Cerámica Decorativa, José Castellano; y la responsable de Tendencias del área de Diseño y Arquitectura del Instituto de Tecnología Cerámica (ITC), Mila Payá, dirigirán una mesa debate que bajo el título "Innovación, diseño, tecnología y marketing" analizarán futuras líneas de actuación que puedan suponer una innovación para el sector industrial de

25



pavimentos y revestimientos cerámicos.

La mesa redonda, según fuentes de la organización, pretende ser una reflexión desde distintos puntos de vista que permita analizar de forma global la situación actual y formular posibles soluciones futuras: «En la actualidad, la innovación o lanzamiento de nuevos productos y servicios, destinados a la mejora de vida del ser humano, parte de la consideración de nuevos factores que mas allá del aspecto y la funcionalidad deben asegurar una continuidad del equilibrio medioambiental, la mejora de vida del ser humano en su totalidad, la competencia comercial en un mundo globalizado, los recursos energéticos, las nuevas tecnologías y las nuevas expectativas de los usuarios», se explica desde la organización de la décima edición de Qualicer.

Cersaie registra un incremento de visitantes del 1,1%

Cersaie, el salón italiano de cerámica para arquitectura y equipamiento de baño, celebró este año sus bodas de plata ratificando, con tres nuevos récords, la importancia comercial de la feria, que tuvo lugar en Bolonia del 2 al 6 del pasado mes de octubre. Nuevos récords de visitantes totales, de operadores profesionales procedentes de fuera de las fronteras italianas y de periodistas, tanto italianos como internacionales.



La feria de Bolonia fue visitada por 91.935 personas, lo que implica un crecimiento muy leve pero significativo del 1,1%. Se trata de un nuevo récord para las ediciones de Cersaie de cinco días de duración, "un resultado que cobra aún más importancia por el aumento de la internacionalidad y la calidad de sus visitantes", según fuentes de la organización.

Los stands de las 1.078 empresas representantes de 32 países distintos acogieron hasta 27.121 profesionales internacionales, cifra que revela un crecimiento del 3,7%, superando el récord del año pasado, lo que

constituye ahora el 29,5% del total. De esta manera, y según la organización, "Cersaie se consolida, pues, en los primeros puestos del mundo por la internacionalidad de sus visitantes", indican las mismas fuentes, que destacan que también fue de gran calidad la participación de los profesionales italianos, que alcanzó las 59.345 personas, con un aumento del 0,4%.

La consellera Belén Juste presenta el "Cuaderno de Tendencias del Hábitat (2008-2009)"

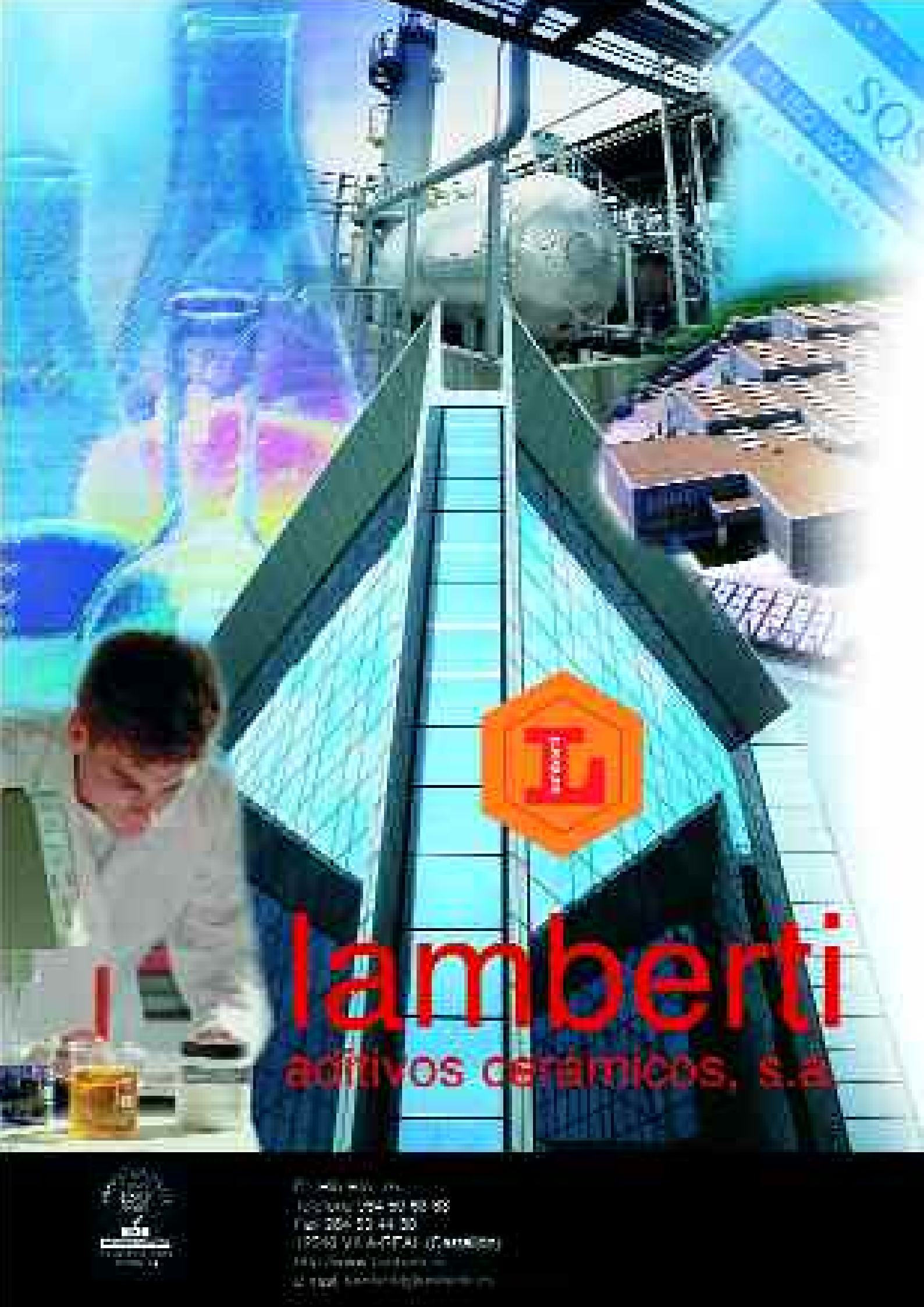
La consellera de Industria, Comercio e Innovación, Belén Juste, presentó el pasado mes de septiembre el primer trabajo del Observatorio de Tendencias del Hábitat, el "Cuaderno de Tendencias del Hábitat (2008-2009)". Se trata de una nueva herramienta de la que se podrán beneficiar, en primera instancia, más de 1.000 empresas que ya están asociadas a los institutos tecnológicos relacionados con este sector.



Para la consellera de Industria, Comercio e Innovación, "este cuaderno es una iniciativa pionera en España que sitúa a la Comunitat Valenciana a la vanguardia de los instrumentos competitivos de apoyo a las empresas del sector del hábitat".

El Observatorio de Tendencias del Hábitat, proyecto que comenzó su andadura en 2005 y en el que la Conselleria de Industria ha invertido a través del Impiva 663.838 euros, ha sido desarrollado por tres institutos tecnológicos: el Instituto de Tecnología Cerámica (ITC), el Instituto Tecnológico del Mueble, Madera, Embalaje y Afines (Aidima) y el Instituto Tecnológico Textil (Aitex), miembros todos de la Red de Institutos Tecnológicos de la Comunitat Valenciana (Redit).

El fruto del intenso trabajo multisectorial realizado por este observatorio ha quedado reflejado en el cuaderno presentado por la consellera de Industria que permite a las empresas del sector "anticiparse a los cambios que puedan producirse en él y participar en la generación de tendencias", según sus palabras.



Lambertini

aditivos cerámicos, s.a



Bo. 444-450, Madrid 11
Teléfono: 904 60 50 99
Fax: 904 60 44 30
10040 VILLAREAL (Cádiz)
E-mail: ventas@lambertini.es
www.lambertini.es

IX

Congreso del Técnico Cerámico

Empresas patrocinadoras

azulejo



B
BONET
Group

GRUPPO
COLOROBIA

COLORONDA s.l.
frisos y azulejos cerámicos

CUCCOLINI
ceramiche

el Periódico de
AZULEJO

esmalglass-itaica
GRUPO



fuente editrice ibérica s.l.a.

FERRO

IMERYS
Tiles Minerals

lamberti
ceramiche industriali s.p.a.

macer

MAINCER, S.L.
MAJOLICA E AZULEJOS PORTUGAL

METCO

NETZSCH

PAMESA
CERAMICA

QUIMALMEL
Quisa Corporation

quimiCer

rocersa
CERAMICA

SAATIprintalia

SACMI

SMALTICERAM

SYSTEMS
Ceramics

TC
Técnicos Cerámicos

TORRECID

UCERSA
LIT. DE CERAMICA S.p.A.