

Lutzia Ortiz y Ana Benavente - Unidad de Diseño y Tendencias del Instituto de Tecnología Cerámica (ITC)

# “Hay un aumento de la demanda de productos ecológicos, reciclados, sostenibles y que sean respetuosos con el medioambiente”

ANTICIPARSE A LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES ES FUNDAMENTAL PARA QUE LAS FIRMAS CERÁMICAS PUEDAN TRAZAR UNA ACERTADA ESTRATEGIA PARA ADAPTAR SUS DISEÑOS E IMPULSAR SUS VENTAS. UNA DE LAS 'HERRAMIENTAS' QUE UTILIZAN LOS FABRICANTES ESPAÑOLES PARA CONOCER CON ANTELACIÓN LOS GUSTOS QUE IMPERARÁN EN EL FUTURO ES LA UNIDAD DE DISEÑO Y TENDENCIAS DEL INSTITUTO DE TECNOLOGÍA CERÁMICA (ITC).

Martín Plaza



Ana Benavente (izquierda) y Lutzia Ortiz han expuesto ante el sector el nuevo informe *Tendencias 2025 en superficies para la cerámica*

**A**

caban de presentar el informe *Tendencias 2025 en superficies para la cerámica*. A grandes rasgos, ¿qué líneas estéticas van a primar la próxima temporada?

Desde la **Unidad de Diseño y Tendencias del ITC** hemos identificado, digamos, cuatro exponentes que reflejan las principales corrientes hacia las que se dirige el diseño en el ámbito cerámico, aunque contemplamos todos los factores, económicos, socioculturales, geopolíticos y otros sectores relacionados. Estos bloques los hemos definido como:

- **GEO – PRIMALISM: Retorno a los Orígenes:** esta tendencia se inspira en la geología y las épocas primitivas, representa un retorno a los orígenes. En un mundo donde los recursos se están agotando y los efectos del cambio climático se vuelven cada vez más evidentes, la sociedad ha empezado a mirar hacia atrás, a tiempos en los que la relación entre el ser humano y su entorno era más equilibrada y sostenible.
- **ORGANIC – ESSENCE: Serenidad Orgánica:** en este caso vemos cómo se redefine el minimalismo, adaptándose a los nuevos enfoques del bienestar y el confort. Mantiene una fuerte apuesta por capturar la esencia de la naturaleza en su belleza más pura, fusionando estéticas que contrastan para crear espacios que nutren tanto el cuerpo como al alma. Esta fusión crea espacios que equilibran la fuerza y la crudeza de los elementos naturales con la suavidad y la calidez del diseño refinado, conectando lo primitivo con lo sofisticado, lo elemental con lo emocional.

- **ULTRA – DINAMIC: Memoria Expresiva:** encontramos una fusión de estilos y épocas en donde priman la individualidad y la creatividad expresiva, traduciéndose en colores vivos y formas artesanales que renuevan los espacios con autenticidad y singularidad, también vemos que el diseño digital surrealista va ganando terreno en los interiores físicos, de manera que cambia la forma que tenemos de experimentar e interactuar con nuestros entornos, al producirse una fusión única entre lo digital y lo tangible.
- **EXTRA – ORDINARY: Sofisticación Responsable:** vemos que la sofisticación en el diseño de producto se caracteriza por el uso de acabados y detalles de calidad, dejando de lado los estampados llamativos. Se dirige hacia una atmósfera más acogedora y reconfortante, que equilibra la formalidad propia de un espacio lujoso con la calidez. A medida que la estética se suaviza, se vuelve más discreta y menos ostentosa, destacando el uso de metales menos brillantes. La sustitución de materiales naturales por otros más respetuosos con el medioambiente son clave en esta tendencia.

**¿Cómo elaboran este estudio que tanto predicamento tiene dentro del sector? ¿Desde hace cuántos años recopilan esta información?**

Los estudios sobre tendencias son muy importantes para el sector y venimos elaborándolos desde hace décadas. Podríamos remontarnos a 1993, con la creación de **ALICER**, y cuando este centro se fusionó con el **ITC**, se han seguido elaborando porque el diseño es un arma estratégica de competitividad para el sector y una manera de diferenciarse de su competencia. Para elaborarlos consultamos muchísima bibliografía nacional e internacional, asistimos a los principales foros y congresos también nacionales e internacionales relacionados con el macrosector del hábitat y realizamos informes *ad hoc* para empresas; formación muy especializada y a medida para empresas también en este campo, a la vez que elaboramos estas publicaciones que transferimos a las empresas a través de *workshops* o talleres prácticos, jornadas, presentaciones o artículos y ponencias en foros especializados.

Las empresas contactan con nuestra Unidad para que las “auditemos”, les prestemos asesoramiento o aconsejemos en este ámbito: si conocen cuáles son las demandas del mercado, podrán ofrecer el producto que realmente están pidiendo los usuarios, es decir, las personas que habitan los espacios. También resaltamos nuestra participación en talleres o cursos para otros centros de estudios que a menudo contactan con esta **Unidad de Diseño y Tendencias** a fin de que les avancemos nuestro conocimiento. Hemos de decir que siempre experimentamos una magnífica acogida por parte de todos estos colectivos.



THE\_X by ITC

### GEO - PRIMALISM

" Retorno a los Orígenes

THE\_X by ITC

### ORGANIC - ESSENCE

" Serenidad orgánica

**Con independencia de las novedades que van sumándose cada año, ¿cuáles creen que son las macro tendencias del último lustro?**

En estos últimos años vemos que las macro tendencias en diseño cerámico vienen influenciadas por una combinación de varios factores: los avances tecnológicos, las preferencias en cuanto a la estética y muy importante, la creciente sensibilización social hacia la protección del entorno. Por eso,

como hemos comentado, vemos diseños naturales y orgánicos a la vez que crece la producción en grandes formatos, ya que son muy útiles en arquitectura a la hora de recubrir, por ejemplo, grandes superficies, ofreciendo excelentes prestaciones.

La aplicación de la decoración mediante **impresión digital** o **tecnología Inkjet** marcó en su momento un hito revolucionario a escala mundial y sigue





" Memoria Expresiva

evolucionando y ofreciendo infinitas posibilidades. También han sido protagonistas los efectos metalizados, los estilos *vintage*, la amplia variedad de texturas, relieves, formas, los colores neutros, que son fáciles de integrar en distintos ambientes y estilos. Por otra parte, ha ido en aumento, como decimos, esa demanda de productos ecológicos, reciclados, sostenibles, que sean respetuosos con el medioambiente.

#### ¿Notan que las azulejeras españolas orientan sus próximas novedades en función de las tendencias que ustedes les anticipan?

Colaboramos estrechamente con las empresas y también con la **Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos (ASCER)** a la hora de acompañar a las empresas en esta orientación hacia la búsqueda de las características que debe tener el producto que están demandando estas pautas de consumo. Sí, podemos ser testigos de su utilidad y de su adopción por parte de las empresas que se apoyan en estos criterios y en nuestro trabajo. Algunas nos han llegado a manifestar que lo consideran "un tesoro".

#### El ITC es parte de un gran Observatorio de Tendencias del Hábitat. ¿En qué punto está en este momento? ¿Cuántos profesionales integran el Observatorio y en qué disciplinas están especializados?

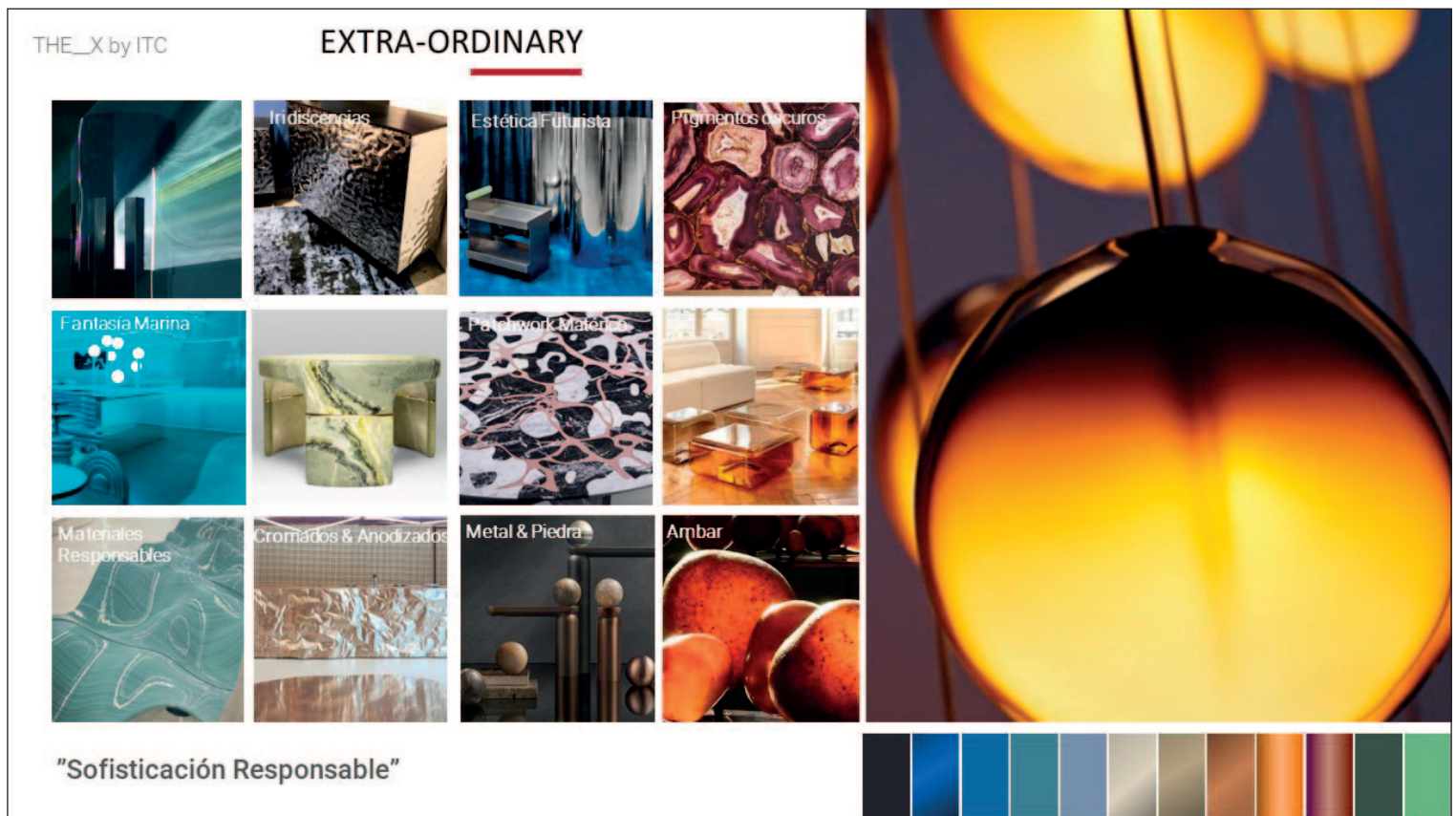
Así es, el ITC forma parte del **Observatorio de Tendencias del Hábitat** que integran, junto a nosotros, otros dos institutos tecnológicos miembros de la **Red de Institutos Tecnológicos de la Comunidad Valenciana (REDIT)**. Son el **Instituto Metalmecánico, Mueble, Madera, Embalaje y Afines (AIDIMME)** y el **Instituto Tecnológico Textil (AITEX)**. Todos abordamos el hábitat como un gran macrosector en el que cada centro, con su experiencia y con el conocimiento que tiene desde sus respectivos sectores, aporta su mirada y sus claves para elaborar informes y publicaciones de interés para miles de empresas de la Comunidad Valenciana.

El **Observatorio de Tendencias del Hábitat** publicará este próximo año 2025 la séptima edición del *Cuaderno de Tendencias del Hábitat*, en la que se cuenta con personas de dilatada experiencia en distintos ámbitos como el diseño, la arquitectura, la economía, el marketing, la sociología o la comunicación, entre otras disciplinas.

Es muy importante destacar el apoyo que nos ofrece el **Instituto Valenciano de Competitividad e Innovación (IVACE +i)** de la GVA para elaborar este *Cuaderno* que tiene una gran importancia para ayudar a, como hemos dicho, miles de empresas en la toma de decisiones estratégicas a la hora de elaborar unos productos u otros, pudiéndose anticipar a las necesidades del mercado gracias a este documento. De esta manera, España, gracias a su liderazgo en innovación, a la calidad de su producto y a su oferta en soluciones integrales basadas en aplicaciones cerámicas, mantiene una primerísima posición en la industria cerámica mundial.

#### Desde su conocimiento del mundo de la decoración, ¿en los últimos años va a más el uso de la cerámica? ¿En qué proyectos consideran que está ganando más protagonismo?

Aunque sí que es cierto que podríamos obtener más cuota de mercado frente a otros materiales, el consumo de cerámica, según hemos constatado en diversas publicaciones, aumenta a escala mundial y pensamos que es porque la cerámica destaca frente a otros materiales por varias cosas, entre ellas, los grandes esfuerzos que se han ido haciendo y que continúan, en acciones de I+D+i que se han traducido en innovaciones tecnológicas muy importantes. Entre ellas podemos citar la **tecnología Inkjet**, de la que ya hemos hablado, que, aunque nació en España en el año 2000 ha sido adoptada a escala mundial y no cesa de evolucionar. Ha revolucionado completamente la industria por su capacidad de personalización y diversidad de diseños, además, podemos conferir a las tintas nuevas propiedades funcionales gracias a la aplicación de la nanotecnología, e incluso podemos reutilizarlas, separando algunos de los componentes, y volver a fabricar nuevas tintas para el proceso cerámico decorativo.



Esto no es fácil conseguirlo con otros materiales: nos permite, además de poder imprimir el estilo, la textura y la propiedad que queramos, que la superficie sea antibacteriana, por ejemplo, resistente a manchas, de fácil limpieza y con efectos estéticos que ofrecen múltiples posibilidades. Otros avances tecnológicos que desde el Instituto estamos llevando a la experimentación se basan en la descarbonización del proceso, buscando tecnologías que logren una eficiencia energética, no alteren las características del producto, y no emitan CO<sub>2</sub> a la atmósfera. Innovar en tecnologías hipocarbónicas, en las que el ITC es un centro pionero, logra que la cerámica sea un material más sostenible. Por ejemplo, hemos obtenido ladrillos sin cocción, sustituyendo el horno por la tecnología de activación alcalina, y hemos logrado fabricar baldosas en su composición y en su decoración, con residuos de cáscara de huevos. Ya hay una empresa que está fabricando baldosas con estos residuos en Castellón, y el uso de materiales reciclados para la producción cerámica está en auge.

De modo que podemos decir que, con la adopción de estos criterios vinculados a la simbiosis industrial y la economía circular, nuestro producto cerámico reduce el impacto ambiental y permite la creación de nuevos productos sostenibles. También se están obteniendo diseños cerámicos con integración de tecnologías que reaccionan a cambios de temperatura, cambiando de color, por ejemplo. Otra aplicación muy interesante es la aplicación de la fabricación aditiva o la impresión cerámica en 3D, que nos permite diseñar y obtener piezas con propiedades avanzadas para ser aplicadas en industrias como la aeroespacial, en donde tienen que exponerse a condiciones extremas, al mismo tiempo que permiten, por ejemplo, la reconstrucción de obras de arte deterioradas, o incluso la recreación y reconstrucción del patrimonio artístico y cultural.

Esta integración de innovaciones tecnológicas y estéticas hacen que, en efecto, el material cerámico se posicione como estratégico en competitividad frente a otros materiales, y además vemos que se abren nuevas posibilidades y nuevos mercados para su uso en diversidad de aplicaciones distintas a las tradicionales, que siempre se limitaban a cocinas y baños.

### ¿Cuál ha sido el mayor salto tecnológico de la industria cerámica?

El mayor reto tecnológico para la industria cerámica en las últimas décadas ha sido la integración de la digitalización y la automatización en los procesos de producción. El reto está ahora en la búsqueda de tecnologías hipocarbónicas que logren que los procesos y los productos sean más sostenibles.

### ¿Cómo ha cambiado la demanda de cerámica en los últimos años y qué factores creen que han influido en este cambio?

Como hemos ido viendo en las sucesivas publicaciones y estudios de nuestra **Unidad de Diseño y Tendencias** del ITC la demanda de cerámica ha experimentado varios cambios en los últimos años por una serie de variables que han ido confluyendo y generando cambios: economía, cultura y tecnología, cambios en la sociedad, entre otros. Por ejemplo, el auge del **e-commerce**, o comercio electrónico ha permitido que personas de todo el mundo tengan acceso a la amplia oferta cerámica española.

Además, se han popularizado tendencias en diseño de interiores en donde las personas que habitan estas viviendas demandan cerámica que aporte carácter y autenticidad a sus hogares, buscan piezas personalizadas, incluso cerámica artesanal. Y, por supuesto seguimos incidiendo en que cada vez aumenta la conciencia social sobre la sostenibilidad, el respeto al planeta, el impacto ambiental que pueda causar la industria: esto lleva a un aumento de la demanda de productos cerámicos sostenibles. Y en el ITC estamos trabajando en ese aspecto a 360°.

### ¿Consideran que va a haber algún cambio de gran calado que ayude a popularizar todavía más la utilización de la cerámica?

No podemos predecir el futuro considerando un cambio de gran calado como pudo ser en su momento la **tecnología Inkjet**, pero sí que vemos que todas las tendencias y las tecnologías que hemos apuntado seguirán desarrollándose y aumentando la calidad y la belleza del material cerámico, que tiene mucho camino que recorrer.