

COMPETITIVIDAD DE LA CERÁMICA BÚLGARA

R. L. Bozadzhiev

Universidad para la Economía Mundial y Nacional,
Sofía, Bulgaria

1. INTRODUCCIÓN

Considerando las tres fases del desarrollo económico – las materias primas, la inversión y la innovación, [3] la industria Búlgara se encuentra en la primera de ellas, sin tener en cuenta todos los sectores. Como excepción, la producción cerámica, con cien años de historia, está en la segunda fase del desarrollo orientada a una mayor inversión. Actualmente, las inversiones extranjeras directas aseguran un alto nivel de competitividad y son las fuentes principales del crecimiento estable de la cerámica búlgara [2].

2. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS MINERALES

Las arenas de caolín, junto con las arcillas refractarias y finas, constituyen los principales yacimientos minerales no metálicos de Bulgaria. Los yacimientos de arena de caolín se encuentran en un territorio de 3000 km² situado en el noreste de Bulgaria, donde se han constituido 30 campos industriales. La producción de caolín per capita ocupa un segundo puesto a nivel mundial, por detrás de Gran Bretaña.

Kaolin AD – Senovo [5-7] es la mayor empresa de los países balcánicos para la extracción y fabricación de caolín. En Bulgaria, la empresa utiliza 12 yacimientos comerciales y tiene 8 fábricas; en Serbia – 5 yacimientos y dos fábricas; en Ucrania- concesiones para dos yacimientos; en Italia, la empresa ha fundado “Kaolin Europe” y en Turquía – “Kaolin-industrial materials.” La sociedad produce no sólo arenas de caolín y cuarzo, sino arena de feldespato, dolomita, cal, polvo de cuarzo, y polvos para la conformación cerámica, así como masas plásticas para la producción de sanitarios. La empresa ha invertido 61,9 millones de lev en los últimos años en Senovo y en el sudeste de Europa. “Kaolin” AD-Senovo es un ejemplo de un nuevo fenómeno de inversión de capital transfronterizo dentro de la misma región.

3. INVERSIONES EXTRANJERAS DIRECTAS

Las baldosas se fabrican en “Keramika” AD – Ravno pole, “Izida” - Elin Pelin, “Shamot” AD – Elin Pelin, “Podova keramika” - Montana, “Khan Asparuh” AD - Isperih y “Khan Omurtag” AD - Shumen; cerámica sanitaria – en “Ideal standart Bulgaria” AD -Sevlievo y Roka Bulgaria” AD Kaspichan, y porcelana china - en “Bononia” - Vidin. “KAI Group” agrupando las fábricas “Khan Asparuh”AD - Isperih, “Khan Omurtag” AD - Shumen y “Izida” - Elin Pelin, con una capacidad total de 15 millones de m² de baldosas y granito gres por año [8]. Recientemente “Advent international corporation” – un fondo de inversiones de Estados Unidos – ha adquirido control individual sobre el “KAI Group” con fines de inversión.

Se han construido dos fábricas de cerámica sanitaria en la ciudad de Sevlievo; una nueva fábrica de cerámica sanitaria está ya preparada para operar en la ciudad de Kaspichan y además se está construyendo una fábrica de baldosas en la ciudad de Russe como resultado de inversiones directas extranjeras en Bulgaria. "American standard" (Estados Unidos) es el inversor en la ciudad de Sevlievo; en la ciudad de Kaspichan – El grupo Español de la familia "Roka", y en la ciudad de Russe – "Keros ceramics" (España). "American standard" (Estados Unidos) invirtió 125 millones de dólares en la ciudad de Sevlievo; "Roka" (España) – 37 millones de € en la ciudad de Kaspichan, y "Keros ceramics" (España) – más de 21 millones de € en la ciudad de Russe. El nuevo propietario de las dos fábricas en la ciudad de Sevlievo – "Ideal Standard International" (Bélgica) invirtió en torno a los 6 millones de € para nuevas técnicas y tecnologías. Se han usado más de 1 millón de € en inversión extranjera en "Podova Keramika" – Montana. "Mont – Pigment"-Montana es una empresa conjunta, búlgaro italiana, para pigmentos inorgánicos. En "Khan Asparuh" AD - Isperih design and decoration sigue la tecnología española.

Una disminución hasta el 10% de los impuestos para empresas, la introducción de pasaportes técnicos para los sitios de construcción, la introducción de agentes receptores privados, el bajo coste de la mano de obra, y el acceso a ayudas de la UE hacen que Bulgaria resulte un lugar atractivo para las inversiones extranjeras.

4. COMPETITIVIDAD

Las empresas cerámicas compiten sobre la base de sus productos industriales. La competitividad de los productos cerámicos en las condiciones de economía del mercado, es decir, la capacidad que tengan para un mayor beneficio en comparación con otros, depende del clima comercial y de la calidad de gestión de la empresa [3] y sobre todo de la calidad y del precio de los productos [1] que mejor se adapten a la demanda del consumidor. Teniendo en cuenta la ley para la interacción del contacto [4] se presenta en la figura 1 una dependencia gráfica figura 1, representada de forma geométrica por los vértices de un tetraedro, a lo largo de la cadena: materia prima (natural, sintética, reciclada) – tecnología industrial ("software", "hardware", "orgware") – producto cerámico (calidad, precio) – factores de competitividad (clima del mercado, gestión de empresa), aportando la posibilidad de preparar estrategias (innovaciones, puesta en marcha, exportación), para aumentar la competitividad de las empresas cerámicas.

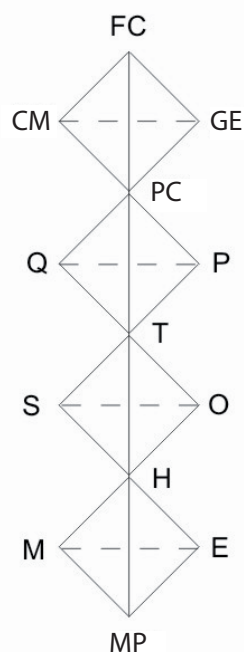


Figura. 1. Materia prima (MP) – tecnología industrial (T) – producto cerámico (PC) – factores de competitividad (FC), MP – Materias primas; M – maquinas; E – equipos, materiales; H – "hardware"; S – "software"; O – "orgware"; T – tecnología industrial; Q – calidad; P – precio; PC – producto cerámico; CM – clima del mercado; GE – gestión de empresa; FC – factores de competitividad.

La ralentización del índice de crecimiento de la producción de baldosas (2,9% de crecimiento durante 2006, frente a un 26,4 % en 2005) y la ligera reducción de la producción de sanitarios (-0,6 % en 2006) demuestran que las empresas cerámicas búlgaras están teniendo problemas en la realización de sus productos, tanto en el mercado interno como en el extranjero. Esto está llevando a que la dirección de las empresas canalice las inversiones y las innovaciones para mejorar la calidad de los productos cerámicos, antes de aumentar los precios, para reducir el consumo de energía, material y capital de las tecnologías y eco tecnologías, a planteamientos de clúster con empresas cerámicas destacadas con el fin de aumentar el potencial de inversión e innovación, la expansión de la posición de mercado, y la cuota de mercado de las empresas. La calidad y precio de las materias primas, las innovaciones técnicas (máquinas y equipos), las tecnologías de la información, y la calidad de los recursos humanos son las bases de la cadena: materia prima-industria tecnología- producto cerámico-factores de competitividad.

5. CONCLUSIÓN

Las inversiones extranjeras directas en la cerámica búlgara pueden aplicarse en las siguientes direcciones: reconstrucción, modernización y expansión de las empresas cerámicas existentes; construcción de fábricas nuevas y conjuntas con participación extranjera; implantación de empresas innovadoras dedicadas a la

producción de materias primas cerámicas (naturales, sintéticas, recicladas) y pastas (para baldosas, porcelana, sanitarios de fayenza); de fritas y pigmentos en cooperación con empresas destacadas (clústeres) con producto final cerámico para disminuir el material y consumo energético y aumentar la competitividad.

La competitividad de las empresas cerámicas búlgaras depende, en gran medida, de su producción, así como de la cooperación científica con destacadas empresas cerámicas extranjeras; de la entrada de inversión extranjera y de la mejora de su potencial para la innovación.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] Atanasov, B. I., I. V. Kovacheva, T. P. Pelov, Prices and pricing, University. pres. "Economy", Sofía, 2003.
- [2] Bozadzhiev, R. L., Bulgarian ceramic industry and foreign investment, Qualicer, 3, Pos. 73 – Pos. 77(2008).
- [3] Iliev, I., Competitiveness in the industrial politics of the country, European integration of Bulgaria,(Lessons and challenges), Science conference, Sofía, 10-11 de noviembre de 2004, University. pres. "Economy", Sofía, 2006, pp. 89-106.
- [4] Manolov, N.M., M. Kandeve, Questions of the interdisciplinary paradigm in cognitive plan, Fourteen science-technical session CONTACT 2004, Interdisciplinary idea in action, 28-29 octubre de 2004, Sofía, TEMPO, Sofía, 2004, pp. 14-33.
- [5] Non-metallic mineral deposits in Bulgaria, vol. 1 Exogenic industrial minerals and rocks, Sate press. "Technique", Sofía, 1988; vol. 2 Endogenic industrial minerals and rocks, Sate press. "Technique", Sofía, 1989.
- [6] Technology of ceramic goods and materials, IK Sarasvati, Sofía, 2003.
- [7] [http: // www.knigi.dnevnik.bg](http://www.knigi.dnevnik.bg)
- [8] [http: // www.profit.bg.com](http://www.profit.bg.com); // www.kai.bg; // www.stroiteli.elmedia.net;
// www.news.expert.bg; // www.money.ibox.bg.