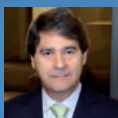


Un buen 2017 para el sector de las fritas

El sector de fritas, esmaltes y colores cerámicos está atravesando un buen momento en 2017.



Miguel Ángel Michavila - ANFFECC

Tras la crisis económica que sacudió al sector hace unos años, nuestras empresas lograron superarse, y superarla, gracias en muchos casos a la internacionalización y a la innovación. Durante todo este tiempo se ha continuado en la misma línea, apostando por el desarrollo de nuevos productos, especialmente dentro del campo de las tintas cerámicas, y de nuevos usos para la cerámica, más allá del tradicional de suelos, cocinas y baños. Hoy en día ya es posible hacer todas las aplicaciones cerámicas con inyección y eso ha permitido confeccionar piezas de gran formato con mucha calidad, una estética impensable no hace mucho tiempo.

Cersaie ha vuelto a reunir recientemente a la mayor parte de las empresas españolas del sector, que han presentado sus novedades con un balance muy satisfactorio. Hay que recordar que seguimos siendo líderes mundiales, y lo expuesto en esta feria marca tendencia para toda la comunidad cerámica internacional.

En cuanto a las ventas, en los últimos años ha habido algunos vaivenes motivados por la inestabilidad de algunos mercados. Así, la crisis china hizo mella en este destino hace un par de años. De hecho, con la revolución de las tintas, China llegó a alcanzar la primera posición en ventas, y ahora está en segunda posición detrás de Italia. Otro destino que ha cambiado ha sido Egipto, pues las revueltas políticas han propiciado que las ventas a este país cayeran en los últimos años. Sin embargo, países como India o Argelia son ahora destinos relevantes de nuestras exportaciones, ante el amplio crecimiento de la producción cerámica y el auge de la construcción en estos países.

Nuestro principal cliente, sin embargo, sigue siendo España. Las empresas de nuestro sector trabajan codo con codo con sus clientes nacionales para aportar el máximo en tecnología, servicio e innovación, y así poder ayudar a lograr posicionar a la cerámica española en los primeros puestos en calidad y diseño. Las azulejeras nacionales están realizando un importante esfuerzo en diseño, formatos y canales de venta que han permitido que suba la exportación. De hecho, nuestras ventas nacionales también se han incrementado en un 2% en el primer semestre de 2017. No obstante, hay que continuar por este camino para lograr que el azulejo español esté en el lugar que merece en el mercado internacional, por sus prestaciones y calidad.

En cuanto a nuestra asociación, ANFFECC, hay que destacar que este año cumple su 40º aniversario, y vamos a celebrarlo realizando un homenaje a las empresas y a los presidentes que han desempeñado esta labor a lo largo del tiempo. Desde su fundación, ANFFECC ha destacado por su representación del sector en todos los ámbitos nacionales e internacionales, y ha trabajado por salvaguardar los intereses de las empresas asociadas. Ha destacado especialmente su labor en el área ambiental, en el que se han desarrollado numerosos trabajos y estudios de clasificación de las fritas, comercio de emisiones, protección ambiental, estudios de riesgos, límites de emisión, etc. La trayectoria de la asociación ha sido muy positiva y confiamos en que así continúe en el futuro, permitiendo a nuestra industria crecer y continuar siendo líderes mundiales. ♦