



Vicente Lafuente, Marian Cano, Francisco Ramos, Gonzalo Zarranz, Salvador Navarro, Cándid Penalba y Manuel García Portillo. FOTOS: DAMIÁN TORRES

# La industria reclama formación mejor adaptada a la demanda

**La Mesa de Expertos de LAS PROVINCIAS y la CEV debate sobre los grandes retos empresariales valencianos y llama a actuar pensando en un mañana sostenible y con menos trabas burocráticas**

**Sandra Paniagua.** Diversos sectores empresariales de la Comunitat se dieron ayer cita en la Mesa de Expertos de LAS PROVINCIAS y la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana (CEV) para debatir sobre la situación en la que se encuentran y los retos, tanto actuales como futuros, a los que se enfrentan.

El sector cerámico, químico, del calzado, metal, juguete y textil explicaron a lo largo de la mañana las necesidades que las diferentes empresas están detectando para mantener su competitividad en un mercado cada vez más global y para poder enfrentarse con las mejores garantías al cambio social que se está produciendo.

Entre los principales temas que preocupan a los empresarios de la Comunitat están la formación, tanto de los trabajadores actuales como futuros y el reto medioambiental y de dada la concienciación que se está viviendo en la sociedad y el nuevo paradigma de la economía circular que se está imponiendo. Asimismo, otro reto es el estado de las infraestructuras y la pérdida de

competitividad que supone no disponer de ellas. Por ello, los empresarios demandan a las instituciones el desbloqueo del proyecto de ampliación de una de las principales infraestructuras valencianas, como es el Puerto de Valencia, así como que se acelere la llegada del corredor mediterráneo.

A la Mesa de Expertos acudieron Francisco Ramos, vicepresidente de Ascer (Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos); Manuel García Portillo vicepresidente de Quimacova (Asociación Química y Medioambiental del Sector Químico de la Comunidad Valenciana); Marian Cano, presidenta de

Avecal (Asociación Valenciana de empresarios del Calzado); Vicente Lafuente, presidente de Femeval (Federación Empresarial Metalúrgica Valenciana); José Antonio Pastor, presidente de AEFJ (Asociación Española de Fabricantes de Juguetes); y Cándid Penalba, presidente de Ateval (Asociación de Empresarios Textiles de la Comunitat Valenciana). También estuvieron presentes Salvador Navarro, presidente de la CEV, quien inauguró la jornada, Gonzalo Zarranz, presidente de LAS PROVINCIAS, y Carlos Rial, director de Marketing del periódico.

La jornada comenzó con la intervención de los diferentes ponentes explicando la actual situación de su sector así como señalando alguno de los retos a los que se enfrentan.

Iniciaba la ronda de intervenciones Francisco Ramos, vicepresidente de Ascer, para señalar que las empresas a las que representa están integradas en el clúster cerámico. «El sector cerámico, en cuanto a cifras de facturación se refiere, llega a los 5.500 millones de euros, con 4.000 millones de exportación. En términos de empleabilidad, damos trabajo a 21.000 personas directamente, a lo que hay que sumar otros 21.000 empleos inducidos. En referencia a los fabricantes de cerámica, facturan

3.700 millones de euros, de los que 2.800 millones son exportaciones, por lo que el 75% de nuestra producción se vende fuera. En datos de empleo damos trabajo a unas 15.800 personas», apuntaba Ramos.

El vicepresidente de Ascer también hizo referencia a la historia del sector cerámico y sobre lo que la crisis global de 2007 supuso para el mismo. «Es cierto que somos el primer productor europeo por metros cuadrados pero todavía no alcanzamos los niveles de producción de 2007. En estos años hemos sufrido un proceso de concentración empresarial», dijo en alusión a las compras en un sector que ha perdido a 67 de sus 138 empresas.

Por su parte, Marian Cano, presidenta de Avecal, explicaba que los orígenes del calzado en la Comunitat se dieron en el siglo XIX en dos zonas concretas como Elche y Elda. El desarrollo y expansión vino en el siglo XX gracias a la internacionalización.

«Todo comenzó en Elche con la fabricación de alpargatas y en Elda con el zapato de piel. El auge vino en los años 60-70 del siglo pasado con la internacionalización y la exportación. En esos años, las multinacionales venían a comprar y producir a la zona. El sector ha pasado por varias crisis, una de ellas fue cuando estas empresas se llevaban la producción a Asia», comentó Cano, quien añadió que «fue entonces cuando se apostó por el diseño, la marca y por la internacionalización. Además, las propias marcas se han deslocalizado y también se han con-

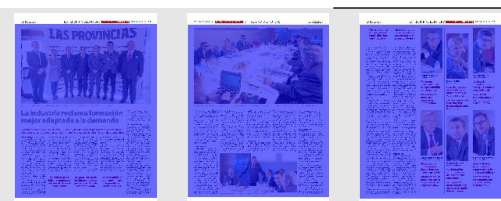
»

**«Se debería poder abrir una empresa con sólo una declaración responsable»**

**«La paralización de las infraestructuras provoca pérdida de competitividad»**

**«La sostenibilidad es un movimiento imparable, el mercado exige»**





Los empresarios debatieron sobre la situación de sus diferentes sectores, así como las necesidades y demandas que todavía quedan pendientes para mantener la competitividad de la economía valenciana.

▶ vertido en comercializadoras. Durante la crisis de 2007, el sector mantuvo empleo gracias a la internacionalización y el descenso del consumo interno lo compensó con crecimiento de dos cifras en exportación».

En cuanto a la clave del sector, la presidenta de Avelca, señaló que es la internacionalización y que «estamos ante un cambio de modelo económico. El cliente acudía a las tiendas multimarca a comprar, ahora lo hacen 'online' en muchas ocasiones. Tenemos que trabajar para adaptarnos a estos cambios que se están produciendo en la manera de consumir».

**COMPETITIVIDAD**

Cándid Penalba, presidente de Ateval, explicó que su sector fue uno de los que inició la globalización en el siglo XVI al importar la materia prima, seda, de Oriente Medio para confeccionar los diferentes productos textiles. «El clúster está actualmente ubicado en el sur de Valencia y norte de Alicante. Se inició allí la industria debido a una agricultura deficiente y a que somos emprendedores en esta zona. Debemos reconocer que el textil español era, en esos momentos, la 'China' de Europa. Nos hacíamos muy competitivos con cada devaluación de la peseta», señaló Penalba, quien añadía que el sector empezó a sufrir cuando acusó la competencia de China. Añadió que en los tiempos actuales debemos apostar por los grandes distribuidores, ya que son las locomotoras que tiran actualmente del sector. «En España tenemos un ejemplo muy

claro, como Inditex cuyo acierto fue la logística. También nos favorece actualmente las tendencias de 'kilómetro cero' de comprar en distribuidores más cercanos, ya que muchos clientes prefieren pagar un extra por tener el suministrador cerca».

El sector del juguete nació a finales de 1800 en la zona de Onil y en 1900 en la de Ibi. «En ambos casos tanto las muñecas realizadas primeramente con barro y luego con plástico y los utensilios de cocina para niños realizados con lata fueron los precursores de lo que hoy es la industria juguetera de la zona que tiene en Famosa su mayor caso de éxito», explicó José Antonio Pastor, presidente de AEFJ. En cuanto al sector, señalaba que es pequeño y con una gran esta-

cionalidad, está en un 63% del consumo en Navidad. «En 2018 contábamos con 249 empresas y una facturación entorno a los 1.600 millones de euros. Además, exportando un 37% de la producción. A final de este año, conforme las previsiones, terminaremos con unos 600 millones de euros de exportación». En cuanto a la exportación, Pastor explicaba que era una necesidad impuesta por el mercado, ya que los catálogos de juguetes se renuevan cada temporada y es la forma de rentabilidad del producto.

**INNOVACIÓN**

Respecto a la clave para superar la crisis, señalaba que «la innovación y la reducción de precio final sin quitar la función principal del juego» son algunas de ellas.

«Estamos preocupados con la evolución del mercado, la internacionalización y promoción es clave y vemos que esta partida cada vez es menor en los presupuestos. Del mismo modo que estamos preocupados por los bajos índices de natalidad y estos datos nos va a afectar en un futuro no muy lejano», apuntaba Pastor.

Por su parte, Vicente Lafuente, presidente de Femeval, explicaba que su sector, el del metal, no tiene una localización física ni un producto concreto sino que tiene tres patas que son la industria, los servicios y el comercio. «Somos un sector heterogéneo, desde autónomos a empresas muy grandes». El sector de metal empieza con la Revolución Industrial y se hace referente en la Comunitat con un tipo

de productos cercanos al hogar, en cerrajería e iluminación. La parte de servicios arranca en los años 60-70 con el boom inmobiliario. Y la industria tiene su punto de inflexión en 1976 cuando la Ford llega a Almussafes. «Nos enseñó a ser industria y nos ha ayudado a tener tipo empresa», explicó Lafuente.

**NUEVOS MODELOS**

El presidente de Femeval señalaba que durante la crisis, el sector servicios se tuvo que especializar. «Se ha redefinido el modelo de negocio de las empresas y, dentro de este, el que más capacidad tiene es el sector del automóvil, que es el que actualmente está en un impás». Entre las carencias del sector, Lafuente señaló que «la más grande es la relacionada con la digitalización. Hay personas preparadas para este nuevo concepto y no hay un modelo de formación continua. Necesitamos un sistema de formación que cree la base, y este es un problema común a todos los sectores».

Por su parte, el vicepresidente de Quimacova, Manuel García Portillo, explicaba que el suyo es un sector muy presente en todos los sectores y que se necesitaba un clúster químico que reuniera a las empresas. En cuanto a la situación del sector señalaba que «estamos en un momento de cambio. La industria química invierte el 24% de sus recursos en I+D+i. Representamos el tercer sector en la Comunitat en cuanto al peso. Empleamos a unas 15.500 personas en las 600 empresas de la Comunitat que facturan unos 5.300 millones de



Salvador Navarro conversa con Gonzalo Zarranz en presencia de Carlos Rial.





**«No se pregunta a la empresa la especialización que necesita»**

euros, de los que más de 3.000 millones se exportan. Además, nuestro personal está cualificado, suele tener un perfil universitario. Y esto ha hecho que la crisis se supere mejor, ya que cuando hay más formación la adaptación es más fácil». En cuanto a los retos del sector, García Portillo señaló que «el medio ambiente y la sostenibilidad son una gran preocupación. Debemos pasar de una economía lineal a una circular. Para realizar estos procesos de cambio hay que invertir en I+D+i. Los institutos tecnológicos tienen mucho que decir en este sentido. Quimacova tiene convenios de colaboración con Ainia, con los centros de investigación de las universidades». Sin embargo, insistió en considerar que tener una formación dual es imprescindible, ya que porque hay muchos titulados universitarios pero no de FP2. «Esto para nuestro sector es imprescindible».

**DIFICULTADES**

Así pues, uno de los temas recurrentes en la mesa de expertos multisectorial fue la de la formación, ya que los empresarios se encuentran con la dificultad de encontrar trabajadores cualificados para cubrir diferentes trabajos. Concretamente Ramos señaló que, por ejemplo, en el cerámico «no se encuentran colocadores o matriceros. Tenemos un déficit de profesionales manuales».

Esta problemática es común a todos, como así mostraron el resto de los presentes, por lo que todos señalaron la necesidad de la potenciación de una «formación dual que forme a la gente de base, necesitamos unos grados que cubran las necesidades que las empresas tenemos». Añadió que «el problema es que no preguntan a las empresas lo que necesitan y cuál es la especialización que se busca».

Por su parte, Marian Cano añadía que «desde el sector del calzado tenemos que atraer el talento y la gente joven prestigiando la industria, prestigiando los oficios». Para ello pidió una mayor agilidad de la administración a la hora de elaborar los planes educativos ya que en muchas ocasiones tardan demasiado y ya nacen obsoletos.

A estas afirmaciones, Lafuente añadía que se debe tener en cuenta a la hora de impulsar esa formación dual el tamaño de la mayoría de las empresas valencianas, ya que al ser pequeñas y medianas empresas puede resultar más complicado la implantación. De ahí la importancia de las organizaciones y asociaciones empresariales. Además, para poder formar a la gente joven y atraerla hasta nuestros sectores «debemos hablar su mismo idioma».

Durante la jornada, los empresarios señalaron que la economía valenciana necesita una Adminis-

**«En ocasiones los planes de estudio tardan mucho y nacen obsoletos»**

tración ágil que resuelva tanto los trámites como las diferentes problemáticas que se puedan producir. «No sólo en la creación y modificación de planes de estudio debe ser ágil la Administración, sino que a la hora de ciertos trámites también debe serlo, apuntaba Vicente Lafuente. «Se debería poder abrir una empresa con una declaración responsable, mientras los trámites burocráticos siguen su curso. La sociedad del bienestar que queremos nace y se hace con la actividad económica por lo que hay que potenciarla y facilitar el camino».

Los empresarios presentes no sólo demandaron una menor burocracia, también explicaron que la paralización de las infraestructuras está provocando una pérdida de competitividad importante para las empresas valencianas. «Precisamos una mejora de las infraestructuras y, sobre todo, no estar pendiente si se llevan a cabo o no, como pasa con el corredor mediterráneo», explicaba Ramos, que apuntaba que «para el sector cerámico esta infraestructura es fundamental». Añadió que «la situación de Cataluña puede provocar un bloqueo en la salida de mercancías, ya que es la puerta natural a Europa y la vía marítima también está a la espera de ver si finalmente se amplía o no el Puerto de Valencia y de si se hace o no el acceso norte».

El vicepresidente de Quimacova explicaba que la situación es compleja políticamente hablando, por lo que el espejo donde mirarse son las empresas que sí saben lo que quieren y necesitan.

A este respecto Penalba explicaba que «la falta de infraestructuras repercute en el precio y en la logística, lo que hace que perdamos competitividad en el mercado». Marian Cano añadía que «en un momento en el que el cliente está en el centro del mercado y que la inmediatez es un valor para él, no podemos permitirnos no contar con este tipo de infraestructuras».

**SOSTENIBILIDAD**

Del cambio hacia la sostenibilidad que se está produciendo en la mentalidad de los consumidores y la sociedad en general hablaron también durante la jornada los expertos reunidos. «La preocupación por la sostenibilidad es un movimiento imparable porque es algo que se está enseñando desde pequeños a las nuevas generaciones, por lo que en un futuro, cuando sean consumidores, lo exigirán, porque lo verán como algo normal». En este sentido, aseguró que «todos debemos conseguir que nuestras empresas sean más sostenibles, la economía circular empieza a ser un hecho y no sólo debemos mirar por consumir menos o contaminar menos, sino en que los productos cumplan todo el ciclo».



**FRANCISCO RAMOS**  
Vicepresidente de Ascer

**«Tener una formación dual es imprescindible para nosotros»**

**«Para el sector cerámico el corredor es fundamental»**



**MANUEL GARCÍA PORTILLO**  
Vicepresidente de Quimacova

**«Para pasar a una economía circular hay que invertir en I+D+i»**

**«Ahora mismo, las compañías son las únicas que saben lo que necesitan»**



**MARIAN CANO**  
Presidenta de Avecal

**«Los clientes están en el centro y la inmediatez es un valor para ellos»**

**«Tenemos que atraer el talento y a los jóvenes prestigiando la industria»**



**VICENTE LAFUENTE**  
Presidente de Femeval

**«La formación continua es una de las carencias que vemos»**

**«Al impulsar la formación dual hay que mirar el tamaño de las empresas»**



**CÀNDID PENALBA**  
Presidente de Ateval

**«La falta de infraestructuras hace que perdamos competitividad»**

**«En el textil debemos apostar por los grandes distribuidores»**



**JOSÉ ANTONIO PASTOR**  
Presidente de AEFJ

**«Los catálogos se renuevan y la exportación es la vía de rentabilizar»**

**«Estamos muy preocupados por los bajos índices de natalidad»**