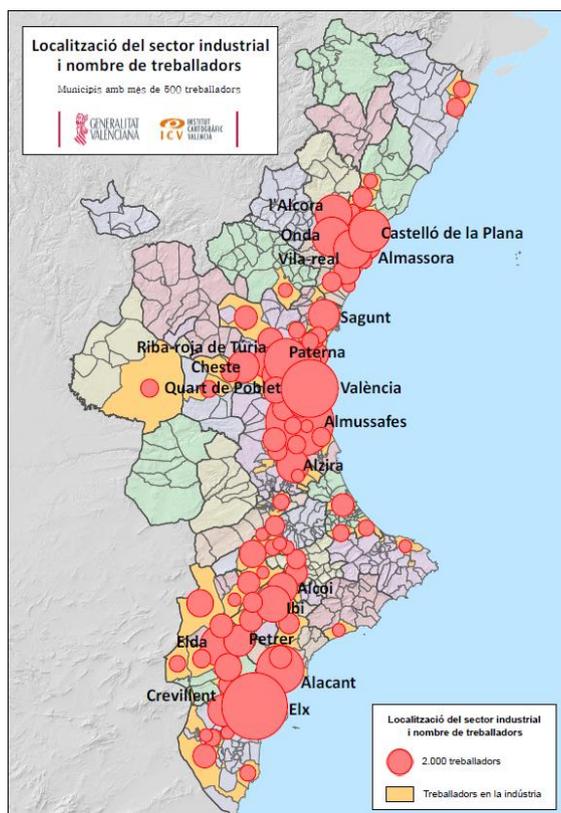


## PLAN ESTRATÉGICO DE LA INDUSTRIA VALENCIANA

# PLAN SECTORIAL DEL CLUSTER CERAMICO





UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

Este Plan Sectorial del Cluster Cerámico forma parte del Plan Estratégico de la Industria Valenciana (PEIV). El PEIV se ha realizado fruto del estudio y diagnóstico previo titulado “**Plan de Investigación y Acción de la Estrategia de Política Industrial**”, realizado por la *Universitat Politècnica de València*, bajo la dirección del Dr. **José Luis Hervás Oliver**, junto con el equipo compuesto por el Dr. Carles Boronat Moll, Dra. Francisca Sempere Ripoll, Dr. Jose Antonio Belso Martínez, Dra. Sofia Estellés Miguel y D. Ascensio Asensio Martínez.

El presente estudio debe citarse como:

***Hervas-Oliver, J.L. (director); Boronat-Moll, C.; Sempere-Ripoll, F; Estelles-Miguel, S. (2018) Plan Sectorial del Cluster Cerámico, Plan Estratégico de la Industria Valenciana, Conselleria de Economia Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, Dirección General de Industria y Energía, Generalitat Valenciana. Valencia***

Los casos reales comentados son solo a título de ejemplo ilustrativo y pedagógico, existiendo siempre muchísimas otras empresas y ejemplos. Todos los errores del presente documento, en su caso, son responsabilidad del Dr. Jose Luis Hervas Oliver (*Universitat Politècnica de València*) que ha actuado como Director y Responsable del mismo: [jose.hervas@omp.upv.es](mailto:jose.hervas@omp.upv.es)

**PLAN SECTORIAL DEL CLUSTER CERÁMICO**

## INDICE

1.-RESUMEN.....	4
2.-BREVE ANALISIS SECTOR.....	6
3.-POSICIÓN DEL CLÚSTER.....	17
4.- ¿CÓMO VAN A SER LAS EMPRESAS DEL FUTURO?.....	21
5.- ¿CÓMO SERÁ EL SECTOR EN EL FUTURO?.....	22
6.- ACTUACIONES DEL CLUSTER.....	23
7.- FICHAS DEL CLUSTER CERÁMICO.....	27

## 1.-RESUMEN

El Cluster Cerámico (formado por fabricantes de fritas, cerámica y maquinaria), localizado en las comarcas de la Les Planes y l'Alcora, en Castellón, es el más competitivo de Europa en el sector y el colíder en innovación junto con el cluster de Sassuolo (Italia). Aportando cerca de 5.000 millones de facturación y del orden de 20.000 ocupaciones industriales, constituye un pilar básico de la industria valenciana, el 3º en importancia por detrás de automóvil y alimentación en términos de VAB, si bien puede ser el más internacionalizado después del automóvil y el tercero más dinámico en innovación, líder indiscutible de la parte de la industria valenciana calificada como *tradicional*. En general, es uno de los clusters territoriales más potentes de la C. Valenciana y de España, en tanto en cuanto existe mucha innovación, presencia de multinacionales, se crean nuevas empresas constantemente y está articulado con instituciones de soporte y colaboración (centros tecnológicos, asociaciones, otras); asimismo, está también articulado por redes colaborativas de innovación y toda la cadena de valor o cadena de suministro está presente en las comarcas alrededor de Castellón. En 2017 el Cluster crece a dos dígitos y retoma valores de producción de 2008 (500 millones de m2), en un claro síntoma de recuperación<sup>1</sup>.

Las tendencias de futuro para este Cluster son:

- Empresas más internacionalizadas, con más y mejor presencia en todos los mercados del mundo.
- Consolidación del sector: mayor concentración y tamaño. Más cooperación e integración en grupos de mayor tamaño.
- Empresas más productivas y eficientes debido a mejores prácticas y tecnología, tanto en excelencia operativa (ejemplo, *lean manufacturing*) como industria 4.0: más innovación de carácter integral (transición a grandes formatos, producción continua sin prensas, reducciones de energía y cambio de balanza de autoconsumo, etc.).
- Empresas más apoyadas en imagen consolidada *Made in Spain (Tile of Spain)*.

El Cluster (internacionalizado al 80% de exportaciones en lo que respecta a los fabricantes cerámicos y más del 70% en fabricantes de fritas y esmaltes), está

---

<sup>1</sup> Ver todos los datos en el Informe 2 del estudio previo Plan de Investigación y Acción.

presente en todos los mercados del mundo y requiere de apoyo en las siguientes áreas:

-Seguir potenciando su grado de internacionalización, tanto en exportaciones como en multi-localización e implantación en destino.

-Introducir la industria 4.0 y fomentar su capacidad de innovación.

-Mejorar la formación de personal (adecuar la FP a las necesidades de la empresa; formar en idiomas y digitalizar a los trabajadores; mejorar competencias de formación universitaria; más formación in-company, etc.).

-Apoyar la marca España (*Tile of Spain*) a través de una mayor influencia y promoción enfocada a los prescriptores internacionales; más apoyo a CEVISAMA.

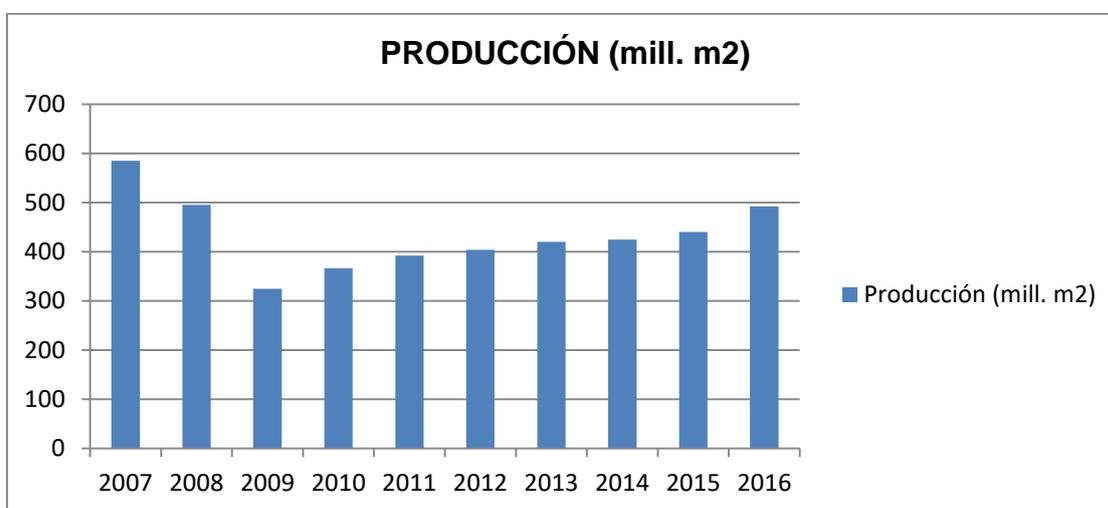
-Apoyar la formación de grupos de cara aumentar el tamaño de las empresas vía integraciones/cooperaciones, para lograr más especialización y eficiencia.

-Incentivar la renovación del parque industrial, apoyar la cogeneración, rebajar los costes logísticos y de energía, así como reforzar sus posiciones en temas de normativa y medioambientales (que el sector permanezca en lista de fuga potencial de carbono, simplificar la normativa y apoyarles con una Administración, a todos los niveles, más ágil, eficiente, flexible y menos burocrática).

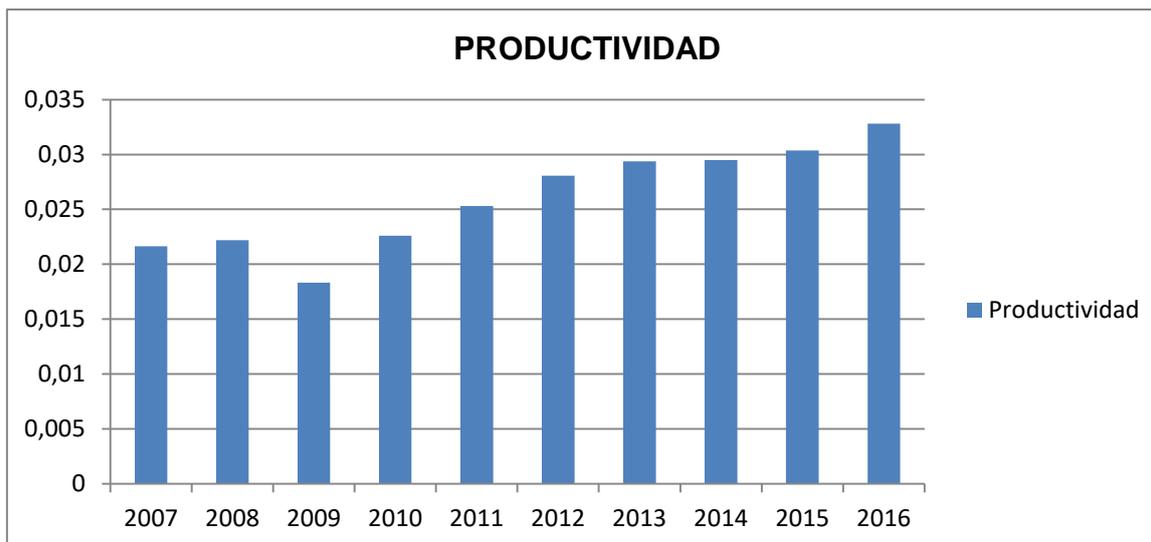
-Administración más enfocada al sector: reforzar el apoyo a la minería para que expandan las canteras (resolviendo expedientes pendientes), fomentar y potenciar el presente Plan de Rehabilitación en marcha, y ofrecerles un Plan Estratégico que de alguna manera contemple una Política Industrial Activa y persistente en el tiempo. Asimismo, el Cluster requiere también de más apoyo en energía, acciones de lobby (presión institucional para seguir con el apoyo al anti-dumping contra China, entre otros).

## 2. BREVE ANÁLISIS SECTORIAL.

El sector de fabricantes cerámicos cuenta en la actualidad con unos 15.000 ocupados en 2016 (fuente: ASCER). Tal y como se observa en la tabla siguiente, la producción ha pasado de 495 millones de m<sup>2</sup> (en 2008) a 492 millones de m<sup>2</sup> (en 2016), en un claro signo de recuperación. Así, podemos observar como el sector cerámico se encuentra en, prácticamente, el mismo nivel de producción que tenía en 2008, y todo pese a quedarse sin el mercado de obra nueva de España, que constituía una mitad de su mercado antes de la Gran Recesión y que prácticamente desapareció durante dicha Recesión. Ver gráfico de producción.

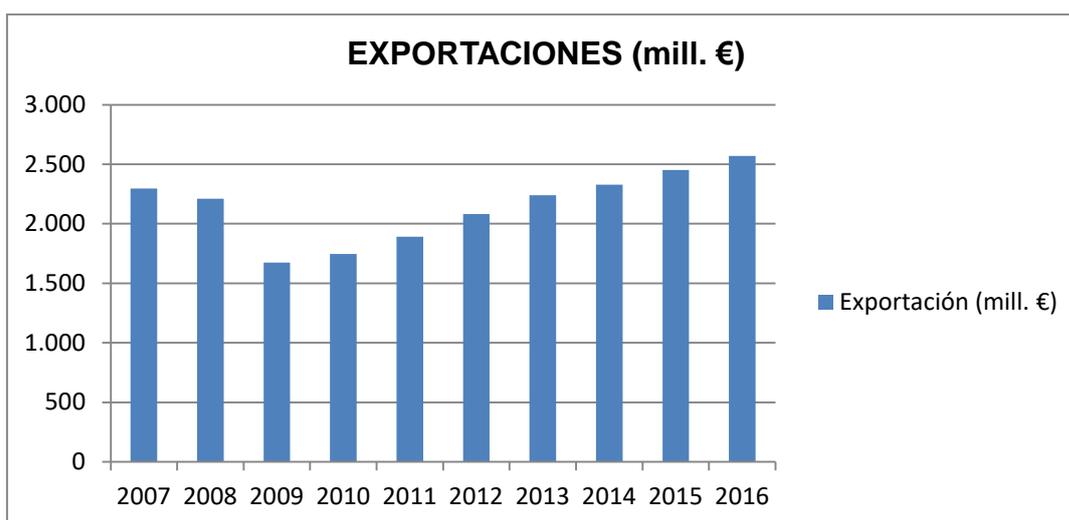


El sector, a pesar de las reducciones sufridas durante la Recesión, ha mostrando una tendencia muy positiva en temas de productividad (producción en millones de m<sup>2</sup> por empleado), como se aprecia en la siguiente tabla, sobre todo desde el 2010 que empieza a repuntar. En la actualidad, con muchos menos ocupados (15.000, frente a los 22.000 de 2007) se produce casi a los mismos niveles de 2008, lo que demuestra el incremento productivo y de eficiencia del sector. Ver gráfico de Productividad.

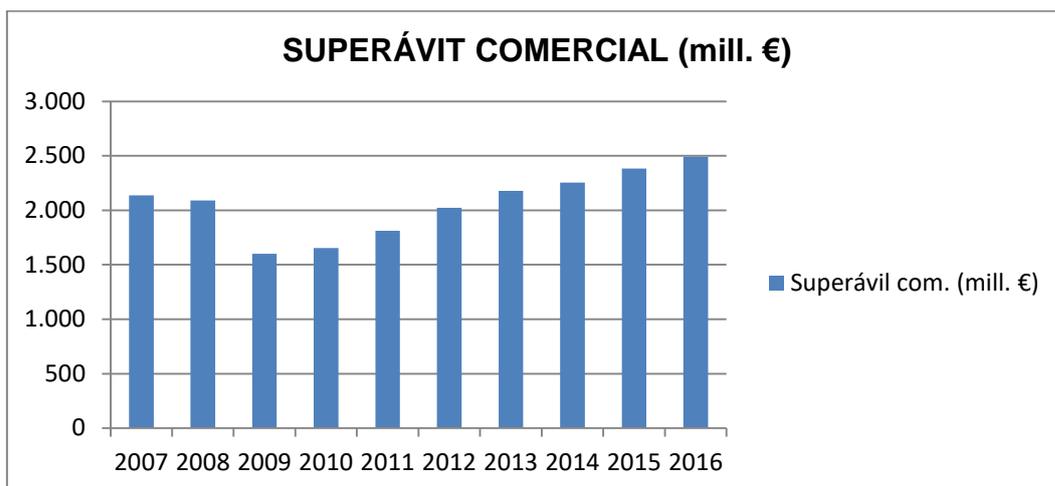


Los factores principales de dicha recuperación en el sector cerámico estriban, en parte, en dos factores fundamentales: la internacionalización del sector, llegando a representar el 80% de sus ventas, así como la revolución digital de la aplicación de la impresión por chorro de tinta (*inkjet* o *digital*).

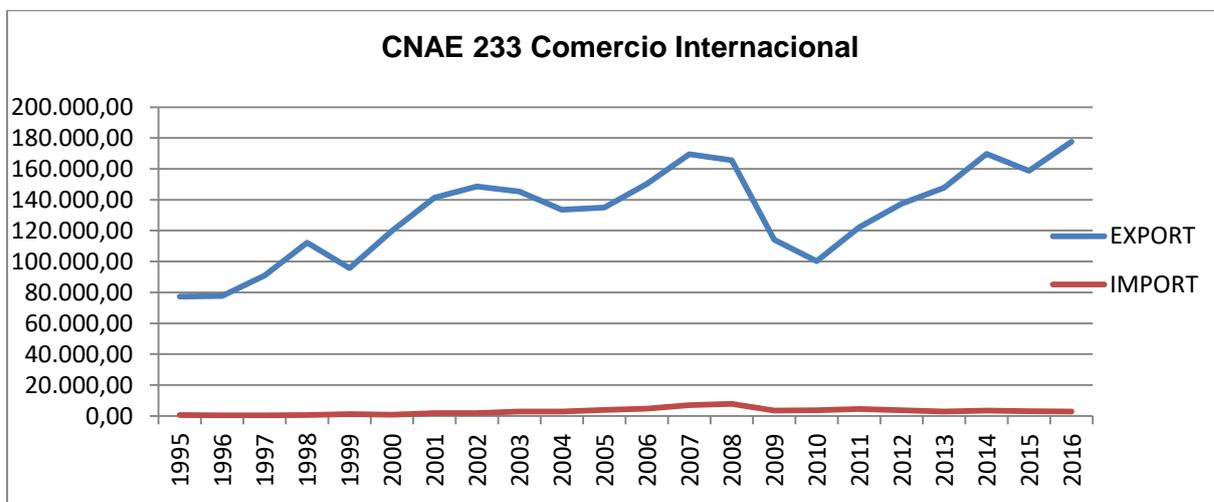
De hecho, desde 2010 las exportaciones no han parado de mostrar tendencias positivas de crecimiento, pasando en 2016 a exportar, en valor total, más que en 2007, justo antes del estallido de la burbuja inmobiliaria. Ver gráfico de Exportaciones.



Todo ello propició, de forma sustancial, el aumento del superávit comercial del sector, hasta alcanzar un record en 2016, claramente por encima de niveles previos a la burbuja inmobiliaria. Ver gráfico de Superávit.



Los mercados destinos de exportación son, en este orden, Francia, USA, Reino Unido y Arabia Saudí. Básicamente, las exportaciones se dividen en 3 grandes bloques: Europa (que concentra casi la mitad del total exportaciones), Oriente Próximo (que aglutina en torno al 20%) y América (con un 15%, y destacando USA con un 10% del total exportaciones). Ver gráfico de comercio internacional.



En la siguiente tabla de ASCER se pueden ver las principales magnitudes a las que nos hemos referido. Ver tabla Informe de Ascer.

INFORME ASCER	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Producción (mill. m <sup>2</sup> )	585	495	324	366	392	404	420	425	440	492
Variación anual (%)	-3,9%	-15,3%	-34,5%	12,8%	7,1%	3,1%	4,0%	1,1%	3,6%	11,8%
Empleo directo	27.000	22.300	17.700	16.200	15.500	14.400	14.300	14.400	14.500	15.000
Variación anual (%)	1,5%	-17,4%	-20,6%	-8,5%	-4,3%	-7,1%	-0,7%	0,7%	0,7%	3,4%

Ventas totales (mill. €)	4.166	3.671	2.591	2.548	2.597	2.656	2.797	2.902	3.095	3.316
<i>Variación anual (%)</i>	4,6%	-11,9%	-29,4%	-1,7%	1,9%	2,3%	5,3%	3,8%	6,6%	7,1%
Exportación (mill. €)	2.295	2.211	1.673	1.747	1.892	2.082	2.240	2.328	2.452	2.570
<i>Variación anual (%)</i>	5,1%	-3,7%	-24,3%	4,4%	8,3%	10,0%	7,6%	4,0%	5,3%	4,8%
Ventas nacional (mill. €)	1.871	1.460	918	801	705	575	557	574	643	746
<i>Variación anual (%)</i>	4,0%	-22,0%	-37,1%	-12,7%	-12,0%	-18,5%	-3,0%	3,0%	12,0%	16,0%
Importación (mill. €)	156,8	120,5	72,8	91,8	80,0	59,7	62,0	75,4	68,0	77,1
<i>Variación anual (%)</i>	27,9%	-23,2%	-39,6%	26,1%	-12,8%	-25,4%	3,9%	21,5%	-9,8%	13,3%
Superávit com. (mill. €)	2.138	2.090	1.600	1.655	1.812	2.022	2.178	2.253	2.384	2.493
<i>Variación anual (%)</i>	3,8%	-2,2%	-23,4%	3,4%	9,5%	11,6%	7,7%	3,5%	5,8%	4,6%
Fabricantes de baldosas	207	193	182	170	165	160	153	151	146	145
<i>Variación anual (%)</i>	-3,3%	-6,8%	-5,7%	-6,6%	-2,9%	-3,0%	-4,4%	-1,3%	-3,3%	-0,7%

El Cluster está apoyado por un sistema de innovación y soporte formado, entre otros, por el ITC, ASCER, ANNFFECC, ASEBEC, ATC; asimismo y complementando estos, la Universitat Jaume I (UJI) ofrece Ingeniería Industrial Química y CEVISAMA se erige como la feria más importante junto con la de CERSAIE en Italia. También cabe mencionar que el Cluster ha experimentado una pequeña revolución tecnológica de la mano de la nueva tecnología de impresión para la decoración inkjet (propulsada por Kerajet, empresa pionera y ganadora del Galardón Jaume I en Emprendimiento).

A efectos de describir el Cluster Cerámico en cifras, el mismo se compone de unas 20.000 ocupaciones y del orden de 5.000 millones de Euros de facturación (una parte del CNAE 23 de fabricantes cerámicos, sobre el 70%, y una adición de los sectores químico—fritas--, y de la maquinaria cerámica). Ver cifras en los siguientes cuadros.

### OCUPACIÓN CLUSTER

- Fabricantes Cerámicos (2016)  
15.000 ocupados
- Fritas y Esmaltes (2016)  
3.680 ocupados
- Maquinaria (Asebec)  
1.400 ocupados
- TOTAL +20.000 ocupados industriales**

### EXPORTACIONES:

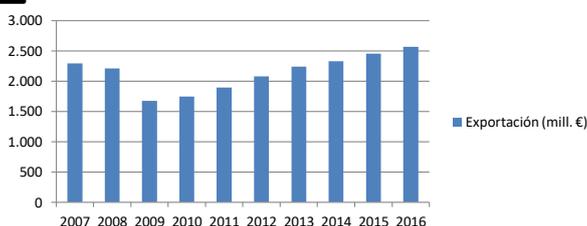
- Fabricantes: 78%
- Esmaltes: 70%
- Maquinaria: 35%

### FACTURACIÓN CLUSTER

- Fabricantes Cerámicos (2016)  
3.316 millones Euro
- Fritas y Esmaltes (2016)  
1.200 millones Euro
- Maquinaria (Asebec)  
286 millones Euro
- TOTAL 4.802 millones Euro**



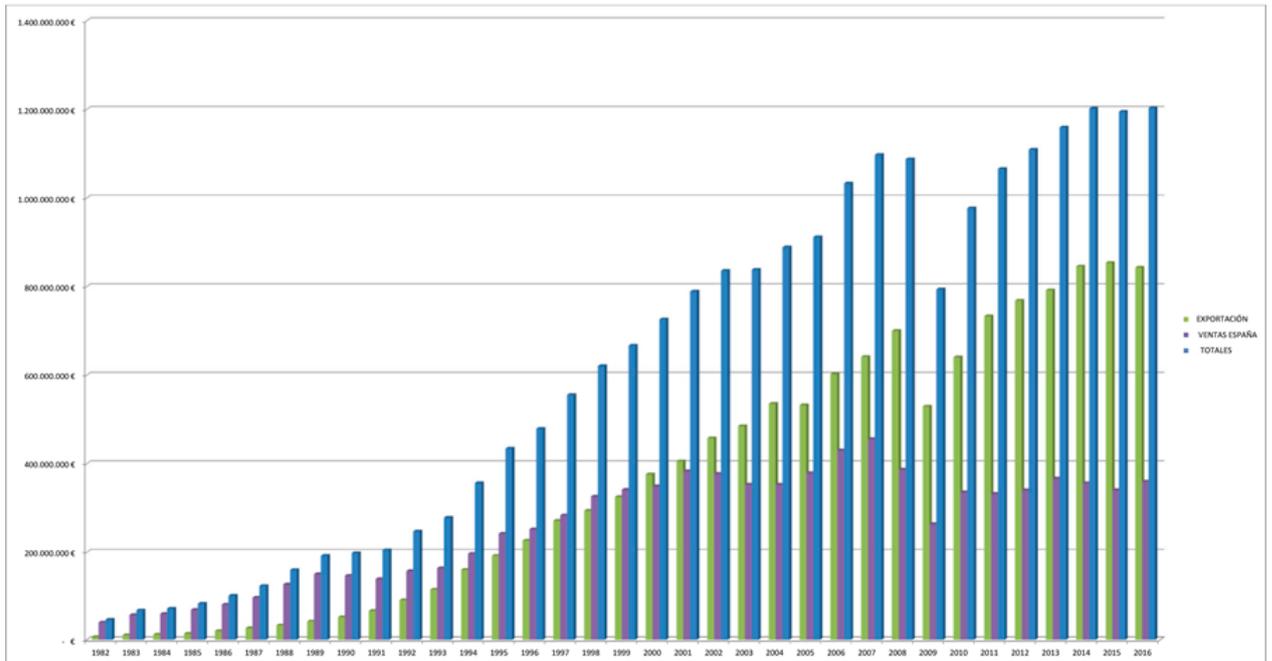
**EXPORTACIÓN (mill. €) Fabricantes**



Fuente: propia, dese ASCER, ANFFECC y ASEBEC

La recuperación del sector de fabricantes de cerámica (CNAE 233) no es explicable sin el soporte y refuerzo que reciben desde el sector químico (CNAE 20), en concreto desde los fabricantes de fritas y esmaltes que son líderes a nivel mundial. Así, para entender la fortaleza del Cluster, véase la evolución del sector de las fritas y esmaltes en los últimos años, en los cuales se muestra que la Gran Recesión ha tenido poca influencia en dicho sector, observándose, por ejemplo, unos niveles de ocupación (3.610 en 2015; 3680 en 2016) que son prácticamente los mismos que en el período anterior a la Recesión. Ver figuras de ANFFECC a continuación (ventas y ocupados).

EVOLUCIÓN HISTÓRICA VENTAS ANFFECC



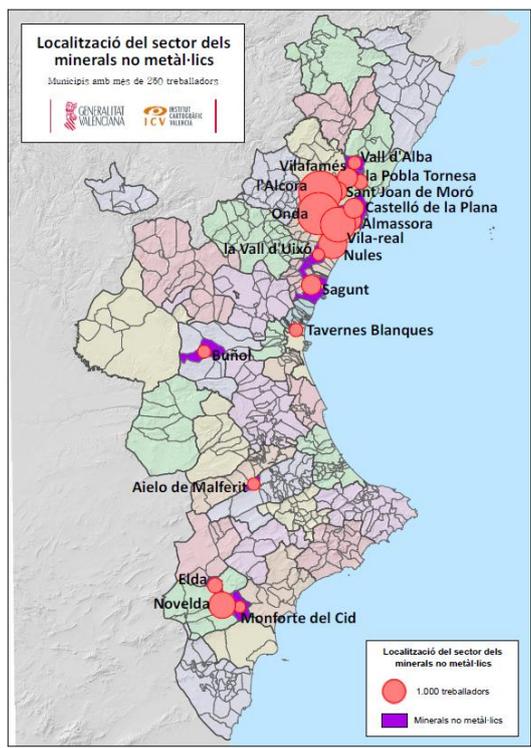
**HISTÓRICO DATOS TRABAJADORES  
ANFFECC 2016**

AÑO	TRABAJADORES
1982	874
1983	857
1984	828
1985	820
1986	836
1987	961
1988	1.074
1989	1.169
1990	1.239
1991	1.405
1992	1.482
1993	1.650
1994	1.745
1995	2.049
1996	2.160
1997	2.321
1998	2.685
1999	2.737
2000	3.005
2001	3.319
2002	3.487
2003	3.626
2004	3.669
2005	3.818
2006	3.776
2007	3.754
2008	3.741
2009	3.278
2010	3.310
2011	3.302
2012	3.279
2013	3.342
2014	3.470
2015	3.610
2016	3.680

Por otra parte, ASEBEC reúne a los fabricantes y reparadores de maquinaria para el sector cerámico, también en niveles positivos de recuperación, si bien aun ligeramente inferiores al período de crisis. Así, observamos que de los 1.800 ocupados en 2007 se ha pasado a 1.500 (provisional) en 2016, desde los 1277 del año 2013, un subsector también en plena recuperación.

<b>AÑO</b>	<b>NUMERO EMPRESAS</b>	<b>TOTAL FACTURACIÓN</b>	<b>TOTAL EXPORTACIÓN</b>	<b>NUMERO TRABAJ.</b>
1999	49	179.882.920,00 €	14.866.640,00 €	1.597
2000	59	290.048.440,00 €	18.692.680,00 €	1.338
2001	63	222.584.830,00 €	24.981.070,00 €	1.510
2002	65	225.000.000,00 €	26.000.000,00 €	1.500
2003	71	221.000.000,00 €	36.000.000,00 €	1.480
2004	72	235.000.000,00 €	42.000.000,00 €	1.400
2005	72	287.000.000,00€	47.000.000,00€	1.550
2006	71	309.000.000,00€	51.600.000,00€	1.695
2007	70	354.500.000,00€	56.000.000,00€	1.805
2008	62	336.000.000,00€	77.250.000.00€	2.046
2009	57	182.000.000.00€	67.000.000.00€	1.658
2010	53	237.000.000.00€	83.000.000.00€	1.566
2011	51	292.000.000.00€	125.000.000.00€	1.640
2012	50	275.000.000.00€	145.000.000.00€	1.669
2013	41	300.600.000.00€	113.000.000.00€	1.277
2014	41	279.000.000,00€	130.000.000.00€	1.267
2015	42	286.000.000.00€	98.500.000.00€	1.347

Por lo tanto, el Cluster cuenta con cerca de 20.000 ocupaciones industriales (aprox., 15.000 ocupaciones en fabricantes CNAE 233; 3.680 ocupaciones en la química de fritas, CNAE 20 y 1.500 de maquinaria, CNAE metal-mecánico y de bienes de equipo).



El Cluster se localiza en diversos municipios, todos ellos de Castellón. Así, destacan los siguientes: L'Alcora (3.476 ocupaciones industriales), Onda (3.339), Vila-Real (2.298) y Nules (1.490) constituyen el grueso de la industria cerámica, junto con Almassora (1.087) y Castelló de la Plana (758). Dichos municipios, además de focalizarse mayoritariamente en la cerámica, también están provistos de una potente industria auxiliar para el sector, tal como química (fritas y esmaltes), maquinaria y otros.

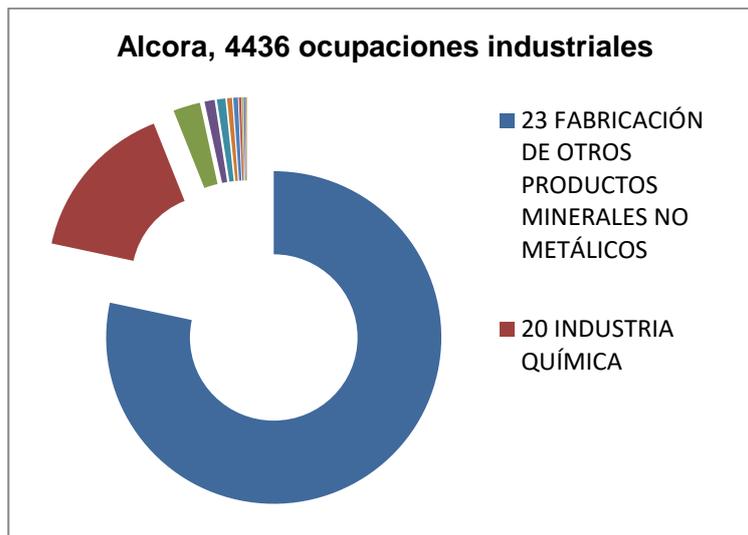
005 ALCORA, L'	3.476
084 ONDA	3.339
135 VILA-REAL	2.298
082 NULES	1.490
093 NOVELDA	1.319
009 ALMASSORA	1.087
040 CASTELLÓ	758
128 VILAFAMES	745
902 SANT JOAN DE MORO	674

Así, si analizamos la ocupación industrial en los principales 4 municipios clave del Cluster, observamos la siguiente composición industrial:

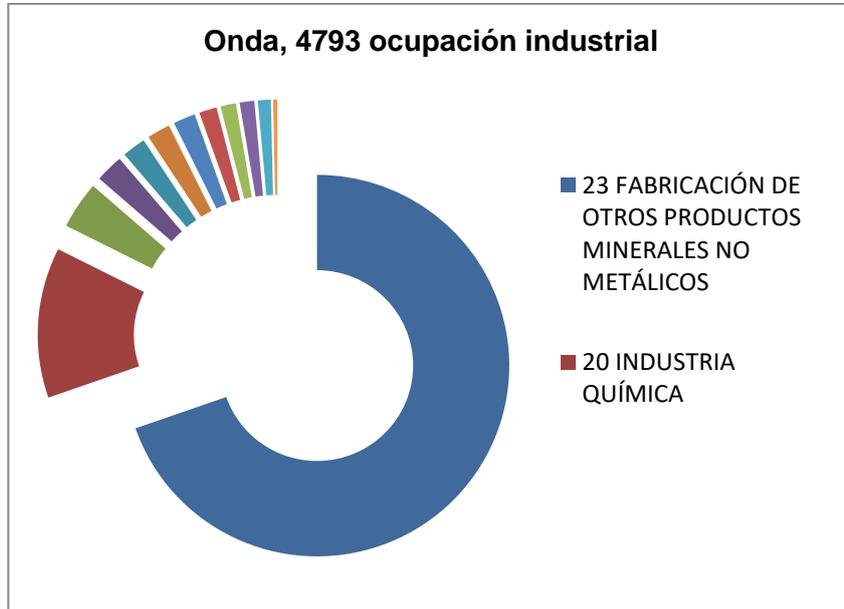
-Vila-Real presenta 4.635 ocupaciones industriales, de las que 2.298 (50%) son fabricantes de cerámica, soportados por la industria química (fritas) 462 (10%) y maquinaria 367 (8%), entre otras



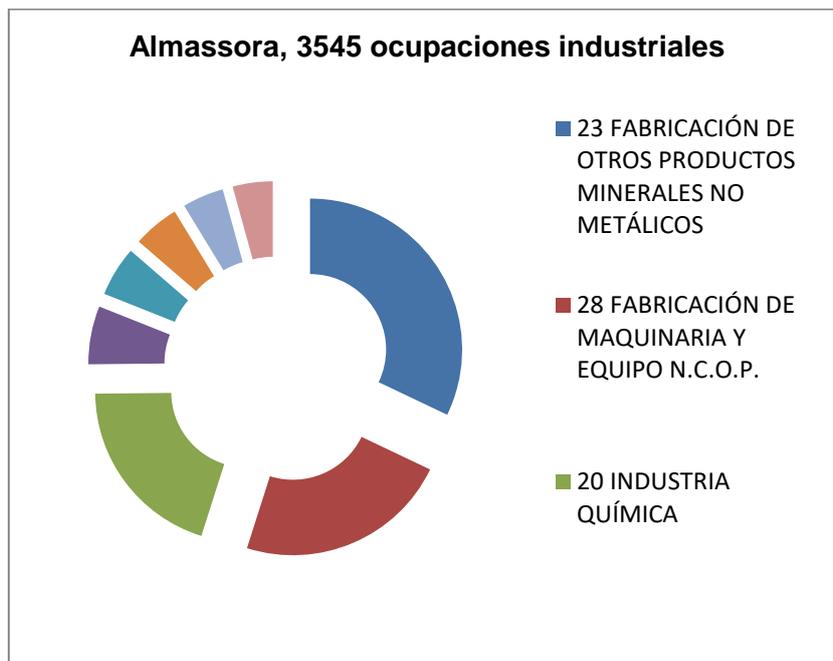
-L'Alcora, con 4.436 empleos industriales concentra la más grande aglomeración de fabricantes cerámicos (3.476, el 78% de la ocupación del municipio), que apoya con el 15,6% en ocupados de la industria química (694 ocupados).



-Onda, con 4.793 ocupados industriales, presenta una similar composición: 70% de fabricantes de cerámica (3.339) y 12,7% de fritas y esmaltes (611), además de maquinaria y otras (plástico, etc.).



-Por último, Almassora, con 3.545 ocupados industriales, concentra menos en fabricantes (1.087, 30,6%), pero la mayor parte de la maquinaria cerámica (771, 21,7%) y química (675, 19%).



### 3.- POSICIÓN DEL CLÚSTER

El Cluster Cerámico experimenta en estos momentos (2017) de una marcada recuperación positiva después de haber pasado un período muy intenso de crisis, sobre todo por la caída del sector nacional de construcción.

A pesar de la pasada crisis, la capacidad innovadora del Cluster, su transición a la impresión digital (inkjet) y su reforzada capacidad exportadora (al 80% por parte de los fabricantes y al 70% desde la química cerámica) han posibilitado que sea uno de los clústers de la C. Valenciana que más pronto se ha recuperado.

Actualmente (2016) está en casi 500 millones de m<sup>2</sup>, con un claro síntoma de estabilidad, crecimiento positivo y marcada recuperación a dos dígitos. De hecho, los números de 2016 que se presentan a continuación así lo indican: aumento de un 7% de las ventas y de un 12% de la producción, con nuevos records de exportación (+4,8%). Así, el sector de Fabricantes se coloca a las puertas de los 500 millones de m<sup>2</sup> de producción (492 en 2016, ASCER), concentrando casi el 90% de las empresas de España, y representando un 70% del CNAE 23. En total, unas 200 empresas en los sectores principales (120 fabricantes + 23 químicas + 50 maquinaria), en total, conforman dicho Cluster Cerámico.

Las cifras económicas del Cluster, integrando los tres sectores nombrados, indican claramente la importancia estratégica del mismo para la C. Valenciana, factor unido al hecho de que es el clúster industrial más potente de Europa en el sector cerámico junto al de Sassuolo en Italia; el sector de fritas y esmaltes es líder mundial y el ITC es, asimismo, un centro mundial de referencia en la cerámica. Todo ello debe estar, además, considerado por el hecho de que el CNAE 23 *Productos minerales no metálicos* (en el que la cerámica son su principal epígrafe) representa el nº2 en VAB en la C. Valenciana, detrás de la alimentación (3º, detrás del automóvil, si el CNAE 23 se filtra a “azulejos” provenientes del 233). Asimismo, por su índice de especialización (ver Informe 2<sup>2</sup>) es uno de los Clusters más prometedores, importantes y, claramente, constituye una ventaja competitiva clave en la industria valenciana, con casi 5.000 millones de Euros de facturación y 20.000 ocupaciones industriales directas.

Las ocupaciones se muestran a continuación:

- Fabricantes Cerámicos (2016)

---

<sup>2</sup> Informe 2 del Plan de Investigación y Acción, DGIE.

15.000 ocupados

- Fritas y Esmaltes (2016)

3.680 ocupados

- Maquinaria (ASEBEC)

1.400 ocupados

**TOTAL +20.000 ocupados industriales**

#### **EXPORTACIONES:**

- Fabricantes: 78%
- Esmaltes: 70%
- Maquinaria: 35%

#### **FACTURACIÓN CLÚSTER**

- Fabricantes Cerámicos (2016)

3.316 millones Euro

- Fritas y Esmaltes (2016)

1.200 millones Euro

- Maquinaria (ASEBEC)

286 millones Euro

**TOTAL 4.802 millones Euro**

El Cluster cerámico se estructura y refuerza por la presencia del *Instituto de Tecnología Cerámica*, diversas asociaciones empresariales y profesionales (*ASCER*, *ANFFECC*, *ASEBEC*, *ATC*, etc.); asimismo, acoge a la segunda feria más importante de Europa (*CEVISAMA*) y al congreso más prestigioso mundial de calidad de los recubrimientos cerámicos (*QUALICER*). Castellón es punto clave de la industria cerámica a nivel mundial y uno de sus mejores centros de producción e innovación. Dicho sistema de innovación ha sabido capear la crisis a través de la internacionalización: el sector de fabricantes ha exportado más del 80% de su producción, dando así salida a un producto que se quedaba sin mercado nacional por la caída de la construcción.

El sector cuenta con empresas líderes de talla nivel mundial, como son *Pamesa*, *Porcelanosa*, *Torreid*, *Esmalglass* o *Kerajet*, por citar algunas, entre muchas otras. Es un clúster típico de libro con:

- Innovación y disrupciones radicales.
- Generación continua de creación de nuevas empresas, normalmente spinoffs.
- Presencia y atracción de multinacionales (EFI del Silicon Valley, empresas Italianas, empresas del Clúster de Cambridge de Impresión como Xaar, Xennia, etc.).
- Claramente abierto al mundo: exportador y conocido por su producción y excelencia a nivel mundial.
- Proporciona ingeniería, tecnología y conocimiento a todo el sector cerámico del mundo, sobre todo en decoración, inkjet y tintas orgánicas pigmentadas.
- Tiene elementos de soporte únicos: Cevisama, Qualicer o el ITC, entre otros.

Asimismo, en la actualidad observamos la existencia de 3 grupos estratégicos de empresas o tres formas diferentes de enfoque estratégico:

- Un primer grupo que denominamos “empresas productivas”, que son aquellas empresas que han apostado por ser muy eficientes en el proceso productivo, realizando tiradas muy largas, con tiempos muy cortos, con producciones intensivas y consiguiendo una excelencia en eficiencia, productividad y bajo coste. Estas son las que más han crecido, hasta el punto de que con solo 2 grandes representan el 25% de la producción en el clúster. Esa es una tendencia, la concentración paulatina que parece que experimenta el sector, como ya lo hicieron los italianos a principios de la década 2000.
- Un segundo grupo, “empresas diferenciadas”, que apuesta por altos precios, menos producción, más diferenciación de producto y búsqueda de valor añadido y diferenciación.
- Un tercer grupo de “empresas intermedias”, que siguen una versión más híbrida en la que se busca un punto intermedio entre las anteriores.

## **DISTRIBUCIÓN**

Los principales canales de venta (tiendas especializadas en cerámica, baños, etc.) siguen muy eficientes y fragmentadas. Luego, en la parte más centrada en coste los almacenes de construcción y centros de bricolaje (Leroy, BricoDepot...etc.) van ganando cuota (crecen al 6%), si bien siguen siendo la parte más pequeña de la distribución (menos del 20%).

Si analizamos el informe sobre El Observatorio de Mercado del ITC (<http://www.observatoriomercado.es/>), observamos las grandes tendencias actuales en cuanto al mercado y la distribución:

- Casi la mitad de las ventas van al consumidor final y su principal motivo de compra es la rehabilitación o reforma (*picking*), lo que nos indica una bajada del poder del prescriptor (más enfocado a *contract* u obra nueva)
- En consecuencia, el punto de venta busca un mayor enfoque al consumidor final (gustos, tendencias, etc.)
- Existe una tendencia creciente (aún menor) por el *web rooming* y uso de redes sociales, para posicionar la marca, prestigio, algo que también empieza a verse en fabricantes.
- Los puntos de venta, a futuro, también tienden a reducir el número de proveedores (fabricantes) y a exigirles a estos más valor y comunicación, eliminando expositores que no añadan valor (casi un 30% de los existentes), intentando ofrecer más valor en cuanto a promoción, comunicación, *corners*, PLVs, etc.
- Asimismo, hay una concentración en distribución, a futuro, amenaza de centros de bricolajes y DIY que apuesta por coste y bajos precios.

En general, la distribución necesita apostar más hacia una mayor propuesta de valor al consumidor, para que la cerámica se considere un elemento de decoración, innovador y de valor añadido.

#### 4.- ¿CÓMO VAN A SER LAS EMPRESAS DEL FUTURO?

- Empresas más internacionalizadas:
  - Sostenimiento de la cuota de exportación.
  - Core de la producción y la innovación en Castellón: posible multi-localización en ciertos mercados de destino, sobre todo en grandes grupos.
- Mayor concentración y tamaño: Cooperación e integración en grupos de mayor tamaño para obtener:
  - Economías de escala en producción (reducción costes) vía la especialización.
  - Eficiencia en la comercialización.
  - Ventajas en imagen y marca.
  - Más flexibilidad (por especialización) para disminuir la respuesta al mercado.
  - Más enfocada a productos y valores de mayor valor añadido.
- Empresas más productivas y eficientes debido a mejores prácticas y tecnología:
  - Eficiencia energética.
  - Productividad y técnicas *lean manufacturing*.
  - Apoyada en industria 4.0.
    - Renovar maquinaria (ej., prensas nuevas para grandes formatos).
    - Automatizar.
    - Conectar/digitalizar (máquinas intercambian datos).
    - Centralizar y explotar información en toma decisiones.
- Empresas más apoyadas en imagen consolidada *Made in Spain (Tile of Spain)*
- Más innovadoras:
  - Apoyadas en el ITC y en la Universidad.
  - Innovaciones en producto, proceso, organización y marketing.
  - Buscando productos/mercados de mayor valor añadido.
  - Introducción y desarrollo paulatino de la nueva tecnología de “producción continua”.

## 5.- ¿CÓMO SERÁ EL SECTOR EN EL FUTURO?

El sector deberá tener una política industrial que contemple:

- Estar especializada en el clúster, totalmente adaptada a su realidad.
- Tener visión de largo plazo, ser Persistente en el tiempo, independientemente del color político del Gobierno.
- Mejora de la energía. Necesaria reducción de costes de energía (renovables conectadas al horno, hornos híbridos, autoconsumo).
- El apoyo a la cogeneración.
- La reducción de costes logísticos.
- Mejor Educación: adaptación de la FP Dual y Universidad como generadores de talento.
- Política con apoyos e incentivos más activos y generosos a fomentar:
  - Marca España + *Cevisama*.
  - Internacionalización.
  - Industria 4.0.
  - Apoyo al ITC.
  - Pro-actividad en temas medioambientales (ejemplo, apoyo a la permanencia en la lista de sectores expuestos a fuga de carbono).
  - Vigilancia y acción sobre prácticas de dumping de China y de otros países productores, así como remoción de barreras comerciales.
  - Minería: provisión de materias primas,
  - Administración más eficiente, ágil, integrada.

## 6.- ACTUACIONES CERÁMICA

La lista de actuaciones propuestas en el sector FABRICANTES fueron las siguientes:

### Formación

- Formación especializada técnicos/comerciales en idiomas y marketing.
- Formación FP industrial general, electricistas, electromecánicos en la zona para mantenimiento de la producción general de las empresas.
- Acciones de formación en marketing para empresas, de cara a diferenciarse: diseño, estudios mercados, segmentación, etc.

### Innovación

- Apoyo a la I+D+I, en todas las fases del proceso productivo.
- Apoyo al Instituto de Tecnología Cerámica.
- Formación y acciones para mejorar la introducción en el mercado (comercialización) de la innovación.
- Industria 4.0. (Proyecto CEBRA).

### Estrategia y productividad

- Políticas persistentes, pacto autonómico apuesta por la industria y el sector a través de una política industrial activa. Con una evaluación y seguimiento. Conectar a las Consellerías implicadas en las ayudas y acciones para la mejora de la industria.
- Plan Renove de parque industrial de equipo (hornos, prensas).
- Plan Renove de equipos de cogeneración y adecuada retribución de la energía generada (eliminar peaje de respaldo).
- Apoyos a decisiones estratégicas para fomentar el aumento de tamaño de las empresas.

### Marketing/mercado

- Apoyo a la marca “Cerámica de España / Tile of Spain”, apoyando su promoción y comercialización.
- Acciones colectivas del sector para fomentar temas de vigilancia de mercado: estudios de mercado para captación de las necesidades cambiantes de los clientes y las nuevas tendencias.
- Desarrollo de nuevos canales de venta on-line.
- Fomento y continuidad al Plan de rehabilitación y estímulo para fomentar el consumo cerámico en viviendas y edificios (RENHATA).

### **Normativa**

- Agilización de trámites de nuevos proyectos y simplificación normativa en todos niveles de la Administración, en especial en temas de ampliación, nuevos proyectos, etc.
- Mejora de la actuación del SERVEF que recoja las capacidades de los demandantes de cara a ofrecerlos al sector.
- Mejora de la flexibilidad laboral (cambio de turnos, multi-puesto, etc.).
- Apoyo en temas de medio Ambiente (no salida de la lista de industria de fuga de carbono, asignación racional de emisiones).

### **Internacionalización**

- Ayudas al posicionamiento internacional (Apoyo institucional en ferias y mercados destino).

### **Otros**

- Apoyo a la minería para permitir el crecimiento de las empresas asegurando su abastecimiento de las materias primas. Nuevas concesiones y resolución de expedientes en curso.
- Energía competitiva (sobre todo gas): mayor liberalización del mercado, menores costes regulados, nueva fiscalidad energética.

Asimismo, las **ACTUACIONES** que se consensuaron en el **SECTOR MAQUINARIA CERÁMICA** fueron:

### **INNOVACIÓN**

- Apoyo al estudio de adaptación a la industria 4.0 en el sector cerámico desde la participación del sector de fabricantes de maquinaria: Proyecto conjunto entre ASEBEC e ITC, de cara a formar a las empresas de maquinaria en las capacidades del 4.0.
- Potenciar acciones de I+D para introducir el 4.0 en las empresas de maquinaria en el ámbito interno.
- Ayudas para la renovación de equipos enfocados a formatos de piezas grandes.

### **FORMACIÓN**

- Potenciar la FP dual, adaptarla al Sector, integrarla en el Pacto Territorial del SERVEF y potenciar la colaboración institutos y empresas; potenciar el conocimiento del inglés en los institutos.
- Ayudas para acciones de formación operarios *in-company* en temas técnicos.
- Ayudas para acciones de formación en idiomas para operarios.

### **INTERNACIONALIZACIÓN**

Apoyo a la internacionalización, a través de potenciar:

- Soporte inicial en misiones y ferias.
- Soporte en prospección de mercados emergentes.
- Jornadas técnicas Formación en inglés para técnicos y comerciales.
- Ampliación y apoyo en extender el Crédito de Comprador en CESCE.

En las empresas de **FRITAS Y ESMALTES**, los problemas y actuaciones propuestas fueron:

### **PRODUCCIÓN:**

- Acciones y apoyos para mejorar el coste energético en general.
- Apoyo a proyecto de mejora del proceso de fundición de fritas: proyecto con el Sistema Valenciano de Innovación (Universidades e ITC) para mejorar el proceso de fundición, hacerlo más eficiente y con menos coste energético.
- Soporte al AICE en el ITC para seguir potenciando un actor tecnológico de referencia.
- Acciones para favorecer la introducción de la digitalización y la incorporación de la industria 4.0 al sector de fritas y esmaltes.

### **FORMACION**

- Educación superior: adecuación de las Universidades para adecuar las titulaciones y perfiles al sector, fomentando los idiomas y las competencias transversales (inteligencia emocional, relaciones interpersonales, capacidad de comunicación, cultura del esfuerzo, otras, etc.).
- Mejorar la conexión entre Universidad- Empresa para favorecer el empleo y la captación de talento en la industria.
- Énfasis en la potenciación de la formación en inglés en todos los niveles y ámbitos del sistema educativo.
- Soporte a la formación *in-company* en áreas clave, y sobre todo en materia de digitalización e idiomas.

### **NORMATIVA**

-Ventanilla única y simplificación de normativa-burocracia en todas las instancias y administraciones, con plazos de resolución definidos y conocidos. Sobre todo en lo referente a ampliaciones y nuevos proyectos.

-Apoyo en temas de medioambiente, dotar de más y mejor personal para ello, ayudar a lograr una mayor simplificación y mayor agilidad en la resolución de problemas, con especial sensibilidad con el sector.

**INTERNACIONALIZACIÓN**

- Apoyo a las exportaciones y el posicionamiento internacional.
- Mejorar la formación en inglés y otros idiomas.

## 7.-LÍNEAS DE ACTUACIÓN. FICHAS CLUSTER CERÁMICO.

Las actuaciones específicas son<sup>3</sup> las siguientes:

SECTOR: FABRICANTES CERÁMICA	
ACTUACIÓN	POSICIONAMIENTO E IDIOMAS PARA UN MERCADO GLOBAL
1	<p><b>OBJETIVO:</b> Reforzar el posicionamiento internacional del sector de fabricantes. Al ser un sector global, cabe reforzar su posicionamiento, marca, idiomas y todo lo que sea inteligencia de conocimiento de mercados y clientes exteriores.</p> <p><b>ACCIÓN 1.</b> Ayudas posicionamiento internacional (Apoyo institucional en ferias y mercados destino, misiones y todo tipo de actividades de internacionalización).</p> <p><b>ACCIÓN 2.</b> Formación especializada técnicos/comerciales en idiomas y marketing para el mercado internacional: inglés, francés, otros</p> <p><b>ACCIÓN 3.</b> Vigilancia Mercados Internacionales: Apoyo a estudios de mercados conjuntos de alto potencial para ver</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tendencias de consumo</li> <li>- Canales</li> <li>- Competencia, etc.</li> </ul>

<sup>3</sup> Así, en el sector de fabricantes cerámicos, las cinco medidas más valoradas son:

- 1.- Energía competitiva (sobre todo gas): mayor liberalización del mercado, menores costes regulados, nueva fiscalidad energética.
- 2.- Formación especializada técnicos/comerciales en idiomas y marketing.
- 3.- Apoyo a la minería de pasta roja y blanca para permitir crecimiento de empresas asegurando materias primas. Nuevas concesiones.
- 4.- Apoyo marca "Cerámica de España / Tile of Spain", apoyando su promoción y comercialización.
- 5.- Apoyo en temas de Medio Ambiente (no salida de lista de industria fuga de carbono, asignación racional de emisiones).

<b>SECTOR: FABRICANTES CERÁMICA</b>	
<b>ACTUACIÓN 2</b>	<b>INTERNACIONALIZACIÓN DEL CLUSTER: FOMENTO MARCA ESPAÑA (TILE OF SPAIN)</b>
	<p><b>OBJETIVO:</b> Reforzar y apoyar la marca del Cluster (<i>Tile of Spain</i>) en diversos foros, canales y situaciones. Esto, además, acompañaría las acciones del sector en sus “Cátedras” que se han venido realizando con éxito. En concreto:</p> <p><b>ACCIÓN 1. Apoyo marca “<u>Cerámica de España / Tile of Spain</u>”, apoyando su promoción y comercialización:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Acciones de marketing y comunicación para llegar a los centros de diseño y prescriptores en Europa. Potenciar cerámica de España en mercados europeos llegando más y mejor a:           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prescriptores.</li> <li>• Decoradores.</li> <li>• Colegios de arquitectos.</li> <li>• Universidades.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>ACCIÓN 2. Apoyar CEVISAMA</b>, feria internacional de prestigio, como elemento prescriptor para conocer la cerámica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Programas de promoción vía comunicación nacional en TV, Radio, Prensa y otros medios como una de las Ferias más importantes de España.</li> <li>-Conexión con turismo y cultura de Valencia para mejorar posicionamiento de la Feria y hacer la Semana Especial de la Cerámica.</li> <li>- Potenciar CEVISAMA desde CERSAIE, para hacer publicidad institucional del evento Cevisama, desde el evento Italiano.</li> </ul>

<b>SECTOR: FABRICANTES CERÁMICA</b>	
<b>ACTUACIÓN 3</b>	<b>APOYO DE LA ADMINISTRACIÓN EN MEJORA DE NORMATIVAS Y ENERGÍA.</b>
	<p><b>OBJETIVO:</b> Mejorar el papel de la Administración (acciones administrativas, normas y proyectos) con respecto al sector, en temas de minería, energía, legislación medioambiental, agilidad y disminución de carga burocrática. También en la cogeneración y fomento de la rehabilitación.</p> <p><b>ACCIÓN 1.</b> Apoyo a la minería para permitir el crecimiento de las empresas asegurando su abastecimiento de materias primas. Nuevas concesiones y resolución de expedientes existentes.</p> <p><b>ACCIÓN 2.</b> Energía competitiva (sobre todo gas): mayor liberalización del mercado, menores costes regulados, nueva fiscalidad energética. Apoyar el autoconsumo eléctrico para favorecer el ahorro energético y la economía circular.</p> <p><b>ACCIÓN 3.</b> Apoyo al sector en su cumplimiento de la legislación medioambiental:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Asegurar permanencia del sector en lista de fuga de carbono.</li> <li>– Legislación ambiental con menos carga burocrática y a la par que la exigencia nacional.</li> </ul> <p><b>ACCIÓN 4.</b> Agilización trámites de nuevos proyectos y simplificación normativas en todos niveles de la Administración, en especial en temas de ampliación, nuevos proyectos, etc. Más y mejor coordinación entre Consellerías y Administraciones.</p> <p><b>ACCIÓN 5.</b> Apoyo a la cogeneración, reconociendo el importante esfuerzo del sector.</p> <p><b>ACCIÓN 6.</b> Fomentar y expandir el Plan rehabilitación y estímulo para fomentar consumo cerámico en viviendas y edificios (RENHATA).</p> <p><b>ACCIÓN 7.</b> Otras acciones de Lobby. Apoyar el tema de anti-dumping con China; tratar de reducir barreras comerciales en otros países terceros (Argelia, Marruecos, etc.).</p>

<b>SECTOR: FABRICANTES CERÁMICA</b>	
<b>ACTUACIÓN</b>	<b>MEJORAR LA FORMACIÓN</b>
<b>4</b>	<p><b>OBJETIVO:</b> Mejorar el sistema educativo general para contribuir a la mejora competitiva del sector, tanto en Universidades, como FP u otro tipo de formación que incida en la cerámica.</p> <p><b>ACCIÓN 1.</b> Potenciar y mejorar la Formación FP industrial general, (electricistas, electromecánicos, etc.) para el sector, sobre todo en temas de mantenimiento industrial, fomentando asimismo la FP DUAL y a la intensificación de enseñanzas de idiomas y digitalización en los institutos de FP. Campaña de mejora de la imagen de la FP en el territorio y sector para atraer talento.</p> <p><b>ACCIÓN 2.</b> Más conexión Universidad-Sector: incorporación de titulados a las empresas, tanto en doctorado, prácticas u otros, de cara a mejorar empleabilidad (Convenio Sector-UPV y otras universidades): <i>PROGRAMA INTERTALENT</i>. Conexión directa en Sector y Universidades, selección de personal, prácticas y todo tipo de facilidades para conectar oferta y demanda de empleo cualificado.</p> <p><b>ACCIÓN 3.</b> Mejorar la formación universitaria con más atención a las necesidades del sector; énfasis en idiomas y competencias transversales (inter-personales, pro-activas, emocionales, etc.).</p> <p><b>ACCIÓN 4.</b> Formación a directivos en productividad y eficiencia (<i>lean manufacturing</i>, automatización, etc.).</p> <p><b>ACCIÓN 5.</b> Formación en digitalización e idiomas para todo el sector (<i>in-company</i>, formación conjunta en asociaciones, etc.).</p> <p><b>ACCIÓN 6.</b> Mejorar la actuación del SERVEF para ofrecer demandantes al sector; formación específica para el sector (ocupacional y continua):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Técnicos comerciales y de marketing, énfasis en idiomas.</li> <li>▪ Diseños cerámicos.</li> <li>▪ Mantenimiento de maquinaria, etc.</li> <li>▪ Digitalización para procesos productivos.</li> </ul>

<b>SECTOR: FABRICANTES CERÁMICA</b>	
<b>ACTUACION</b> <b>5</b>	<p><b>OBJETIVO:</b> Ayudas encaminadas a mejorar la productividad y la excelencia operativa de la empresa, así como su innovación con carácter general.</p> <p><b>ACCIÓN 1.</b> Apoyo a la I+D+I, en todas las fases del proceso productivo. Innovación tecnológica, organizativa, creación de departamentos de I+D, etc.</p> <p><b>ACCIÓN 2.</b> Apoyo al Instituto de Tecnología Cerámica para potenciar transferencia e innovación.</p> <p><b>ACCIÓN 3.</b> Fomento de la Industria 4.0, en especial a la adquisición de maquinaria/equipo y formación para la digitalización. Conexión con el proyecto CEBRA de la Industria 4.0</p> <p><b>ACCIÓN 4.</b> Plan Renove de Maquinaria: parque industrial de equipo (hornos, prensas, otras).</p> <p><b>ACCIÓN 5.</b> Plan de Apoyo a la cogeneración y adecuada retribución de la energía generada (eliminar peaje de respaldo).</p> <p><b>ACCIÓN 6.</b> Apoyo al fomento de compra pública innovadora por parte de la Administración que fomente la innovación en el sector.</p> <p><b>ACCIÓN 7.</b> Participación del sector en programa inter-cluster, de intercambio de ideas y acciones de cooperación inter-sectorial (ver Retos Estratégicos del PEIV).</p>

<b>SECTOR: FABRICANTES CERÁMICA</b>	
<b>ACTUACION</b>	<b>ESTRATEGIA MEJORA DE TAMAÑO Y TRACCIÓN</b>
<b>6</b>	<p><b>OBJETIVO:</b> Ayudas encaminadas a aumentar el tamaño empresarial, con el consiguiente aumento de economías de escala, especialización y creación de grandes grupos con mayor capacidad de innovación y posicionamiento en el mercado.</p> <p>Promover y fomentar la cooperación y colaboración, así como la formación de grupos que actúen como <b>empresas TRACTORAS</b> conformadoras de redes o grupos, con el objetivo de lograr mayor aumento de tamaño en el sector mediante la creación de redes y consorcios. Asimismo, dicha tracción es para ejercer acciones de demostración y transferencia de nuevo conocimiento e innovación (ver proyecto CEBRA como ejemplo).</p> <p>Todo esto genera consorcios integrados que crean un sistema más eficiente en el que se eliminan/compensan todas las desventajas de actuar en solitario a pequeña escala, al tiempo que genera colaboraciones, aumentos de tamaño, especializaciones, economías de escala y otras ventajas propias de redes colaborativas. Esta potenciación de la integración en redes debe de conseguirse mediante medidas que las fomenten, sean fiscales o de ayudas directas.</p> <p><b>Acción 1:</b> Cooperación para la innovación. Ayudas directas a la creación de consorcios de cooperación y formación de grupos para actividades de producción e innovación.</p> <p><b>Acción 2:</b> Deducciones fiscales en la integración y creación de grupos para actividades de producción e innovación.</p> <p><b>Acción 3.</b> Ayudas para labores de difusión de conocimiento y demostración desde empresas tractoras a sus redes empresariales.</p> <p><b>Acción 4.</b> Ayudas al Diseño de Planes Estratégicos para estudiar la conformación de grupos y redes empresariales, evaluando su potencialidad.</p>

SECTOR: FRITAS CERÁMICAS (ANFFECC)	
<b>ACTUACION</b> 7	<b>INNOVACIÓN Y EXCELENCIA OPERATIVA</b>
	<p><b>OBJETIVO:</b> Dotar de más eficiencia y productividad a las empresas químicas en sus procesos productivos, sobre todo en temas de eficiencia energética.</p> <p><b>ACCIÓN 1.</b> Ayudas y programas para mejora de la eficiencia energética, incluyendo renovación de maquinaria.</p> <p><b>ACCIÓN 2.</b> Mejoras en el mercado energético para abaratar el coste de la energía.</p> <p><b>ACCIÓN 3.</b> Proceso de fundición de fritas mejorable: Potenciar un Proyecto con el Sistema Valenciano de Innovación (Universidades y ITC) para mejorar el proceso de fundición, hacerlo más eficiente y con menos coste energético.</p>

SECTOR: FRITAS CERÁMICAS (ANFFECC)	
<b>ACTUACION</b> 8	<b>INNOVACIÓN</b>
	<p><b>OBJETIVO:</b> Dotar de más capacidad de innovación a las empresas químicas.</p> <p><b>ACCIÓN 1.</b> Soporte al AICE en ITC para seguir potenciando el Instituto y canalizar transferencia a las empresas. Potenciar dicha transferencia.</p> <p><b>ACCIÓN 2.</b> Introducción de la digitalización y la producción 4.0.</p> <p><b>ACCIÓN 3.</b> Apoyo a la innovación y el I+D+i con carácter general, desde innovación general (producto, proceso, organización, marketing), departamentos de I+D, etc.</p> <p><b>ACCIÓN 4.</b> Renovación de equipo.</p>

SECTOR: FRITAS CERÁMICAS (ANFFECC)	
ACTUACION	FORMACIÓN
9	<p><b>OBJETIVO:</b> Mejorar la atracción de talento, su capacidad y la formación de los empleados del sector.</p> <p><b>ACTUACIÓN 1.</b> Adaptación de la Universidad a la realidad del mercado. Fomentar el benchmarking universitario para adecuar titulaciones existentes a la realidad del mercado y las empresas, especialmente en competencias transversales y otras que doten de más habilidades y capacidades a los estudiantes universitarios.</p> <p><b>ACTUACIÓN 2.</b> Énfasis en formación en inglés en todos los niveles y ámbitos; potenciación de formación en idiomas in-company y otras medidas para mejorar conocimiento de lenguas extranjeras.</p> <p><b>ACTUACIÓN 3.</b> Énfasis en la formación en digitalización para facilitar la introducción de la industria 4.0; también potenciación de la misma in-company y otras modalidades similares.</p> <p><b>ACCIÓN 4.</b> Más conexión Universidad-Sector: incorporación de titulados a las empresas, tanto en doctorado, prácticas u otros, de cara a mejorar empleabilidad (Convenio Sector-Universidad): <i>Programa Intertalent de los Retos Estratégicos</i>. Conexión directa de la Universidad con el Sector para facilitar inserción de talento en la industria, con actividades de soporte para la selección de personal, prácticas y todo tipo de facilidades para conectar oferta y demanda de empleo cualificado.</p>

SECTOR: FRITAS CERÁMICAS (ANFFECC)	
<b>ACTUACION</b> <b>10</b>	<b>NORMATIVA</b>
	<p><b>OBJETIVO:</b> Mejorar la prestación de servicios desde la Administración.</p> <p><b>ACTUACIÓN 1.</b> Ventanilla única y simplificación de normativa-burocracia en todas las instancias, incluyendo plazos de resolución definidos y conocidos, sobre todo para ampliaciones y nuevos proyectos.</p> <p><b>ACTUACIÓN 2.</b> Apoyo en temas de Medio-ambiente, simplificar plazos y normativa en la medida de lo posible, tener más personal cualificado para atender los trámites más rápidamente y tener especial sensibilidad con el sector, ya que recibe mucha presión de normativa-legislación medioambiental. Facilitar en la medida de lo posible el cumplimiento por parte de las empresas.</p>

SECTOR: FRITAS CERÁMICAS (ANFFECC)	
<b>ACTUACION</b> <b>11</b>	<b>INTERNACIONALIZACIÓN</b>
	<p><b>OBJETIVO:</b> Mejorar el posicionamiento internacional del sector y ayudar a sostener la alta internacionalización de las empresas.</p> <p><b>ACCIÓN 1.</b> Ayudas para fortalecer el posicionamiento internacional (Apoyo institucional en ferias y mercados destino; fomento misiones, potenciación marca del sector-territorio, etc.).</p> <p><b>ACCIÓN 2.</b> Formación especializada técnicos/comerciales en idiomas y marketing para el mercado internacional: inglés, francés, otros....</p>

SECTOR: MAQUINARIA CERÁMICA (ASEBEC)	
	<b>INNOVACIÓN-PRODUCCIÓN</b>
<b>ACTUACIÓN 12</b>	<b>INNOVACIÓN</b>
	<p><b>OBJETIVO:</b> Dotar de más capacidad de innovación a las empresas.</p> <p><b>ACCIÓN 1.</b> Potenciar el estudio de adaptación de la industria 4.0 en el sector cerámico: Proyecto conjunto entre ASEBEC e ITC sobre industria 4.0, de cara a formar a las empresas de maquinaria en la difusión de la tecnología a las empresas fabricantes de cerámica. Potenciar el subsector maquinaria en su labor de difusión de la tecnología 4.0.</p> <p><b>ACCIÓN 2.</b> Ayudas de innovación para introducir el 4.0 en las empresas de maquinaria. Potenciar el aprendizaje y adquisición de tecnología para introducir el 4.0 en el subsector maquinaria.</p> <p><b>ACCIÓN 3.</b> Ayudas para renovación de equipo para adecuación a nuevos formatos cerámicos de piezas grandes.</p>

SECTOR: MAQUINARIA CERÁMICA (ASEBEC)	
<b>ACTUACION 13</b>	<b>INTERNACIONALIZACIÓN</b>
	<p><b>OBJETIVO:</b> Mejorar el posicionamiento internacional del sector fabricantes de maquinaria, reforzando su posicionamiento, marca, idiomas y todo lo que facilite la adquisición de inteligencia de conocimiento de mercados y clientes exteriores.</p> <p><b>ACCIÓN 1.</b> Ayudas a la mejora del posicionamiento internacional (Apoyo institucional en ferias y mercados destino; jornadas técnicas, misiones, etc.).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soporte inicial en misiones y ferias.</li> <li>• Soporte en prospección de mercados emergentes.</li> <li>• Jornadas técnicas (como misiones pero organizadas con carácter más privado en destino con un selecto y reducido número de clientes que luego se acompaña a visitar empresas).</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crédito de Comprador en CESCE ampliación (acción de lobby para mejorar condiciones del sector y equiparlo a los fabricantes de maquinaria cerámica italianos).</li> </ul> <p><b>ACCIÓN 2.</b> Formación especializada técnicos/comerciales en idiomas y marketing para el mercado internacional: inglés, francés, otros.</p>
--	---

<b>SECTOR: MAQUINARIA CERÁMICA (ASEBEC)</b>	
<b>ACTUACION</b>	<b>FORMACIÓN</b>
<b>14</b>	<p><b>OBJETIVO:</b> Mejorar la capacidad y el talento del personal del sector maquinaria cerámica.</p> <p><b>ACCIÓN 1.</b> Potenciar la FP dual e integrarla en el Pacto Territorial del SERVEF: mejorar la adecuación y capacidades de la FP (renovación de maquinaria, actualización de temarios), conectarla a la empresa (fomentando el carácter Dual) e intensificar temas de idiomas y digitalización.</p> <p><b>ACCIÓN 2.</b> Potenciar el tema del inglés para trabajadores actuales con formación general, in-company, etc.</p> <p><b>ACCIÓN 3.</b> Potenciar la formación en temas de digitalización para trabajadores actuales con formación general, in-company, etc.</p>

<b>SECTOR: CLUSTER CERÁMICA-FABRICANTES, MAQUINARIA Y QUÍMICA</b>	
<b>GENÉRICA</b>	<b>ADAPTACIÓN DE LOS RETOS ESTRATÉGICOS AL SECTOR</b>
	<p><b>OBJETIVO:</b> Desarrollar los Retos Estratégicos en el sector</p>