el Periódico del
Azulejo

DIRECTOR: JOSÉ LUIS VALENCIA LARRAÑETA. NÚMERO 250
MARZO Y ABRIL DEL 2022 www.elperiodicodelazulejo.es

El conflicto bélico entre Rusia y Ucrania agrava la crisis energética

Cevisama 2022 opta finalmente por cancelar su edición del mes de junio

Cerca de 80 marcas españolas participan en abril la feria de Coverings en Las Vegas.

IMAGEN: CIFRE CERÁMICA

Con la mirada en EEUU

El Tile of Spain confía en Coverings para continuar creciendo en su principal destino internacional

Sumario

el Periódico del Azulejo

Tema del mes
Páginas 4 a 8

La **‘sangría’** energética asfixia a la industria

Industria
Página 9

Cevisama no abrirá sus puertas en junio

Diseño
Página 19

Proconcept, nueva marca del Tile of Spain

Colocación cerámica
Página 20

Perfiles de **tendencia**

Industria
Página 14

Entrevista a Domingo Colomo **(Roca Tiles)**

Director: José Luis Valencia. **Redactor Jefe:** Pepe Beltrán. **Jefa Ediciones Especiales:** Eva Colom. **Coordina:** Javier Cabrerizo. **Diseño:** José Martos. **Fotografía:** M. Nebot, G. Utiel, E. Pradas y A. Esteban. **Edita:** Comunicación y Medios de Levante, SL. **Director Comercial:** Jesús Dualde. **Ejecutivo de ventas:** Javier Cabrerizo. **E-mail:** azulejo@elperiodico.com. Ctra. Almassora, s/n. 12005 Castellón. **Teléfono:** 964 349 500. **DL:** CS-016-2000

GRUPO DCC3000

CENTRAL DE COMPRAS Y VENTAS DE ALMACENES DE MATERIALES DE CONSTRUCCION

LIDERES EN ANDALUCIA
por número de establecimientos

HACEMOS NEGOCIOS

COMPETITIVOS

DIFERENTES

MODERNOS

RENTABLES

www.grupodcc3000.com o pregunta directamente en
info@grupodcc3000.com o 957 241 280

KERABEN GRUPO

A reflection of you

@KerabenGrupo

www.kerabengrupo.com

El sector cerámico de Castellón ha acogido con tibieza y decepción las ayudas anunciadas por el Gobierno para hacer frente al efecto de la crisis energética en la economía española.

La energía no da tregua y el sector lamenta su 'soledad'

La industria castellonense, acuciada por la escalada del precio del gas, no recibe el apoyo del **Gobierno central**

Desde septiembre del 2021, en estas misma páginas hemos venido trasladando la creciente preocupación de la industria azulejera por la imparable escalada de la energía. Con el paso de los meses, lejos de suavizarse esta tendencia, la escalada sigue imparable en el precio, sobre todo, del gas. Y sin vislumbrarse una solución a corto plazo, la guerra en Ucrania ha supuesto un agravamiento de esta *sangría* que ha llevado a una situación límite al sector que contrasta con la inacción de los organismos públicos cuyas medidas se antojan tardías e insuficientes para contrarrestar este lastre sobrevenido. No hay que olvidar que el clúster representa el 14,4% del PIB industrial de la Comunitat Valenciana y más del 20% del total del PIB de de Castellón.

Para valorar la gravedad del contexto basta con mostrar cómo se ha disparado el coste del gas. Si el 22 de febrero, el TTF (índice de referencia del valor de esta fuente de energía) cotizó en 79,79 euros el megavatio hora (€/MWh), el lunes 7 de marzo el precio de cierre se situó en los 227,20 €/MWh, lo que supone un incremento del 185%.

Desde Ascer han recordado que el precio medio del gas en 2021 fue de 46,29 €/MWh (+495% respecto 2020) lastrado sobre todo por el cambio de tendencia en el segundo semestre. Los fabricantes han alertado de que «con precios por encima de los 60/80 €/MWh desde la industria gasintensiva ya comenzamos a lanzar señales de alarma» y desde entonces el coste no ha hecho sino crecer hasta ser «del todo insostenible».

G. UTIEL / I. CHECA

Ascer califica como «insignificantes» las ayudas especiales concedidas por el Ejecutivo central.

Ante ello, el clúster confiaba en que el Gobierno central respaldara al sector con su plan especial de medidas de choque por la crisis bélica en Ucrania. Pero, a la postre, el resultado ha sido más que decepcionante. Desde Ascer consideran que el paquete de iniciativas es «claramente insuficiente». «El texto aprobado genera dudas relativas a su aplicación y adolece de cierta indefinición que crea incertidumbre en las empresas en un momento en el que la economía necesita todo lo contrario», añaden.

Los sectores gasintensivos, como la cerámica, pueden recibir un total de 125 millones de euros. Consultada la letra pequeña, la cuantía máxima a la que podrá optar cada empresa es de 400.000 euros, a razón de 5.000 euros por trabajador. «Una cifra nimia si tenemos en cuenta que la factura media mensual del gas del último periodo puede estar en torno a los dos millones de euros. Esto es, una quinta parte». «El número de empleados medio de la industria es de 103, pero no hay que olvidar que además de pymes contamos con grandes empresas que superan con creces esa cifra y que se verán penalizadas en el cálculo», recalcan desde Ascer.

El secretario general de la organización, Alberto Echavarría, afirma que «esperábamos una respuesta más contundente y con más medidas que han quedado en el tintero, como la rebaja de peajes del gas, eliminación de impuestos en hidrocarburos o moratorias de pagos para empresas afectadas por la crisis energética, todas ellas medidas encaminadas a dar liquidez a las empresas».

AGRAVIO PARA LOS ESMALTES

Por su parte, desde Anffecc mostraron su estupefacción porque el decreto del Consejo de Ministros deja fuera a este segmento del clúster: «Desconocemos cuál ha sido el criterio de selección de los sectores y no comprendemos que se deje fuera al nuestro; y más cuando hemos estado reunidos con varios ministerios; por ello hemos solicitado que se corrija el texto legal de forma inmediata, pues las ayudas deben destinarse a todos los sectores gasintensivos, sin agravios».

Entre el 1 de diciembre y el 30 de marzo la cifra de expedientes de regulación temporal de empleo en el clúster azulejero alcanzó los 30, con un total de 4.100 profesionales afectados.

El clúster cerámico recurre de nuevo a los ERTE

La adversa coyuntura que atraviesa en los últimos meses la industria cerámica de Castellón está deparando un escenario de anormalidad e incertidumbre que se está dilatando en el tiempo. Frente a ello, tal y como sucedió tras la llegada del coronavirus, en la provincia de Castellón están proliferando los ERTE (expedientes de regulación temporal de empleo) entre las firmas productoras de baldosas. Así, el número de ERTE que se ha presentado por parte de firmas del clúster entre el pasado 1 de diciembre y el 30 de marzo alcanza ya la cifra de 30, con 4.100 profesionales afectados.

Cabe recordar que el sector en su conjunto emplea a más de 17.000 personas. No obstante, que se haya aprobado un expediente no significa que se esté aplicando, ya que es un instrumento de flexibilidad y cada empresa puede luego ponerlo en marcha o no, o hacerlo parcialmente en función de sus respectivos intereses.

En la mayoría de los casos, las causas aportadas por las empresas para presentar un expediente de regulación temporal de empleo son los elevados sobrecostes por el incremento de los precios de la energía, especialmente, el gas natural, y la necesidad de reducir la producción para no verse obligados a fabricar a pérdidas. Esta situación prácticamente inédita en la historia del azulejo se ha visto agravada con la invasión de Ucrania por parte de Rusia.

Dentro de las diferentes tipos de industrias que componen el *lobby* cerámico de la provincia de Castellón, el grueso de las mercantiles que ya ha optado por los ERTE es fabricante de baldosas, aunque también hay casos ya en atomizadoras.

Desde diciembre, el número de empleados afectados por expedientes alcanza los 4.100 profesionales

Por el momento no hay constancia de compañías de esmaltes y fritas que hayan dado este paso, aunque el presidente de su patronal (Anffecc), Joaquín Font de Mora, expresó que la paralización de hornos y los paros temporales serán inevitables. A su vez, desde la patronal Ascer afirman que «de alargarse más en el tiempo la crisis es más que probable que la suspensión temporal de empleos se convierta en extinciones».

Por su parte, desde los sindicatos reconocen que los actuales precios del gas «no se pueden soportar por parte de las empresas», según ha explicado el secretario general de UGT FICA Comarques de Castelló, Vicente Chiva. El representante ha asegurado que las azulejeras ya lo han advertido y lo que antes del conflicto bélico fue un goteo de expedientes, el mes de abril ha deparado una sucesión continua de ERTE. El representante sindical ha indicado que «son necesarios por el precio carísimo del gas natural, que tiene un valor 10 veces mayor que los que estaban en vigor hace un año y medio».

Asimismo ha subrayado que, en este contexto, se da también una paradoja, ya que «hay muchos pedidos por completar y hay que dar respuesta a la cartera de clientes», por lo que hay que seguir produciendo.

Vicente Chiva ha pedido a Europa que «controle el precio del gas o se plantee un tope» o, de lo contrario, «las empresas próximamente no podrán aguantar entre el precio ya alto del gas y ahora con la guerra».

El suministro de arcillas, un problema sectorial de calado

Vigilancer describe la evolución de esta materia prima y las dificultades para el sector de implantar alternativas

El clúster cerámico de Castellón ha experimentado un importante cambio en la tipología de baldosas fabricadas. Esta evolución hacia la producción de baldosas de cocción blanca ha supuesto un cambio en las materias primas empleadas, pasando de emplear mayoritariamente arcillas locales de cocción roja a materias primas de cocción blanca de procedencia tanto nacional como importadas.

De este modo, mientras que en las últimas décadas del siglo pasado la fabricación de baldosas de cocción blanca suponía únicamente el 15% de la producción, en 2021 este porcentaje superó el 70%. Este hecho, unido al aumento de la producción en este mismo período, ha supuesto para el sector una necesidad creciente de abastecerse de materias primas de cocción blanca, mayoritariamente de arcillas y feldespatos.

La evolución en la tipología de baldosas ha implicado un aumento del estrés en la cadena de suministro, cuyo papel es estratégico en términos de eficiencia de recursos y competitividad, dado que los dos principales fabricantes europeos de baldosas (España e Italia) se abastecen de algunas fuentes comunes de materias primas, concretamente de la arcilla de Ucrania y el feldespato de Turquía.

El CNR-ISTEC, el Centro Cerámico de Bolonia y el Instituto de Tecnología Cerámica (ITC-AICE), presentamos en Qualicer 2020 una ponencia en la que se cuantificaban los flujos de materias primas empleadas en los clústeres de Castelló y Bolonia. En este trabajo se ponía de manifiesto la dependencia de ambos países de las importaciones de arcillas de cocción blanca y feldespatos.

Este informe se actualizó y publicó en 2021 en la revista *Resources, Conservation & Recycling* y allí se incluyeron algunas de las causas que estaban detrás del cambio en el tipo de baldosas fabricadas. Aunque ambos clústeres potencian el uso de materias primas nacionales por su coste, los aspectos tecnológicos y de mercado son los que más incidencia han tenido en el cambio del tipo de baldosas fabricadas en España.

Los datos actualizados del consumo de arcilla blanca nacional y de importación confirman la transición hacia baldosas de cocción blanca, especialmente de gres porcelánico, que se refleja claramente en un incremento progresivo del consumo de arcilla, tanto nacional como importada hasta 2017.

La ralentización de las importaciones en 2018 y la ligera disminución en 2019 se debieron tanto a los ajustes de los estocs de arcilla importada en el puerto de Castellón y en las propias instalaciones industriales, como a un mayor consumo de arcillas nacionales para ajustar el coste del polvo atomizado, dado que en este periodo la producción de baldosas de cocción blanca continuó con un ligero aumento.

El último envío de arcilla ucraniana, de 40.000 toneladas, llegó a Castelló el pasado 8 de marzo.

EL 'ESCENARIO' EN 2020 Y 2021

La irrupción del covid-19 en 2020 supuso la parada de algunas azulejeras en el segundo trimestre, lo que se vio compensado en parte por la reactivación de la demanda en la segunda mitad del año, dando como resultado una disminución de la producción anual de baldosas del 4,5%. La reactivación de los mercados continuó en el 2021, con un aumento de la producción de un 20%, lo que también se refleja en el consumo de arcilla nacional y de las importaciones.

El consumo de arcilla nacional aumentó en un 24%, y las importaciones un 34%. El mayor aumento de la arcilla de importación se debió, entre otras causas, al aumento de los estocs por parte de algunos de los principales grupos azulejeros, así como a la necesidad de emplear arcillas de mayor plasticidad para fabricar formatos cada vez mayores.

En ese mismo año (2021) las restricciones sanitarias derivadas del covid en diversos países ralentizaron las actividades portuarias e hicieron que los contenedores no pudieran regresar a sus lugares de origen, generando una escasez en los puertos exportadores de Asia, particularmente en China.

Esto, a su vez, también provocó una mayor congestión en las principales rutas marítimas que terminó afectando a los fletes del transporte a granel. A comienzos de 2021 se inició una escalada en los precios de estos fletes que duplicaron su precio a mitad de año, a lo que se unió la dificultad de encontrar buques que hicieran el servicio.

AGRAVAMIENTO DE LA SITUACIÓN

La agresión de Rusia a Ucrania a finales de febrero de 2022 ha agravado enormemente esta situación ya compleja, dado que Ucrania es el principal proveedor de arcilla de importación (70%) para el sector cerámico español. Algunos de los puertos de origen, como Olbia y Mykolaiv, fueron bombardeados por el ejército ruso el 7 de marzo, y el último envío de arcilla, de 40.000 ton, se desestibó en el puerto de Castelló el pasado 8 de marzo.

La importación de arcillas de cocción blanca por países de procedencia señalan a Reino Unido, y en menor medida Francia y Alemania, como las fuentes iniciales de estas arcillas, pero en los últimos años su uso ha decaído en favor de la arcilla de Portugal y especialmente de la de Ucrania dada su buena relación propiedades/coste.

En todo este periodo la arcilla mayoritariamente importada ha sido la de Ucrania, pero ya en 2017 se observa una incipiente diversificación de los orígenes de la arcilla con la entrada de arcillas de Rumania y de Turquía que ha reducido ligeramente la fuerte dependencia de la arcilla de Ucrania. En 2021 el clúster de Castelló aumentó de forma notable las importaciones, particularmente de Ucrania y en menor medida de Rumanía, debido principalmente al aumento de los stocs como ya se ha comentado anteriormente.

RESERVAS ESTIMADAS

La situación en 2022 es incierta dado que, según la información facilitada por los mayores grupos consumidores, existen reservas de arcilla de Ucrania para unos 4 meses, pero se desconoce si se podrán reanudar las importaciones debido a las restricciones impuestas por los países occidentales y a la destrucción de infraestructuras ucranianas.

Las empresas cerámicas ya se están preparando para el peor escenario imaginable, modificando las formulaciones para reducir en lo posible la dependencia de arcilla de Ucrania. Sin embargo, ello no es sencillo debido, por una parte,

Desde hace años ya se preveían posibles complicaciones en la cadena de suministro, hoy agravadas por el conflicto en Ucrania

a las características de esta arcilla, que aporta blancura, prensabilidad y resistencia mecánica antes de la cocción, y por otra, a la presencia de impurezas en algunas arcillas alternativas (sulfuros y materia orgánica). Por si eso fuera poco, resulta difícil incrementar el uso del resto de arcillas, tanto nacionales como importadas, debido a aspectos logísticos, de reservas y también de planificación de la extracción en las minas.

En este escenario tan complejo y sobrevenido en un entorno de alta incertidumbre, desde el Instituto de Tecnología Cerámica (ITC-AICE) se está colaborando con las empresas para poder gestionar esta situación y, como medida extraordinaria, todos los servicios disponibles en ITC-AICE para llevar a cabo esta transición (caracterización de nuevas arcillas y formulación de nuevas composiciones) contarán, si cabe, con mayor apoyo, con la esperanza de que termine esta situación indeseada y perjudicial en todas las esferas: humanitaria, política, económica y social con un impacto de grandes dimensiones.

*** Francisco Javier García - Responsable del Área de Materiales y Tecnologías Cerámicas del ITC-AICE)**

APOYOS PARA PAVIMENTO
FLOTANTE

Visite nuestro catálogo técnico
PRESTO www.lizabar.com

PARA USO EN:

- TERRAZAS ACCESIBLES
- FALSOS SUELOS TRANSITABLES
- CUBIERTAS PEATONALES
- AZOTEAS
- REHABILITACIONES, ETC.

Columnas gran altura regulables
Resistencia 1.000 kg
Alturas ilimitadas

GRAPAS OCULTAS PARA ENSAMBLAJE DE TARIMAS NATURALES Y SINTETICAS

Separación entre lamas: sólo 3mm.
Cabeza de tornillo: no visible

NUEVO

LIZABAR PLASTICS s.l.

rased

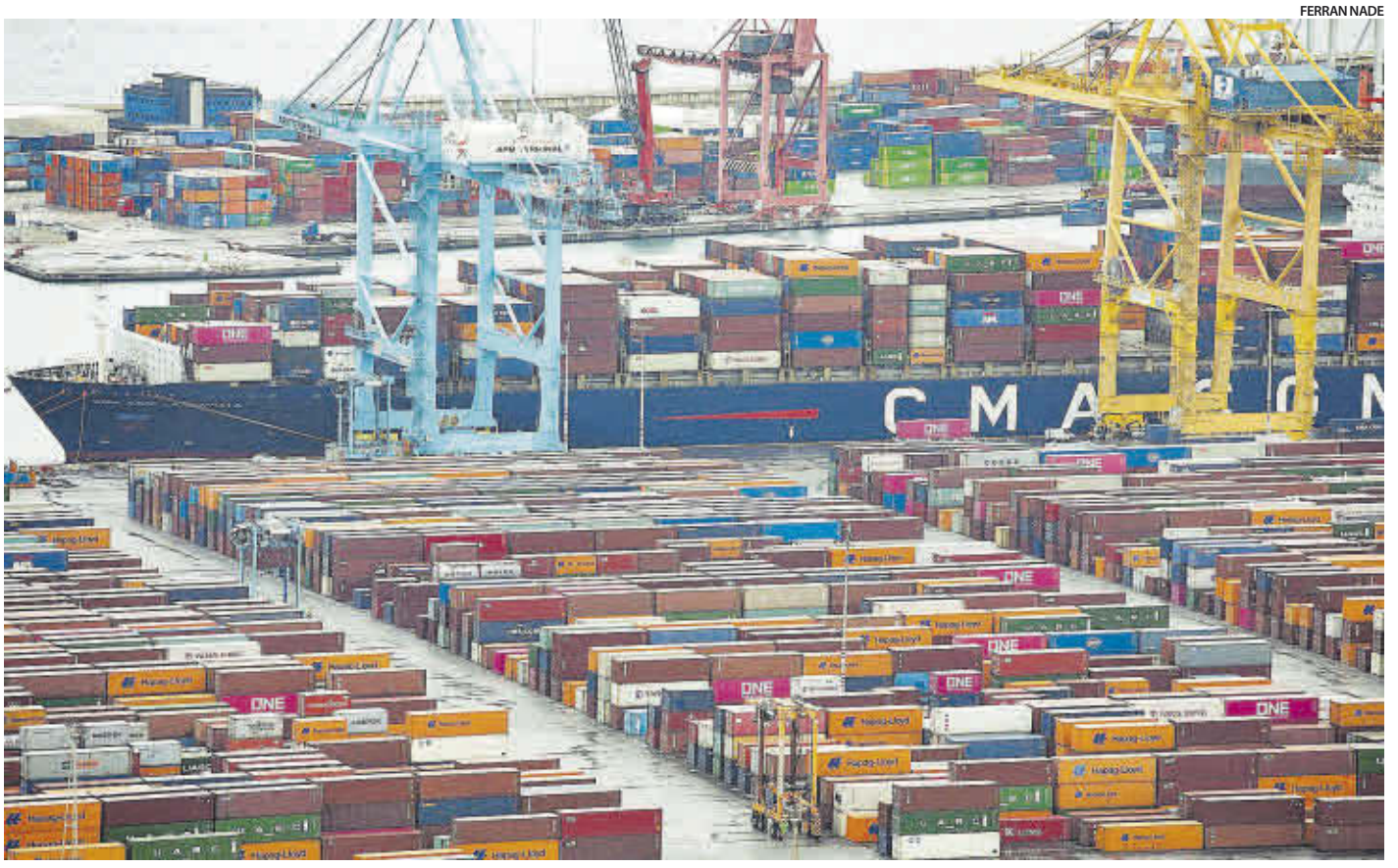
C/ Binefar, 37 | Local 26-28
08020 Barcelona
Tfno. / Fax: 93 305 63 61
e-mail: lizabar@lizabar.com

www.lizabar.com

Efectos para el azulejo tras la 'desconexión' de Rusia

El director de **Credilex** detalla las implicaciones para el sector de la exclusión de la banca rusa del sistema Swift

FERRAN NADE



Swift es un código internacional que presta a sus socios un servicio de mensajería cifrada que posibilita las transferencias internacionales de fondos.

Una de las sanciones más severas de la UE contra Rusia ha consistido en excluir o bloquear a las instituciones financieras rusas (y bielorrusas) del sistema o protocolo Swift. Son varias las consideraciones que cabe hacer a partir de esta circunstancia.

Swift es un sistema de carácter netamente privado: una agrupación voluntaria de entidades financieras, constituida en 1973 bajo la forma de sociedad cooperativa en Bélgica, a la que se fueron sumando entidades hasta alcanzar las 11.000 actuales. Aunque los socios de SWIFT son entidades bancarias privadas, la supervisión sobre el mismo recae en un consejo formado por los bancos centrales de Bélgica, Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Alemania, Canadá, Italia, Japón, Suiza, Suecia, así como el BCE.

Dicho esto, resulta indudable que su inmensa difusión en la práctica hace de la suspensión una herramienta clave que puede llegar a colapsar el comercio entre Rusia y el resto del mundo.

¿Por qué? Porque la misión de Swift es generar confianza entre las entidades financieras a la hora, por ejemplo, de realizar una transferencia internacional de fondos, de modo que el banco emisor de la transferencia y el del país receptor tengan la garantía de que están efectuando la transferencia de manera segura.

Se trataría de un sistema de transmisión electrónica de datos entre las instituciones financieras, que asegura la identificación exacta de emisor y receptor, confirma la recepción de la información y garantiza la adecuada confidencialidad mediante claves. En suma, una suerte de aplicación de mensajería muy sofisticada para comunicarse entre entidades bancarias. Pero claro, al tomar la decisión de excluir a los bancos rusos de Swift (a todos menos a Gazprombank y a Sberbank) se suscitan interrogantes, puesto que, en definitiva, son empresas y particulares de otros países quienes acabarán sufriendo los daños colaterales.

TRANSACCIONES YA CERRADAS O FUTURAS

Es aquí donde pueden verse afectadas las numerosas transacciones comerciales entre empresas azulejeras españolas e importadores rusos, a la hora de articular los pagos, bien sea de operaciones ya cerradas o de operaciones futuras.

La primera consideración (y riesgo) que cabría apuntar es que, frente a una eventual reclamación por mercancías cuyo pago no ha sido atendido, el deudor ruso pudiera alegar que no paga, «porque no puede» o, porque «no le dejan pagar». Es la tradicional invocación a la «fuerza mayor», como exoneración de responsabilidad del incumplimiento por parte del obligado al pago. Dicho remedio está presente en todos los ordenamientos, también en el ruso.

Quiere con ello decirse que si en el contrato o en las relaciones comerciales entre exportador e importador se hubiera establecido que los pagos han de articularse a través de transferencia internacional, indicando incluso una determinada cuenta bancaria (será lo normal), tales pagos no podrían ser efectuados por el comprador.

EXISTENCIA DE FUERZA MAYOR

¿Tendría ese argumento visos de prosperar? A nuestro juicio, dependerá: si en el momento en que se produjo la desconexión de Swift (ordenado el pasado 2 de marzo) aún no se encontraba vencida la obligación de pago, considero que sí, que el deudor podrá oponer eficazmente la existencia de fuerza mayor para no incurrir en responsabilidad por incumplimiento, con las consecuencias que ello lleva normalmente aparejadas (posibilidad de reclamar intereses de demora, por ejemplo).

Especialmente cuando la reclamación tuviera lugar ante los tribunales rusos, entendemos que el argumento tendría muchas posibilidades de ser acogido. De hecho, se trata de un acontecimiento que para el deudor no pudo preverse o que, aunque hubiera podido ser previsto, no pudo evitarse (que es el tradicional concepto de fuerza mayor).

Mucho más discutible es que el deudor pueda alegar esa misma fuerza mayor como causa de exoneración de responsabilidad si la obligación de pago ya se encontraba vencida y era exigible en el momento en que se produjo dicha desconexión, pues el deudor podría haber pagado antes y no lo hizo.

No creemos que debieran ser igualmente atendibles los argumentos del deudor en tales casos, aunque estamos muy seguros de que lo hará valer ante los juzgados rusos, llegado el caso. Ahora bien, en cualquiera de las situaciones, que el deudor pudiera no incurrir en responsabilidad no debe implicar liberación de la deuda, sino que esta subsiste y deberá ser atendida en cuanto mejore la situación y vuelva a ser posible pagar.

A partir de aquí, la siguiente pregunta es cómo prevenir o minimizar tales riesgos de cara al futuro. ¿Se puede hacer algo para lograr que los pagos que hayan de hacerse en los próximos meses desde Rusia puedan transferirse?

En realidad, no se atisba a corto plazo más solución que la de *triangular* operaciones con terceras empresas a través de entidades financieras que empleen protocolos de verificación distintos del Swift (como pudiera ser el CIPS chino). Se trata, con todo, de soluciones complejas que no haría sino incorporar a un tercero a modo de intermediario y, a la larga, encarecer la operación. Y, claro, exigirían que previamente se puedan adherir esas mismas instituciones bancarias al área de influencia del yuan chino.

Con todo, ha de admitirse que uno de los efectos secundarios (y no deseados) de la suspensión de los bancos rusos en Swift será, muy probablemente, el consiguiente impulso del sistema CIPS o protocolos similares, con lo que de alguna manera «el tiro (de expulsar a los bancos rusos del Swift) habría salido por la culata», pues acabarían acogiéndose a un sistema alternativo propiciado por China.

EL CASO DE IRÁN

Otra duda que surge es si existen casos cercanos semejantes al de los bancos rusos. ¿Es el caso de Irán un supuesto asimilable? Es cierto que bastantes de los bancos iraníes fueron suspendidos de Swift en 2012 durante cuatro años pero, en el fondo, las trabas más serias al comercio con Irán derivan de las sanciones económicas impuestas por EEUU.

En efecto, aunque se pudiera comerciar con Irán, ello entrañaría que esa empresa ya no podría comerciar con EEUU y que los bancos que se brindasen a servir de soporte para dicha operación tampoco podrían operar en los EEUU. Hay que mencionar también que en la UE hay iniciativas para abrir el comercio con este país sin llegar a funcionar.

*** Fernando Martínez Sanz - Abogado director de Credilex Global Recovery**

Cevisama **finalmente no abrirá sus puertas en 2022**

La crisis energética obliga a la organización a posponer la edición del próximo mes de junio a **febrero del 2023**

MARCOS SORIA

Tras varias semanas de debate en el clúster, la decisión fue adoptada el 31 de marzo por la feria tras la reunión extraordinaria del comité organizador.

Después de evaluar la actual coyuntura adversa que atraviesa el sector cerámico español, Feria Valencia ha optado finalmente por cancelar Cevisama 2022, la cita prevista del 13 al 17 de junio. Asimismo, ya ha hecho pública la fecha de su próxima convocatoria, que se celebrará del 27 de febrero al 3 de marzo de 2023.

Tras varias semanas de debate en el seno del clúster, la decisión fue adoptada el 31 de marzo por la institución ferial tras la reunión extraordinaria del comité organizador. De esta forma, Cevisama, que ya tuvo que aplazar su habitual cita de febrero debido a la sexta ola de la pandemia provocada por el coronavirus, pospone ahora la edición de junio por la crítica situación que atraviesa su pilar expositivo, la industria fabricante de baldosas cerámicas, que se enfrenta a un escenario de gran incertidumbre y de consecuencias adversas derivadas por el alza de costes energéticos que se ha agravado tras la invasión rusa de Ucrania.

Y es que la guerra ha recrudecido la crisis energética que vienen sufriendo las compañías cerámicas desde mediados del año pasado. De hecho, el estallido del conflicto bélico ha provocado una escalada insostenible de los precios del gas y el sector, una industria gasintesiva, se enfrenta ya a paros de producción y ajustes laborales en forma de regulaciones temporales de empleo (ERTE).

La situación crítica que sufre la industria hace inviable la celebración de la cita del 13 al 17 de junio.

Al inasumible coste energético hay que sumar otros factores que complican todavía más la crisis sectorial: los problemas de abastecimiento de arcillas y el encarecimiento generalizado de otras materias primas, así como de los costes logísticos. La industria cerámica, además, ha perdido el mercado ruso (que ocupó el puesto 12º entre los principales destinos de la cerámica española a lo largo del pasado ejercicio).

En este contexto, y pese a que la demanda estaba respondiendo de forma muy positiva, con el prerregistro de visitantes un 25% superior al de anteriores ediciones, el escaparate comercial ha ido perdiendo fuerza hasta el punto de no ser lo suficientemente atractivo como para celebrar la feria.

«Lamentamos los problemas que este nuevo aplazamiento pueda causar, pero estamos hablando de una situación de emergencia sobrevenida que no nos permite organizar el gran reencuentro que tanto ansiamos. No podemos celebrar una Cevisama de mínimos. Y no podemos, ni queremos, defraudar a los visitantes profesionales que recibimos cada año de todo el mundo», asegura Carmen Álvarez, directora de Cevisama.

Tras la cancelación, el comité organizador ha aprobado celebrar la siguiente edición de Cevisama del 27 de febrero al 3 de marzo de 2023. De este modo, el certamen internacional volverá a su tramo tradicional del calendario, en el primer trimestre del año, como primera feria comercial del ejercicio y momento idóneo para presentar las novedades.

Feria Valencia se ha comprometido, con el apoyo de la Conselleria de Economia, a realizar un esfuerzo inversor de cara a la próxima edición para dar un salto cualitativo en la oferta y los contenidos y, por otro, garantizar la asistencia a Cevisama 2023 de todas las firmas referentes nacionales e internacionales.

«Estamos ante una emergencia y no queríamos celebrar una edición de mínimos», afirma Carmen Álvarez

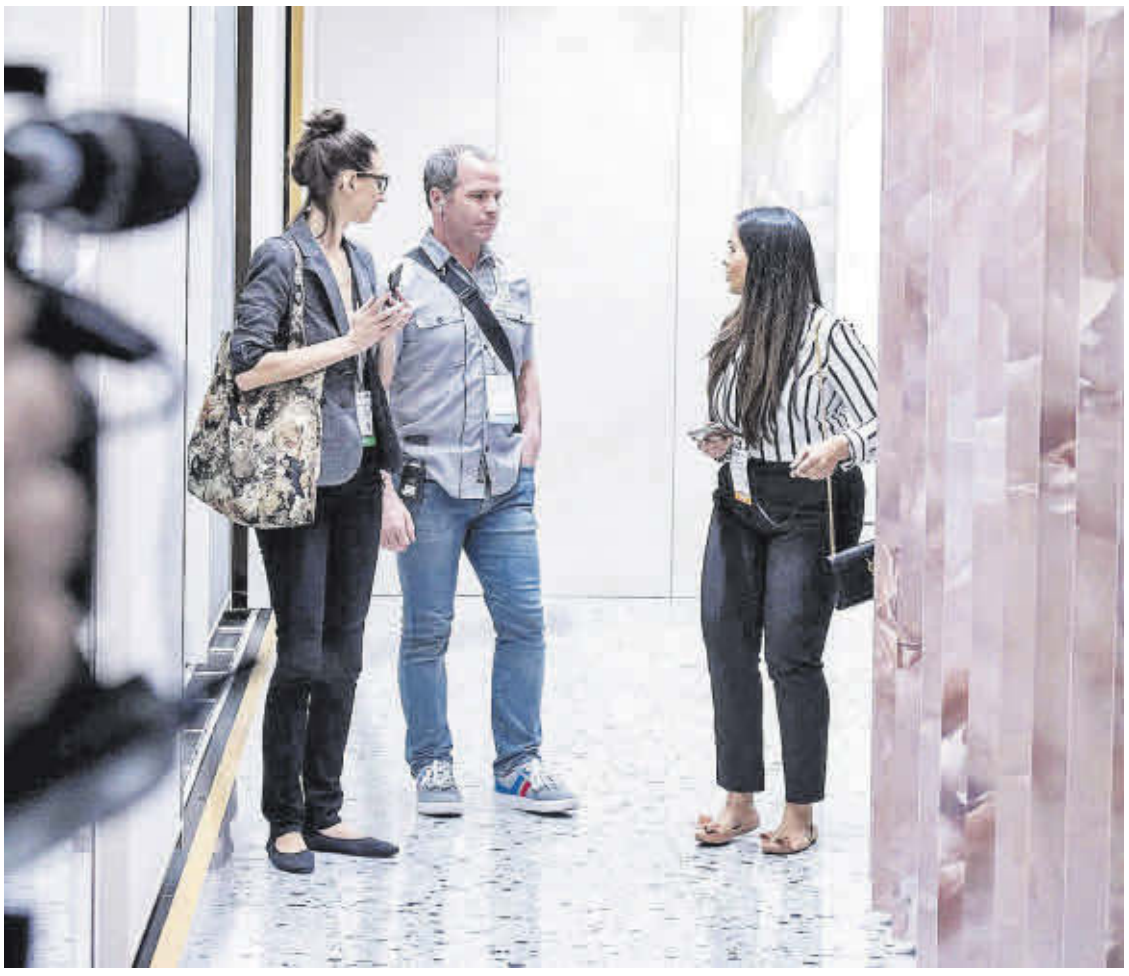
LAS VALORACIONES DE LAS TRES PATRONALES

Ascer «respeta y acata la decisión de suspender la edición de Cevisama prevista para junio 2022». Fuentes de la patronal añadieron que seguirán «trabajando para dar respaldo a nuestras empresas en su promoción». Por su parte, desde Anffecc afirman «comprender la situación ante la difícil situación que atraviesan las empresas». «Además el conflicto bélico limita el desplazamiento de visitantes extranjeros, por lo que es una decisión que, entenemos, es apropiada».

El presidente de Asebec, Juan Vicente Bono, lamenta que la incertidumbre «no haya hecho posible la feria», en la que tenían «muchas expectativas con el inicio del pabellón tecnológico». Pese a ello, destacó que «la razón de ser de la feria era lograr la participación de visitantes extranjeros, lo que no estaba garantizado dentro de esta coyuntura».

Coverings y EEUU, un soplo de aire fresco para el azulejo

El Tile of Spain confía en la feria de Las Vegas para seguir creciendo en su **mercado nº 1**



El pabellón español, organizado por ICEX, acogerá durante las 4 jornadas de feria una intensa actividad promocional.

EMPRESAS ESPAÑOLAS EN COVERINGS 2022

ADEX USA	ECOCERAMIC	NATUCER
ALAPLANA	EL MOLINO	NAVARTI
ALCALAGRES	EMAC	ONIX
APARICI	EMIGRÉS	PALO ROSA
APAVISA	EMOTION	PAMESA
APE CERÁMICA	EQUIPE	PERONDA
ARGENTA	ESTUDIO CERÁMICO	PLASDECOR
ARTTROS	FORO	PORCELÁNICOS HDC
AZULEJOS BENADRESA	GAYAFORES	PORCELANITE DOS
AZUVI	GEOTILES	PRISSMACER CERÁMICA
BALDOCER	GOYA	REALONDA
BESTILE	GRES ARAGÓN	ROCA
CERACASA	GRESMANC GROUP	ROCERSA
CERAMICA RIBESALBES	GRESPANIA	SALONI
CERAMICA DA VINCI	HALCÓN	SIGMADIAMANT
CEVICA	HISBALIT	STN CERÁMICA
CICOGRES	INTERMATEX	TAU
CIFRE	ITT CERÁMICA	TILE OF SPAIN
CODICER 95	KERABEN	TODAGRES
COLORKER	KERAJET	TRITURADOS ROMERAL
COYCAMA	KTL CERAMICA	UNDEFASA
CRISTACER	MACER	VIDREPUR
DECOCER	MAINCER	VITACER
DREAMTILE	MAINZU	VIVES
DUNE	MONOPOLE	WOW USA
DURSTONE	NANDA TILES	

* Información facilitada por Tile of Spain USA

El Tile of Spain ha encontrado en el mercado estadounidense uno de los pocos balones de oxígeno dentro de su complicada coyuntura actual. El rendimiento de las azulejeras castellonenses en EEUU continúa en una portentosa línea ascendente y este destino ya es el mejor cliente mundial para las firmas provinciales tras superar a Francia. Por ello, no es de extrañar que más de 70 empresas españolas se desplacen hasta Las Vegas para participar del 5 al 8 de abril en Coverings, la principal feria de la cerámica del gigante norteamericano. El primer día del certamen, la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, tendrá la oportunidad de conocer a pie de estand las reivindicaciones del azulejo español.

En la cita promocional, las firmas españolas competirán con más de 750 expositores procedentes de una treintena de países. El negocio a repartir es suculento, ya que la economía estadounidense se encuentra en un momento boyante en comparación con las europeas, tradicionales consumidoras preferentes de las baldosas cerámicas.

Coverings, con más de tres décadas de trayectoria, es la principal plataforma de promoción en EEUU para los sectores del azulejo y la piedra natural. Además, va más allá, ya que el salón posee gran predicamento e influencia entre los distribuidores mayoristas y minoristas, contratistas y constructores, así como diseñadores y arquitectos, de países como Canadá, México y toda Suramérica.

De ahí la gran representación de firmas que se concentrarán en el pabellón oficial que organiza el ICEX. En Estados Unidos se da mucha importancia al origen de la cerámica y el Tile of Spain es uno de los sellos que otorgan a los clientes una garantía en diseño, innovación, tecnología y calidad de servicio. Este año son 77 las marcas expositoras, en contraste con las 41 de 2021, una edición marcada por las restricciones de movilidad debido al coronavirus, aunque todavía lejos de las 98 del 2019. Es de esperar que en el próximo curso la cifra de marcas españolas vuelva a ser cercana al centenar. En el 2020 el evento no pudo abrir sus puertas por la pandemia de covid-19.

Las exportaciones a este destino siguen su tendencia al alza en la última década y en 2021 alcanzaron los 447 millones de euros

En cuanto as las perspectivas de visitantes para este año, todo indica que Coverings volverá a las cifras previas a la eclosión del coronavirus, cuando se superaban edición tras edición los 25.000 asistentes de media. El pasado curso, en un formato más reducido del evento, la cita redujo a la mitad su alcance y congregó a 12.000 profesionales durante su celebración.

La evolución de Estados Unidos como destino de las exportaciones de los productos del Tile of Spain ha sido meteórica hasta alcanzar los 447 millones de euros. El volumen de negocio ha ido al alza al tiempo que se ha ido fortaleciendo la marca de la cerámica española.

Tal y como detalla la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Miami en el informe para el Icex de la última edición de Coverings, uno de los motivos que colaboran en que EEUU sea ya el primer cliente del azulejo español «es que es un país netamente importador de azulejo», hasta el punto de que el 69,3% de todo la cerámica que se consume allí proviene de fuera de sus fronteras, especialmente fabricada en seis países: Italia, España, México, Turquía, Brasil e India. Todos ellos representan en la actualidad el 90% del total de las baldosas cerámicas importadas por el gigante americano.

PROYECCIÓN DE LA MAQUINARIA CERÁMICA

La tecnología cerámica *made in Spain* traspasa fronteras y cinco empresas adheridas a Asebec participarán en la feria norteamericana de Coverings bajo el paraguas de Spanish Ceramic Technology. Las cinco compañías que compartirán estand son Sigmadiamant, Macer, Maincer, Kerajet y Talleres Foro, y se trata de la primera ocasión en la que el colectivo estará presente en el evento internacional de EEUU.

Las mezclas de estilos son una de las líneas estéticas en boga, como ejemplifica 'Tokio', de ITT Ceramic. Sobre estas líneas, las superficies marmóreas suntuosas que propone Ecoceramic con 'Ravello'.

Las 10 tendencias de moda en Estados Unidos

Los **especialistas** del Tile of Spain, Ceramics of Italy y la TCNA han recopilado las líneas en boga en decoración

El gusto por las formas curvas de la colección 'Manhattan Road', de Argenta. Y los acabados geométricos singulares de 'Serendipity', de Florida Tile.

Coverings ha hecho públicas recientemente las 10 tendencias de moda en la decoración dentro de las propuestas cerámicas para el año 2022. Estas líneas estéticas seleccionadas por el certamen han sido recopiladas por los especialistas del Tile of Spain, de Ceramics of Italy y de la asociación americana TCNA.

1. Barroquismo: en el siglo XVII, el estilo barroco dominó el arte y la arquitectura. La cerámica que se inspira en esta época potencia la exuberancia y las superficies excesivas. Muchos fabricantes internacionales están otorgando protagonismo a colecciones que reproducen la espectacularidad del mármol con colores llamativos y vetas gruesas, mientras que otros ofrecen lujosas baldosas con detalles dorados y superficies reflectantes, muy apreciadas en numerosos mercados.

2. Bajorrelieve: con bordes redondeados que simulan piedra antigua y bajorrelieves que agregan profundidad, los fabricantes cerámicos han invertido en nuevas tecnologías para crear piezas que traspasan la tercera dimensión.

3. Tres paletas cromáticas mandan:

• La celebración del color: la industria está regresando a clásicos de siglos pasados. Son piezas que no intentan imitar nada, sino que honran la rica historia artesanal de este material con bordes desgastados, técnicas clásicas de esmalte y patrones tradicionales.

• Tonos naturales: tras la cuarentena pandémica, y a causa de ella, los colores de la naturaleza invaden el hábitat. En esta categoría priman las joyas de la naturaleza, incluidos los tonos ámbar, ladrillo, esmeralda y aguamarina. Los verdes frondosos y los ricos colores arcilla brindan también una excelente conexión entre el hogar y el exterior.

• Pasteles: los colores pastel, como salvia, menta, rosa y azul cielo van a ser muy empleados en este 2022, ya que aportan un efecto calmante y orgánico en los ambientes en los que se insertan.

4. Miscelánea de estilos: las mezclas muchas veces empastan. La aparente disonancia en los estilos sirve para resaltar las diferencias al mostrar combinaciones, a priori, que no cuadran y que generan ambientes sorprendentes.

5. Las formas curvas: las formas curvilíneas de arcos y los rectángulos suavemente redondeados que caracterizan el diseño *art deco* encuentran una muy buena acogida en el diseño de 2022. Estas curvas aportan una sensación de fantasía y accesibilidad incluso a la estética más austera y lujosa.

6. Murales: con tamaños extragrandes: la cerámica contemporánea es cada vez más atractiva como material sustitutivo del papel tapiz, un clásico en Estados Unidos. Muchos fabricantes ofrecen un gran abanico de patrones a elegir, incluidos grandes estampados florales con las prestaciones técnicas sobresalientes del porcelánico.

7. La reinvención del yeso: la búsqueda de acabados llamativos y funcionales es una constante en el sector, así como la apuesta por superficies de la naturaleza y elementos terrosos. En esta tendencia gana enteros las piezas que reproducen el yeso con un plus de calidez y de artesanalidad.

8. Mármoles en su máxima expresión: el mármol cerámico siempre está de moda, aunque sus formas van adaptándose a los gustos de los consumidores. Ahora, este tipo de superficies dan un salto hacia una estética general más homogénea en la que gana protagonismo un mix de texturas, acabados y efectos que consiguen ser el centro del impacto visual en cualquier entorno.

9. Formas singulares: si en 2021 se popularizaron los hexágonos de gran formato, 2022 trae varias otras formas en tamaño XXL, como triángulos, diamantes y paralelogramos. Configuradas en patrones llamativos, estas formas ofrecen un toque contemporáneo en un elemento de diseño clásico. Son el complemento perfecto para las piezas estándar y una verdadera joya para los prescriptores cerámicos.

10. Piedras cálidas: las superficies pétreas sobre soporte cerámico son una excelente vía para aportar encanto natural y texturas a los espacios. Van a más las piedras en tonos cálidos, una tendencia al alza durante los últimos años que depara excelentes resultados estéticos.

Sigmadiamant, a la cabeza en I+D+i

El fabricante de **útiles diamantados** da un nuevo salto internacional con su primera participación en Coverings

Sigmadiamant mantiene su trayectoria ascendente dentro del mercado nacional e internacional con su gama creciente de útiles diamantados de los que dispone. Tras su exitosa comparecencia como expositor en Cersaie 2021, la firma de Almassora va a dar un nuevo salto con su participación en la edición 2022 de Coverings.

Desde la firma reseñan que «Estados Unidos es un mercado muy interesante para nuestros intereses y, por ello, presentaremos en Las Vegas nuestra familia de productos, que van desde herramientas para el pulido, corte, rectificado y perfilado, además de nuestra nueva línea para la protección de superficies cerámicas pulidas, junto a todos los útiles para su correcta aplicación». Junto a ello, el fabricante castellonense mostrará sus adhesivos para el ensamblaje de piezas especiales, caso de peldaños, encimeras y de mobiliario.

Sigma Lab es un centro de I+D+i ubicado en las instalaciones del fabricante en Almassora.

Sigmadiamant ha desarrollado esta categoría de producto para «el ensamblaje de piezas, con el fin de alcanzar la perfecta adhesión entre materiales de nula o escasa porosidad, masillas que, por supuesto, también pueden ser utilizadas en materiales cerámicos de mayor absorción de agua y/o materiales naturales como la piedra». Así, permite un pegado perfecto de las piezas, independientemente de que el conjunto se instale en exterior o interior y de la temperatura al que esté expuesto, con lo que garantiza una resistencia en el tiempo. El secado de este producto es más rápido que el de materiales análogos.

SigmaTech es la familia orientada al tratamiento de las superficies con el fin de mejorar el resultado del material pulido

Como complemento, la firma ha impulsado Sigmatech, línea dirigida a tratamientos superficiales, consta de productos químicos que mejoran las prestaciones técnicas de los pulidos. Con este proceso, los fabricantes consiguen un material de elevada resistencia a las manchas y a los ataques químicos.

SIGMA DIAMANT
SIGMA do Brasil
SIGMA Polska

Un nuevo neutralizador de polvo para la cerámica

Equipos y Procesos Levante crea un mezclador para mitigar el polvo de los filtros o de los silos de rechazo

MEDITERRÁNEO

Con sede en Vila-real, Equipos y Procesos Levante acredita el diseño y fabricación de numerosos sistemas para el manejo de sólidos a granel.

Las industrias que trabajan con sílice conocen bien los inconvenientes de manejar esta materia prima, ya que por su volatilidad constituye un riesgo para la salud humana. La inhalación de este polvo provoca enfermedades, caso de la silicosis, una patología reconocida como enfermedad profesional desde hace décadas. No en vano, la sílice ha sido recientemente incluido como agente cancerígeno, por lo que todos los miembros de la Unión Europea están obligados a adaptar las empresas que trabajan con este mineral para cumplir con el Real Decreto 1154/2020.

Equipos y Procesos Levante (EP), firma con sede en Vila-real, acredita durante los últimos años el diseño y fabricación de numerosos sistemas para el manejo de sólidos a granel.

«Dadas las exigencias en otros sectores para los que trabajamos, hemos creado una gama de equipos especiales para la manipulación de materiales pulverulentos exentos de polvo», relatan. «Estos sistemas permiten manipular productos tóxicos sin exponer ni comprometer la salud de los trabajadores y operarios», afirman desde la compañía.

Así, EP ha diseñado un mezclador en continuo para neutralizar el polvo recogido de los filtros o de los silos de rechazo. Este neutralizador de polvo puede trabajar con producto crudo y polvo, o solo polvo. «Con el mezclador en continuo conseguimos una mezcla asidua del mineral con el agua, con lo que se evita la formación de una atmósfera contaminada y se logra mejorar su posterior manipulación en el atomizador», revelan desde la dirección de Equipos y Procesos.

TRANSPORTE NEUMÁTICO

La compañía de Vila-real también está especializada en equipos de transporte neumático, «una alternativa para el manejo de productos peligrosos, ya que su principio básico es transportar producto por una tubería similar a la del gas o agua». «Nuestros equipos son aptos para tierras atomizadas y disponemos de numerosas referencias en el sector cerámico», recalcan.

Esta solución avanzada evita la creación de atmósferas contaminadas y mejora la manipulación del producto

Otra solución para limpiar la atmósfera son los filtros de mangas, cuyo sistema de filtración en seco depura el aire de las partículas sólidas en suspensión. Por su parte, los filtros de limpieza centralizada de EP han sido diseñados para mantener saneadas las zonas de trabajo. Finalmente, la firma también crea sistemas completamente estancos de carga y descarga de big-bags que evitan las nubes de polvo y la pérdida de material.

EQUIPOS Y PROCESOS
Diseño y fabricación de maquinaria industrial
www.equiposyprocesos.com
Camí de Les Voltes, 36 Vila-real, Castellón. 629 74 93 30

ENTREVISTA **Domingo Colomo** CEO de Roca Tiles

«La factoría de **Roca Tiles** en Castellón es clave para **Lamosa»**

GABRIEL TIEL

Domingo Colomo, CEO de Roca Tiles, en la entrada del showroom de tendencias de la firma en la Vall d'Uixó (Castellón).

Domingo Colomo es el CEO de Roca Tiles, la división europea de Grupo Lamosa, compañía mexicana especializada en la fabricación y venta de recubrimientos con más de 130 años de experiencia. El segundo fabricante mundial de cerámica aspira a «convertirse también en referencia en Europa con los productos de Roca Tiles como carta de presentación»

–Tras la adquisición por parte de Grupo Lamosa, ¿cuál es hoy la producción cerámica de Roca en la planta de Belcaire?

–En estos momentos estamos adaptándonos a la nueva realidad cambiante del mercado y el grupo está llevando a cabo una potente política de inversiones. De hecho, ya ha cristalizado en proyectos como la reciente puesta en marcha de una nueva línea de rectificado y pulido con capacidad de producción de 90.000 metros cuadrados mensuales para esta familia de productos.

La inauguración en la Vall d'Uixó de estas nuevas instalaciones técnicas, de gran capacidad para el rectificado y pulido de producto en formato 60x120, responde al incremento de la demanda del mercado de este tipo de pavimentos y revestimientos de mármoles técnicos con acabado extra brillo.

> **La estrategia** del grupo pasa por continuar creciendo en Europa»

–¿Qué supone Roca Tiles para Grupo Lamosa?

–Roca Tiles, a través de la factoría de Cerámicas Belcaire, está presente en la Vall d'Uixó desde el año 1998 y, como bien sabe, está dedicada a la producción de cerámica plana con las últimas tecnologías y procesos en innovación, sostenibilidad y diseño.

El centro de producción de Roca Tiles en Belcaire ha sido y sigue siendo clave dentro del Grupo Lamosa. Es un activo fundamental de su estrategia de crecimiento que pretende ofrecer la mejor cobertura industrial para España, Europa y los mercados clave donde el clúster de Castellón tiene una amplia proyección, como es el área geográfica de Oriente Medio.

–¿Cuál es la visión de la dirección de Roca Tiles sobre la compleja situación energética y el contexto económico actual?

–Como bien sabemos, nuestro sector es intensivo en energía, por ello miramos con preocupación el sobrecoste energético, al que se suma la obtención de algunas de las materias primas o el cierre de mercados. Todo ello está obligando a tomar medidas que hagan sostenible la viabilidad económica, como los paros de producción o la presentación de Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) que prevé o ya han puesto en marcha compañías de todo el clúster cerámico de Castellón.

En este escenario, resulta clave todo el proceso de investigación e innovación que realizamos en la compañía con el objetivo de reducir las materias primas utilizadas durante la producción y de hacer que el proceso tenga el menor impacto posible para el medio ambiente.

–¿Cómo están abordando esta coyuntura tan singular y adversa?

–En primer lugar, hemos repercutido el aumento de precios energéticos en nuestros productos, actualizando nuestras tarifas con un suplemento energético, generado de manera coyuntural como medida transparente para trasladar exclusivamente los costes desorbitados de la energía, con el único objetivo de que el negocio sea viable para poder dar servicio a nuestros clientes.

–¿Qué más medidas están adoptando?

–Estamos trabajando en medidas innovadoras y sostenibles que reduzcan los costes energéticos en tres aspectos: energías alternativas, optimización de materias primas y procesos. En el ámbito de la energía, entre los proyectos a medio plazo está planificada la instalación de placas solares sobre la cubierta de la planta ubicada en la Vall d'Uixó que hagan posible un autoconsumo fotovoltaico a partir de energía solar, con lo que obtendremos una reducción de costes energéticos y contribuiremos, además, a descarbonizar la actividad con el uso de energías limpias.

En el proceso de producción, *packaging* y transporte, junto a nuestro equipo técnico, hemos trabajado en la reducción de espesores por formato, sin reducir la calidad ni propiedades técnicas del producto, para conseguir que el ciclo de producto sea mejor, el *packaging* se concentre y conseguir un ahorro significativo de costes de transporte por peso.

Estamos muy orientados a aplicar medidas innovadoras que optimicen recursos y beneficien a nuestros clientes. Somos una de las pocas empresas en Castellón que ha unificado espesores en la producción a 8,7 mm, esta innovación aporta ventajas al cliente final, porque favorece un uso modular de las colecciones y propicia la combinación de materiales del mismo grosor.

Roca Tiles ha puesto en marcha también un almacén inteligente que facilita el *picking* y se adapta a los hábitos de compra del mercado con pedidos frecuentes sin estoc. Sin duda, esta inversión constituye un paso más para ser más flexibles y eficientes ante las demandas de nuestros productos cerámicos.

–A pesar de las incertidumbres, ¿cuáles son las expectativas de futuro?

–En este momento, todo el sector estamos tratando de mitigar los efectos secundarios que la situación actual está provocando, sobre todo para asegurar la viabilidad del proyecto y reforzar su valor. Por ello, el Grupo Lamosa tiene previsto un plan de inversiones que se irán ejecutando a medida que la situación económica lo haga posible.

Nos apoyamos en las fábricas de Brasil y del Grupo para dar servicio a una serie de productos diferenciales, como son los formatos 120x120 centímetros de espesor reducido o las colecciones de gran formato de 120x250 cm.

En definitiva, entendemos el negocio como una respuesta global que se nutre de la producción no solo de nuestras instalaciones en Belcaire, sino también del resto de las empresas que integran el grupo internacional.

APE Grupo **intensifica su apoyo al deporte femenino**

La empresa castellonense rubrica acuerdos con el Club Rugby Turia de València y el Nou Basket Femení Castelló

Un partido del Club Rugby Turia de València, única entidad de esta disciplina en España que esta integrada exclusivamente por equipos femeninos.

APE Grupo apuesta por el deporte femenino y lo hace mediante un acuerdo de patrocinio con el Rugby Turia de València, el único club exclusivamente femenino de España, y una colaboración con el Nou Bàsquet Femení Castelló.

La esponsorización del equipo Rugby Turia es un paso al frente de la firma azulejera en el apoyo al deporte femenino. Con solo dos años de trayectoria a sus espaldas, este club cuenta con dos equipos y ya juega en División de Honor B, es decir, en la segunda categoría más importante del rugby nacional.

El patrocinio de APE Grupo al Club Rugby Turia es «una manera de mostrar su compromiso con las disciplinas deportivas femeninas», apuntan desde la firma, al tiempo que han apoyado económicamente a la entidad y se han comprometido a poner en marcha diversas acciones para dar mayor visibilidad a los deportes minoritarios, en general, y al equipo valenciano en particular.

APE Grupo cuenta con un Plan de Responsabilidad Social Corporativa con líneas de actuación.

Según su presidenta, Alba Gallart, el respaldo de APE Grupo «supone una visibilidad y una inyección económica muy importante que ayudará a conseguir los objetivos deportivos del club». Asimismo, asegura que sin este tipo de actuaciones por parte del sector empresarial privado «sería muy complicado sacar adelante equipos y clubes formados exclusivamente por mujeres, como es el caso de Rugby Turia».

A este patrocinio se suma la colaboración de APE Grupo con el Nou Bàsquet Femení de Castelló (NBF), que esta temporada contará con el apoyo de la firma azulejera para disputar la fase de ascenso a la Liga Challenge, la segunda categoría del baloncesto nacional, en el caso de que consiga la clasificación. En este sentido, José Miguel Pellicer, CEO de APE Grupo, ha asegurado que el patrocinio del Rugby Turia y la colaboración con el NBF «constituyen una clara apuesta de nuestra empresa por favorecer a deportes minoritarios que necesitan ayuda para crecer y darse a conocer».

Estas iniciativas están incluidas en el Plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de APE Grupo, que cuenta con tres líneas de actuación. La primera de ellas es la protección del medio ambiente, con acciones como la participación en la Hora del Planeta, el certificado Breeam de sostenibilidad o la renovación de la ISO 14001 de gestión medioambiental.

La segunda es la colaboración con diferentes oenegés como, por ejemplo, para la construcción de una biblioteca y residencia universitaria en Duala (Camerún) o el envío de material humanitario a Ucrania. En tercer lugar, el apoyo a deportes minoritarios, un camino que se inició hace ya siete años con el patrocinio al Club Tenis de Mesa Costa Azahar y que sigue vigente hoy.

Las acciones de RSC cobran un sentido fundamental para APE Grupo, puesto que «ratifican nuestro compromiso con diferentes causas para lograr un impacto positivo de la compañía en la sociedad».

Ambiente embellecido con 'Blending', el cemento esfumado para ambientes con toque industrial.

Gracias a su alto número de luxes, los mármoles de Saloni sobresalen por su brillo mejorado.

Saloni **renueva su 'portfolio' con diseños de alta gama**

Entre sus novedades destacan mármoles y cementos, además de la **aplicación antibacteriana 'Care'**

Saloni desembarcará en Coverings 2022 con una apuesta renovada por las superficies cerámicas de última generación con novedades que van desde mármoles a cementos y presenta su oferta más saludable, la aplicación antibacteriana *Care*. La azulejera también mostrará en su estand de Las Vegas el cambio de imagen que la marca ha llevado a cabo este último año.

La apuesta por los mármoles «es rotunda», según la firma, ya que es una tendencia que busca reivindicar de nuevo lo natural, que «mantenga su condición de superficie de lujo a lo largo de toda su vida útil y que manifieste el valor emocional de las piezas de alta gama».

Los nuevos mármoles Saloni tienen cuatro aspectos diferenciales según revelan desde la compañía: «Brillo espectacular, gracias a su alto número de luxes; mejoras contrastadas del ataque químico de la pieza; incrementos notables de la resistencia a las manchas; mármoles que ofrecen la mayor estirada; y diseños elegantes, duraderos y naturales».

Por su parte, una de las propuestas estrella de Saloni es *Blending*, una serie que se inspira en uno de los materiales más significativos de la arquitectura contemporánea, el cemento. El fabricante castellonense, con esta colección de última generación incorpora a su catálogo un nuevo producto con carácter, que destaca por su aspecto mate y tacto suave, ideal para proyectos de interiorismo.

ESPACIOS MÁS SALUDABLES

Finalmente, *Care* es la superfecie antibacteriana de la marca, que como propiedad adicional protege los espacios de bacterias y microorganismos nocivos. Una tecnología a partir de nanopartículas de plata mejora la calidad ambiental del interior de las viviendas y contribuye a conseguir espacios saludables.

Keraben Grupo, en busca de la primera cerámica fotovoltaica

Encabeza el **proyecto Foto-Cer**

Keraben Grupo lidera un proyecto pionero llamado Foto-Cer y que tiene como objetivo último el desarrollo de recubrimientos fotovoltaicos sobre fachadas y cubiertas cerámicas basados en la integración de dispositivos de alta transparencia y calidad óptica, que permitan generar energía eléctrica directamente desde las envolventes de los edificios.

Las nuevas directrices relativas a la mejora de la eficiencia energética, planteadas por la Comisión Europea, obligan a los países de la UE a transformar su sistema de generación de energía enfocándose cada vez más hacia las renovables. En este contexto de cambio, el desarrollo de tecnologías fotovoltaicas fácilmente integrables en aplicaciones urbanas desempeñará un papel decisivo durante los próximos años. Con el desarrollo del proyecto se pretende superar la barrera del impacto estético que suponen los elementos fotovoltaicos dispuestos en fachadas urbanas, ya que son dispositivos opacos y normalmente negros o grises, consiguiendo las primeras baldosas y tejas cerámicas que desarrollen una capacidad fotovoltaica en las capas de acabado superficial sin alterar las propiedades del material.

Foto-Cer pretendeoptimizar la barrera del impacto estético de los elementos fotovoltaicos opacos.

El proyecto liderado por Keraben Grupo aúna el esfuerzo de ocho empresas: Aliter Grup Renovables, La Escandella, Ecopol Tech, Ingeniería Navarra Mecánica, Obras y Servicios Tex, Kerafrit y Lenz Instruments. También colaboran el Centro Tecnológico Lurederra, la Universitat Jaume I (UJI), Fundació Institut de Recerca en Energía de Catalunya (IREC) y la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC).

Colorjet 20, tecnología punta para la coloración en seco

Chumillas Technology ha lanzado al mercado este sistema patentado que ya utilizan empresas referentes

'Colorjet 20' es el resultado de meses de investigación y pruebas del equipo de Ingeniería en el laboratorio TechLAB de Chumillas Technology.

La última tecnología de coloración en seco para el sector cerámico cuenta con el sello de Chumillas Technology. La empresa con sede en Vila-real ha lanzado recientemente al mercado el sistema *Colorjet 20*, una solución patentada que ya se ha convertido en una apuesta segura para las firmas del clúster cerámico.

El sistema de coloración en seco Colorjet 20 es un disruptivo sistema diseñado por el departamento de Ingeniería y de I+D de Chumillas Technology que tiene como objetivo «realizar la mezcla de los óxidos con el atomizado previa alimentación a prensas». La clave de esta innovadora solución es que «no hace uso de los elementos mecánicos para realizar la mezcla». Ello permite, tal y como indica el CEO de Chumillas Technology, David Chumillas, «la adhesión total de los pigmentos con el atomizado, a la vez que consigue reforzar la homogenización final del producto».

Sobre estas líneas, los dosificadores 'Oxine', complemento del 'Colorjet 20' de la firma vila-realense.

NUEVAS GAMAS CROMÁTICAS

Otro de los beneficios destacables de esta solución es que permite a las empresas del sector «aumentar la gama cromática y la intensidad del color», apostilla David Chumillas. De esta forma, «las compañías disponen de más alternativas y pueden plantearse nuevas gamas de colores para las piezas cerámicas».

Desde Chumillas Technology recalcan que, en la actualidad, empresas como Peronda Group, Argenta y Halcón Cerámicas, entre otros fabricantes destacados dentro del distrito cerámico de la provincia de Castellón, ya cuentan con el sistema de coloración *Colorjet 20* instalado y a pleno rendimiento en sus respectivas líneas de producción.

Fabricantes como Argenta, Peronda Group o Halcón ya han incorporado esta solución en sus líneas de producción

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

La solución patentada del *Colorjet 20* ha sido el resultado de meses de investigación y de pruebas constantes llevadas a cabo por el equipo de Ingeniería en el laboratorio TechLAB de Chumillas Technology. El objetivo de estudio fue, como indica el CEO de la compañía, «ofrecer una solución que facilite la producción a las empresas cerámicas». Además, otros de los beneficios que facilita el día a día de los fabricantes es «la facilidad de limpieza de la solución y el cambio de los porcentajes de los óxidos», agrega David Chumillas.

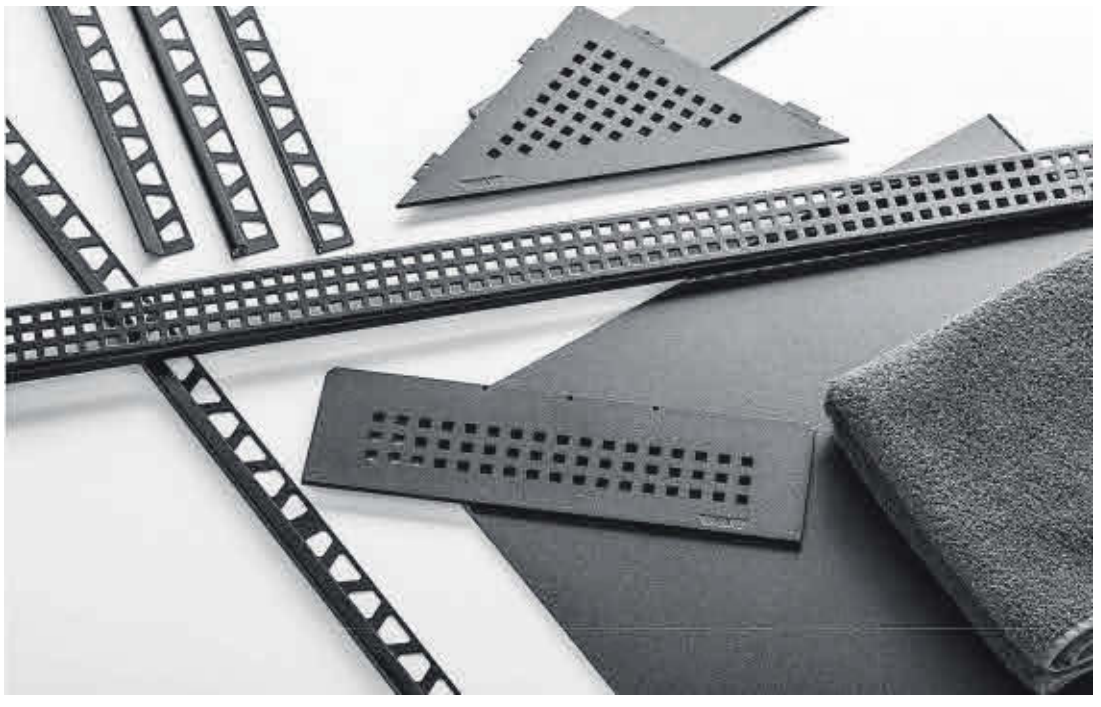
El negro mate es el color de moda en baños

Las soluciones estrella de **Schlüter** amplían su versatilidad con el tono de tendencia

El color negro mate es un acabado clásico dentro del diseño de interiores contemporáneo. De hecho, los elementos en negro siempre han sido soluciones populares por sus evidentes connotaciones asociadas al lujo, la elegancia y la sofisticación dentro del hábitat. Además, esta tendencia ha ido ganando enteros y, durante los últimos años, se ha popularizado el uso de este tono en los baños, tanto en las nuevas construcciones como en las reformas y rehabilitaciones.

Independientemente de si es para el diseño de baños en negro monocromo o para la creación de contrastes con los revestimientos, las distintas soluciones de Schlüter-Systems en el acabado *TrendLine* negro mate (MGS) aportan numerosas alternativas estéticas de alta calidad que conforman conjuntos estilosos y atemporales en combinación con los acabados de las piezas cerámicas o de la piedra natural

Este color de moda está también disponible en otras de las soluciones más exitosas del catálogo de Schlüter, caso de los perfiles de drenaje del elegante y flexible sistema *Schlüter-Kerdi-Line-Vario;* o de las combinaciones de rejilla y marco de los clásicos desagües lineales *Kerdi-Line*. Lo mismo sucede con los prácticos estantes de diseño *Schlüter-Shelf* en negro mate, al igual que cinco modelos de perfiles de cantonera que, además de su función como elemento de diseño, protegen de forma eficiente los bordes de las baldosas frente a los golpes.



Las propuestas de Schlüter en el acabado 'TrendLine' negro mate (MGS) ofrecen numerosas opciones de diseño.

Proconcept, nueva marca de cerámica

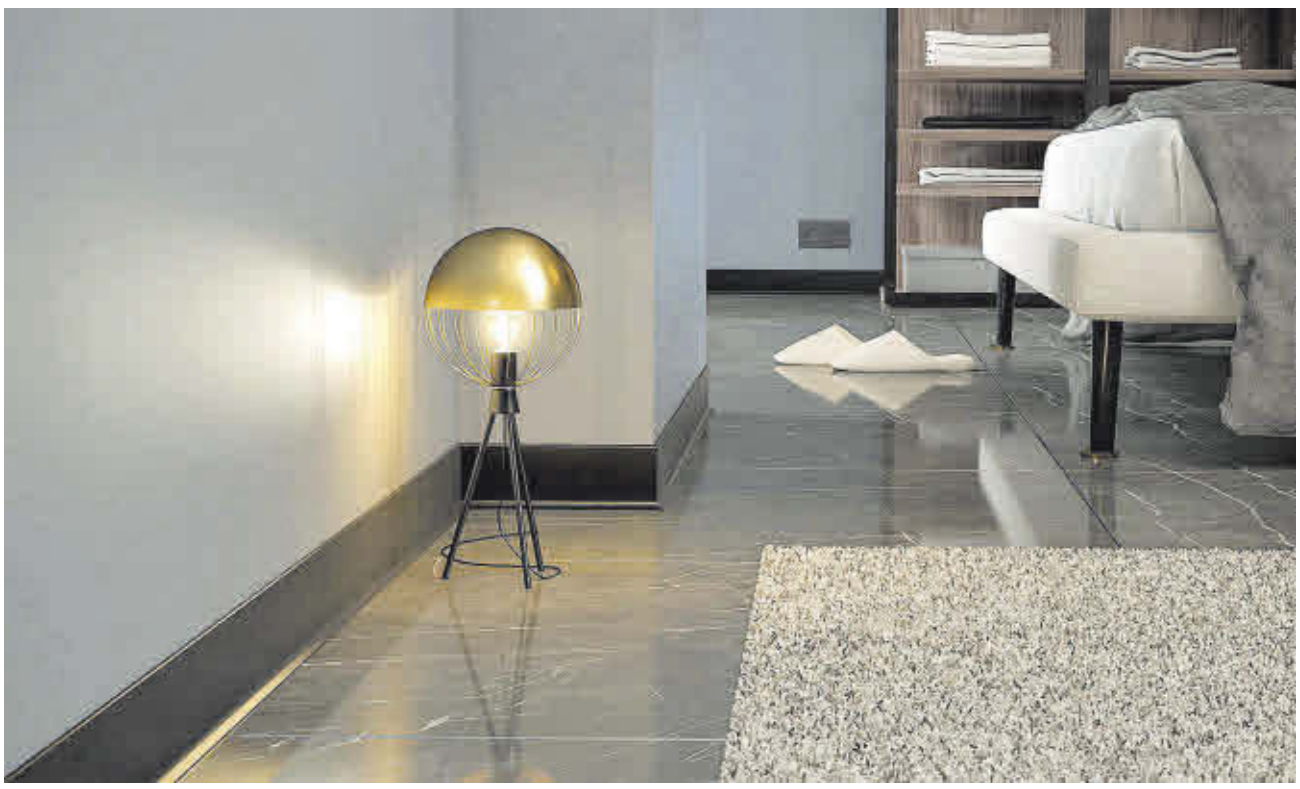
La firma participará en **Coverings** en su primer certamen internacional

¡Velour' y 'Calacatta' son dos de las colecciones que integran el nuevo catálogo de Proconcept.

La feria de Coverings 2022 será la plataforma de lanzamiento de una nueva marca española de recubrimientos cerámicos. Se trata de Proconcept, que nace «para ampliar las posibilidades de los proyectos de decoración, a través de sus gráficas realistas, texturas y grandes prestaciones técnicas y mecánicas», señalan desde el sello.

Esta nueva firma hará su presentación oficial al gran público internacional en el evento de Las Vegas, ya que el mercado estadounidense es uno de los destinos preferentes para Proconcept. Por ello, la marca ha preparado con especial esmero para su estreno un estand «muy funcional, amplio y acogedor con nuestros colores corporativos, en el que tomaremos contacto por primera vez entre los clientes americanos y nuestras colecciones más destacadas».

Desde Proconcept expresan que los mármoles y las propuestas de piedra, cemento, óxidos o monocolor constituirán algunos de los puntos fuertes del catálogo, tal y como quedará de manifiesto durante Coverings. Con estos argumentos comerciales, las creaciones de Proconcept *debutarán* entre el 5 y el 8 de abril en el Estand C9416 dentro del pabellón español habilitado en recinto Las Vegas Convention Center.



'Novorodapie L', una de las soluciones de rodapiés más demandadas, se reinventa en acabado en negro mate. A la derecha, 'Novolistel 3 XS' en oro mate y oro brillo; y 'Novorodapie Eclipse SP Blanco Mate'.

Emac, **acabados de moda para sus soluciones**

Incorpora nuevos modelos a propuestas exitosas como **'Novorodapie L'** o **'Novopeldaño Eclipse Aura'**

Emac ha dado un impulso adicional en el 2022 a su catálogo comercial y continúa evolucionando sus productos más vendidos con la incorporación a cada gama de los colores de tendencia en el mundo actual de la decoración y el interiorismo.

Un buen ejemplo de ello es *Novorodapie L*, una de las soluciones de rodapies más demandadas en el mercado que se reinventa con su nuevo acabado en negro mate. Esta novedad de Emac ya está disponible en sus 3 alturas: 60, 80 y 100 milímetros. *Novorodapie L* se entrega con *film* en la cara vista para su protección en el transporte y la instalación.

Otra propuesta de éxito es *Novopeldaño Eclipse Aura*. Ya han pasado cuatro años desde el nacimiento de la familia *Eclipse* y, desde entonces, tanto la oferta de nuevas soluciones como la demanda del mercado no han parado de aumentar. En 2022 la familia crece con un nuevo concepto de peldaño que consigue ofrecer una iluminación indirecta única con un peldaño integrado en obra y sin huella visible.

Su diseño minimalista convive con su carácter funcional, puesto que cumple con su función principal de proteger los cantos de pavimento. Además de en acabado plata mate, ya está disponible por primera vez en acabado negro mate. Se comercializa en alturas de 10 y 12 milímetros, con *film* protector en cara vista y con tapas de terminación para una correcta finalización de la instalación.

'Novopeldaño Eclipse Aura' ya está disponible por primera vez en acabado negro mate.

Por su parte, *Novoescocia 4 PVC* es un perfil con geometría en media caña, fabricado en extrusión de PVC color blanco. Esta solución evita la acumulación de suciedad en los distintos encuentros entre pared, suelo y techo, y facilita la limpieza por su forma redondeada. Por sus características, es un perfil idóneo para colocación en lugares como cocinas industriales, cámaras de frío, colectividades, vestuarios, guarderías, etc

El modelo actual se complementa con tapas para un perfecto acabado, así como un nuevo tamaño, de 20 milímetros, idóneo cuando se busca una solución higiénica y, a la vez, más discreta.

También va a más la familia *Novolistel 3 XS*. Este perfil decorativo de aluminio se caracteriza por su estrecha y discreta cara vista (6,4 mm), que se ajusta a las tendencias más actuales de líneas más ligeras. En esta ocasión amplía su gama a los acabados oro mate y oro brillo, tan presentes en el campo de la grifería, de las lámparas y de otros elementos decorativos del hábitat. Destaca por la gran versatilidad en sus diferentes usos, aportando a cualquier ambiente un sencillo y elegante toque final. Disponible en aluminio natural y anodizado plata mate y espejo.

Entre los nuevos acabados de tendencia que propone la firma destacan el negro mate, plata mate y oro brillo y mate

Por último, tras el lanzamiento de *Novorodapie Eclipse SP* en plata mate en 2020, Emac suma un acabado adicional: el blanco mate, color de plena tendencia que, unido a la carga decorativa de la iluminación indirecta del modelo, hacen de este perfil reversible una solución excelente para todo tipo de instalaciones. El perfil dispone de tapas a juego para una correcta terminación de la instalación.

ceramicnews

by el periódico del azulejo

https://ceramicnews.elperiodicodelazulejo.es

MANOLO NEBOT

Imagen de todos los ganadores de la última edición de la convocatoria de 'Mediterráneo', junto a las autoridades, a la finalización de la gala de la economía provincial celebrada el pasado mes de octubre.

Empresa del Año **de Castellón inicia su 25ª edición**

La convocatoria económica, que acostumbra a premiar a firmas del clúster, otorgará por primera vez 9 distinciones

Empresa del Año, la convocatoria de premios más prestigiosa de la economía castellonense, comienza su edición 25ª. El certamen de **Mediterráneo**, con el patrocinio de Telefónica, alcanza su primer cuarto de siglo con la vocación de sus inicios en 1997: otorgar visibilidad a las compañías que acrediten trayectorias sobresalientes. El concurso brinda a todas las mercantiles de la provincia de Castellón, con independencia de su tamaño, sector o antigüedad, la oportunidad de alzarse con el máximo galardón, el de Empresa del Año 2021, o de los accésits.

Esta edición, la convocatoria añade un reconocimiento más a los ya conocidos de Joven Empresa, I+D+i, Recursos Humanos, Calidad e Iniciativa-Expansión. La distinción de Medio Ambiente-Compromiso Social, unificada hasta la fecha en una sola categoría, se desglosa en dos para otorgar protagonismo propio a cada una de estas áreas.

Mediterráneo también otorgará la distinción especial a la mejor trayectoria a la firma o empresario que más se haya significado a lo largo de su andadura, no circunscrita únicamente al 2021.

En la pasada edición, este reconocimiento recayó en Manuel Colonques, cofundador de Porcelanosa. El cuadro de honor se completó con las siguientes firmas: Huhtamaki (Empresa del Año 2020); Internext (Joven Empresa); BluePlasma Power (I+D+I); Raminatrans y Declarando (Recursos Humanos); Servyeco (Medio Ambiente-Compromiso Social); Ágora Lledó (Calidad): y

Manuel Colonques, cofundador de Porcelanosa, mereció el galardón de Trayectoria Empresarial en la última edición

Cuatroochenta, en el accésit de Iniciativa-Expansión.

La relación de compañías ganadoras se hará pública en mayo, en el evento que congregará en el Auditori de Castelló al mundo de la economía, la sociedad y la política provincial y autonómica. De la selección de las ganadoras se encargará un jurado de especialistas formado por representantes de 18 instituciones, organismos, compañías y asociaciones.

Elegirán a las mercantiles vencedoras representantes de tres consellerias de la Generalitat Valenciana (Hacienda y Modelo Económico; Economía Sostenible; y Agricultura, y Medio Ambiente) y, junto a ellos, especialistas de la Universitat Jaume I (UJI), del Colegio de Economistas, Turisme Comunitat Valenciana, PortCastelló, Cajamar, CaixaBank, Banco Sabadell, Cámara de Comercio, Telefónica, Ascer, Consell Social de la UJI, CEV, CEEI, AS Notarios y **Mediterráneo**.

ABIERTO EL PLAZO DE CANDIDATURAS

El plazo de presentación de candidaturas para la convocatoria de Empresa del Año ya está abierto. Pueden optar a los galardones todas las firmas de la provincia de Castellón y para ser aspirantes deben remitir un correo electrónico a *especiales@epmediterraneo.com*.

Todas las candidatas deberán cumplimentar un cuestionario en el que expongan sus valores fundamentales como compañía, sus hitos recientes y los datos económicos de los últimos ejercicios. A partir de estos datos, el jurado de especialistas de la convocatoria llevará a cabo, a lo largo de las próximas semanas, la elección de las finalistas.

CUADRO DE PREMIADOS DE LA ÚLTIMA EDICIÓN DE LOS PREMIOS

Grupo BdB

prepara su Meeting 2022

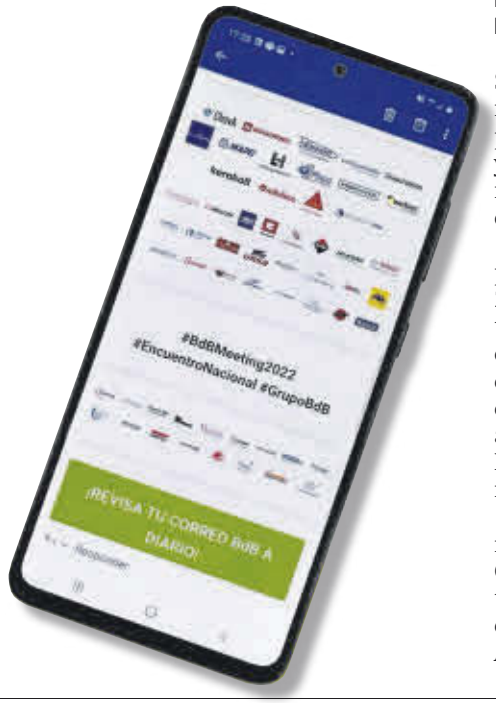
43 proveedores ya han confirmado su presencia en el evento en València

Coincidiendo con su vigésimo aniversario, Grupo BdB celebrará el 3 de junio en Feria València la séptima edición de su BdB Meeting, el encuentro profesional privado que reunirá a empresas asociadas, proveedores homologados y el equipo de la central en una jornada exclusiva de trabajo.

«BdB Meeting 2022 será el entorno ideal para favorecer la unión y convivencia de nuestros asociados y nuestros proveedores homologados. En este evento cobran sentido nuestros valores como grupo: compromiso, cohesión y equipo», explican desde Grupo BdB.

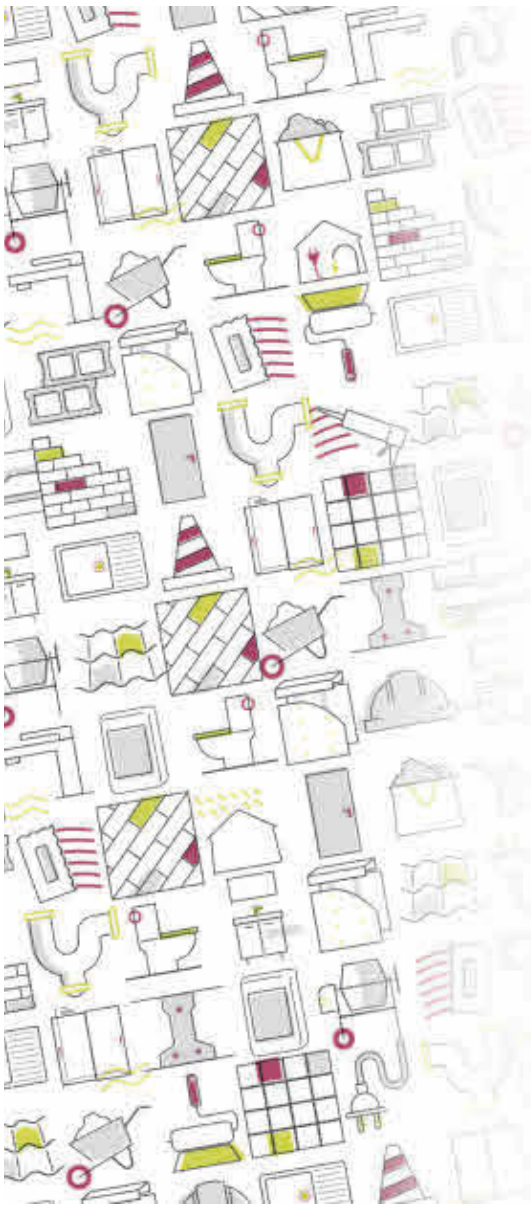
La cita permitirá a los asociados estrechar relaciones con más de 40 proveedores y conocer a sus directivos en un entorno de alta representación de las principales familias de producto de la construcción, la cerámica y la baño. «En esta edición está confirmada la asistencia de 43 proveedores de la talla de Weber, Kerakoll, Grupo Puma, Placo o Sika, por mencionar algunas firmas de referencia», señala Miriam Carretero, responsable de Márketing y Comunicación y jefa del proyecto. Además, otras 19 marcas que no estarán presentes respaldan el evento con su patrocinio.

El encuentro sectorial privado se desarrollará en las instalaciones de Feria Valencia el 3 de junio.



Los asociados BdB contarán con tiempo para visitar, en un espacio de más de 2.000 m² de superficie útil, los 43 expositores. Y también habrá tiempo para el disfrute, ya que se desarrollarán durante el evento tres ponencias de Leo Harlem, cómico reconocido; Gonzalo Bernardos, analista y consultor económico inmobiliario; y David Casinos, *coach* motivacional y exdeportista paralímpico.

Este encuentro de carácter anual que reúne a todos los agentes que forman Grupo BdB, procedentes de toda España, terminará con una cena de aniversario, exclusiva para los asociados BdB en el Ateneo Mercantil de València.



La diferencia está en el modelo

La red de distribuidores profesionales de materiales de construcción

COHERENCIA · CALIDAD · CONFIANZA · GARANTÍAS

BdB

Tu tienda especialista en construcción

T. 96 160 98 12

www.grupobdb.com

*Advertencia informativa

NOVOPELDAÑO
ECLIPSE® AURA

Diseño Industrial
Comunitario e Internacional

DI0085873272
DM215977
DI202102261

TAN SENCILLO, TAN BRILLANTE

Somos pura energía, así de sencillo. Cada uno de nosotros está rodeado por un campo de energía que nos hace especiales y diferentes.

Todos tenemos una luz y un algo mágico que nos rodea y alumbra a lo largo de toda nuestra vida. **Novopeldaño Eclipse® Aura** tiene ese aura de distinción que ilumina todo lo que toca.

El **Novopeldaño Eclipse® Aura** es un nuevo concepto de peldaño, sin huella, que unido a la iluminación indirecta está llamado a marcar tendencia, aportando a los espacios un halo de elegancia y estilo. Por ello, además de en plata mate lo lanzamos por primera vez en negro mate.

Novopeldaño Eclipse® Aura, tan sencillo, tan brillante.

ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification

AIDIMME INSTITUTO TECNOLÓGICO

EMAC® EL TOQUE FINAL

Tel.: (+34) 961 532 200 | info@emac.es | www.emac.es | ESPAÑA | USA | ITALIA

EMAC® GRUPO | ESPAÑA | USA | ITALIA |

*Ambiente promocional elaborado con Novopeldaño Eclipse® Aura reflejando una sugerencia de opción de uso de este producto. EMAC® no fabrica, no comercializa ni suministra con este producto tira de LED alguna. La elección de la tira de LED debe ser realizada por el instalador en atención a las circunstancias del lugar de colocación.