



 **EXPOQUIMIA**  
The International Chemistry Event

 **EQUIPLAST**  
The International Plastics and  
Rubber Event

 **EUROSURFAS**  
The International Surface Treatment Event

# CHEMICAL NEWS

  
**Fira Barcelona**

 **EUROSURFAS**  
The International Surface Treatment Event

**ENTREVISTA A FELIPE PÉREZ RUIZ (HENKEL)  
ANÁLISIS DEL SECTOR DE  
TRATAMIENTO DE SUPERFICIES**  
*pág. 2*

**ENTREVISTA A JOAN SERRET  
(HENKEL)**  
*pág. 4*

**HORIZONTE 2020:  
EUROPA APUESTA POR LA INNOVACIÓN**  
*pág. 5*

**LA MODERNIZACIÓN DE REFINERÍAS EN ARGELIA,  
EN EL PROJECT FORUM WICAP**  
*pág. 7*

**WICAP:  
LA FÓRMULA DEL ÉXITO**  
*pág. 9*

FELIPE PÉREZ RUIZ, RESPONSABLE DE LA DIVISIÓN DE AUTOMÓVIL DE HENKEL SUR DE EUROPA

# «Las previsiones para el sector del tratamiento de superficies son tremendamente optimistas»

El sector del automóvil y, con ello el de tratamiento de superficies, están viviendo un momento muy positivo en España. Tras la crisis de los últimos años, la optimización en los costes de los fabricantes de automóvil y la llegada de nuevos modelos a las plantas españolas configuran un futuro muy prometedor. A ello se unen las nuevas tecnologías que simplifican y hacen más sostenible el tratamiento de superficies.

## ¿En qué consiste el tratamiento de superficies?

El tratamiento de superficies es la primera etapa en el proceso de pintado de los vehículos, que prepara la superficie de la carrocería para la capa de cataforesis y el color de pintura definitivo.

## ¿De qué fases consta?

Es un proceso largo y complejo, que incluye varias etapas diferentes, con baños de inmersión o etapas de aspersión por donde pasan las carrocerías. De manera simplificada, comienza con el desengrase y activado, y finaliza con el fosfatado, la capa de fosfato previa a la cataforesis. Estas dos capas, fosfatado y cataforesis, son las que protegen al vehículo de la corrosión, y sobre ellas ya se aplican las siguientes capas de pintura.

---

## LA PRODUCCIÓN DE AUTOMÓVILES EN ESPAÑA HA CRECIDO UN 12% DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 2014

---

## ¿Cuáles son los retos más importantes del sector?

Uno de los grandes retos es la eliminación de metales del proceso como el níquel, así como la simplificación y reducción de coste de todo el proceso. El tratamiento de superficies requiere un elevado consumo de agua y energía, y genera además una cantidad importante de lodos que hay que retirar. Los baños trabajan a temperaturas de entre 40 y 50 grados, y esto comporta un alto consumo de energía. El consumo de agua es al mismo tiempo alto por el arrastre de las carrocerías, por la evaporación que se produce al trabajar a estas temperaturas y por las etapas de lavado y enjuague. Por todo ello el gran reto es optimizar el proceso: menos consumo de agua, energía y lodos. Para ello es necesario reducir las temperaturas de trabajo de los baños y disminuir el número de etapas. Hay que simplificar el proceso y a la vez hacerlo más sostenible.

## ¿Qué cambios se han producido en las carrocerías en los últimos años?

A lo largo de los últimos años ha ido cambiando el sustrato de las carrocerías. Desde el acero de hace años al galvanizado, chapa preprotegida, aluminio, plástico, etc. En concreto, la implementación de piezas de aluminio ha provocado una



modificación en el proceso para conseguir un correcto fosfatado y protección anticorrosiva.

### **¿Qué soluciones se han desarrollado para carrocerías con parte de sustrato de aluminio?**

Desde Henkel trabajamos desde hace años con éxito en el sistema Two-Steps, buscando un proceso estable, seguro y económico que reduzca los sobrecostes de tratar aluminio. Este proceso se recomienda para cualquier proporción de aluminio en la carrocería y por él hemos recibido algunos galardones internacionales a la innovación.

### **¿Cuáles son las novedades más destacadas en tratamiento de superficies?**

Nuestra segunda línea de trabajo, que en Henkel se llama TecTalis, se aplica a carrocerías con todo tipo de sustratos con el objetivo de eliminar metales pesados y simplificar el proceso de forma que se pueda trabajar a temperatura ambiente, lo que conlleva una reducción muy importante de energía, agua y mantenimiento. Al mismo tiempo se reduce de una manera muy considerable la formación de lodos.

### **¿Cómo ha respondido el sector a estas novedades?**

Las dos líneas de trabajo ya están implementadas. En los últimos cinco años el mercado ha ido incorporando estas nuevas tecnologías, y se prevé que se extiendan a la mayor parte de las líneas de carrocería en los próximos cinco o diez años.

### **¿En qué momento se encuentra el sector en de la automoción en España?**

España es un país muy singular en la producción de automóviles. Hay muy pocos países en el mundo que cuenten con la presencia de todos los fabricantes como ocurre aquí. Las empresas trabajan con una diversidad enorme de especificaciones, y esto aporta un valor añadido muy importante de conocimiento. Entre 2008 y 2013 el sector ha sufrido la crisis de manera muy profunda, y hemos perdido la cifra de tres millones de producción de carrocerías para situarnos por debajo de los 2,3 millones. Pero también es cierto que el sector ha hecho un ejercicio de optimización de costes internos y automatización de las plantas muy considerable que hace que hoy, en 2014, estemos preparados y seamos tremendamente competitivos para hacer aún más atractiva la fabricación de vehículos en España. Así se explica que en los primeros seis meses de 2014 se haya incrementado la producción un 12% respecto del año pasado.

### **¿Y cuáles son las previsiones para los próximos años?**

Las previsiones son tremendamente optimistas para los años 2015 y 2016. Uno de los aspectos más relevantes es la cantidad de nuevos modelos que los fabricantes están trayendo a España. Prácticamente todos están fabricando o van a fabricar nuevos modelos en nuestro país. Esto no se había visto antes con tanta intensidad. Aunque España forma parte de un sector maduro como es el de Europa, tiene un dinamismo equiparable al de un país emergente.

Las empresas que operamos en España debemos aprovechar este momento tan importante para hacer llegar aún más inversiones al país y recuperar la inercia que se había perdido en los últimos años. Debemos reforzar el papel de las empresas españolas y e intentar que tener una influencia mayor en el diseño, innovación e implementación de nuevos procesos. Yo soy muy optimista respecto al mercado español del automóvil, y creo que esta mejora de la producción se va a consolidar.



FOTO: HENKEL

JOAN SERRET, RESPONSABLE DE NEGOCIO EN HENKEL IBÉRICA

# «Creemos que es posible conciliar el crecimiento y la sostenibilidad»

## ¿Cómo definiría las señas de identidad de Henkel?

Ser un líder global en marcas y tecnologías en las tres áreas de negocio en que operamos. Tenemos siempre como foco nuestros valores, que son los clientes, las personas, la sostenibilidad, los objetivos financieros y la familia.

## ¿Qué balance hace de los más de 50 años en el mercado español?

Un balance muy positivo que ha llevado a nuestras marcas a posiciones de liderazgo en todos los sectores en que operamos en los mercados español y portugués.

## ¿Cuáles son los retos de Henkel?

Son los mismos que tienen la sociedad y los mercados. Por un lado, hacer compatibles crecimiento y sostenibilidad; creemos en el poder y el potencial del cambio continuo conciliando crecimiento y conservación de los recursos. Por otro lado, la incertidumbre y rapidez de cambio de los mercados exige estrategias de adaptación

## Ustedes cuentan con el área de Tecnologías Adhesivas, que proporciona soluciones a diversos sectores profesionales como el de recubrimiento de superficies. ¿Es un activo importante para Henkel?

### DESDE 1960 EN ESPAÑA

Fundada en 1876 y con sede en Dusseldorf, Henkel cuenta con cerca de 47.000 empleados en todo el mundo y es líder en tres áreas de negocio: detergentes y cuidado del hogar, cosmética, y tecnologías adhesivas. Henkel llegó a España en 1960 y en 1989 entró en el mercado portugués.

El área de negocio industrial de Henkel, con adhesivos, selladores y el tratamiento de superficies, representa ya el 50% del volumen de negocio; y, concretamente, el sector del recubrimiento de superficies (Functional Coatings) lo consideramos estratégico en los mercados industriales en que operamos y es una de las plataformas de desarrollo en nuestra política de I+D+I en Tecnologías Adhesivas.

## ¿Qué valoración hacen de este sector industrial tanto a nivel español como internacional?

El sector del tratamiento de superficies en España se ha adaptado y reorganizado en los últimos años de crisis económica y está empezando a recoger los primeros frutos de esta reestructuración. A nivel internacional este sector sigue el desarrollo de los mercados emergentes aportando soluciones a las necesidades de tratamiento de nuevos materiales y de nuevos recubrimientos para hacer compatibles crecimiento y sostenibilidad.

## ¿Cuáles son sus expectativas respecto a Eurosurf 2014?

Después de tres años de la anterior edición el sector ha evolucionado y nuestras expectativas son aprovechar este punto de encuentro como caja de resonancia de nuestros nuevos productos, desarrollos y tecnologías; y poder pulsar también de primera mano con los visitantes y clientes el estado actual del sector y las visiones de futuro.



EUROPA IMPULSA LA INVESTIGACIÓN, LA INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN UN PROGRAMA DE APOYO ECONÓMICO SIN PRECEDENTES.

# Horizonte 2020: el programa más ambicioso

**E**l programa se basa en una fuerte inversión pública para el período 2014-2020 con el objetivo de conseguir, en palabras de la Comisión, “un crecimiento sostenible, inteligente e integrador de cara al futuro”. Horizonte 2020 quiere apoyar las mejores líneas de trabajo y para hacerlo reúne por primera vez en un solo paquete todos los fondos europeos destinados a investigación. Esta unificación, y el hecho de que las reglas sean las mismas para todos los participantes, está pensada para reducir la burocracia y ganar en eficacia.

El programa Horizonte 2020 tiene tres grandes objetivos estratégicos:

## CIENCIA DE EXCELENCIA

Europa debe conseguir reforzar su posición en el contexto científico mundial. Para esta finali-

---

## SE PRETENDE REDUCIR LA BUROCRACIA Y GANAR EN EFICACIA

---

dad se incrementa en un 77% la dotación del Consejo Europeo de Investigación (CEI), que subvenciona a investigadores europeos del más alto nivel y se amplía el campo de trabajo de las denominadas tecnologías futuras emergentes (FET en sus siglas en inglés) que incluyen los proyectos ligados a tecnología rupturista y con enfoque altamente interdisciplinario. Dos ejemplos de que en este momento se están desarrollando son las investigaciones sobre el [grafeno](#) y el [Human Brain Project](#).

El programa Marie Curie, que lleva funcionando desde 1996, aumenta su presupuesto en un 21% para seguir trabajando en la formación, la



movilidad y la cualificación de más de 50.000 investigadores. Otra prioridad es mejorar la red de infraestructuras de investigación en toda Europa, permitiendo así la transferencia de conocimientos y el mejor acceso de los investigadores a las bases de datos.

### TECNOLOGÍAS Y SUS APLICACIONES

En este objetivo la industria tiene un papel central, con importantes inversiones en ámbitos clave para su desarrollo como las TIC (tecnologías de la información y la comunicación), la fabricación avanzada, la biotecnología, la nanotecnología y el espacio. Según la Comisión, el liderazgo industrial en el futuro estará relacionado con la capacidad de que las tecnologías y sus aplicaciones den respuestas a las necesidades reales de la sociedad.

La apuesta por la competitividad se vincula a facilitar el acceso a la financiación de riesgo. Se trata de superar los déficits en la disponibilidad de financiación de deuda y de capital para la innovación en todas las fases de desarrollo para las empresas y los proyectos de I+D+I. Esto



## LA INDUSTRIA TIENE UN PAPEL CENTRAL EN EL PROGRAMA

incluye de manera especial a las PYME a través del programa [COSME](#). Las pequeñas y medianas empresas con potencial de innovación e internacionalización podrán recibir un apoyo adicional.

Y, dentro de la industria, la Comisión quiere apostar por las pymes por su enorme potencial de crecimiento en toda la Unión Europea.

### RETOS SOCIALES

Horizonte 2020 quiere centrar su atención en seis áreas clave que inciden en la vida de las personas: la salud, la seguridad alimentaria y la agricultura sostenible, la energía, el transporte, la acción por el clima y la consecución de sociedades inclusivas y seguras. Todas estas líneas de investigación llevarán implícita una política de género. Los resultados deberán estar dirigidos a proporcionar un beneficio directo a los ciudadanos. Por ejemplo, prestarán atención a los retos que plantea el envejecimiento de la sociedad, a la protección contra el delito cibernético o a la transición hacia una economía eficiente y baja en carbono.

## 80.000 MILLONES DE EUROS

El programa Horizonte 2020 está dotado con esta cantidad y proporcionará financiación en todas las etapas del proceso: desde la investigación básica hasta que el producto llegue al mercado. Esta enorme inversión se basa en el análisis económico. La Comisión tiene un estudio reciente, según el cual, si se logra invertir en I+D un 3% del PIB de la Unión Europea para el año 2020, se habrán creado 3,7 millones de empleos en 2025.

SALVADOR ESCUTÉ, INGENIERO DE PROYECTO DE LA REFINERÍA SIDI REZINE DE ARGEL, PRESENTARÁ SU PONENCIA EN EL PROJECT FORUM DE WICAP

# «Argelia quiere vender más petróleo y gas a Europa»

Con más de 15 años de experiencia en proyectos de gran escala, Salvador Escuté es responsable de la modernización de una gran refinería en capital de Argelia, gestionada por la empresa estatal Sonatrach. Escuté estará presente en Expoquimia para dar cuenta del proyecto y explicar las oportunidades de negocio en este país.

## ¿Puede describirnos brevemente el objetivo de este proyecto?

Esta refinería fue construida a principios de los años 60 y está dedicada a la obtención de gasolina y gasoil. Por su antigüedad no cumple con los estándares actuales como los que exige el Protocolo de Kyoto y su producto no puede venderse en Europa. El objetivo es ampliar un 35% la producción y adaptarla a los estándares europeos, aunque en principio se prevé que el mercado prioritario sea el nacional.

## ¿Qué dificultades presenta el proyecto?

La administración tiende a ser un poco lenta y eso constituye una dificultad. Argelia es una zona sísmica de nivel 4 y esto significa que cada 10 años puede haber un terremoto importante.

---

## EL OBJETIVO ES AMPLIAR UN 35% LA PRODUCCIÓN DE LA REFINERÍA Y ADAPTARLA A LOS ESTÁNDARES EUROPEOS

---

Toda la obra civil debe prever este aspecto que se revisa especialmente. En Europa para este tipo de revisión basta con la intervención de un colegio profesional, pero en Argelia interviene la administración del estado, y esto implica una dilación de tiempo considerable. Otro tipo de dificultad es la gestión de visados para los extranjeros que en alguna ocasión ha afectado a la incorporación de algunos trabajadores al proyecto a tiempo.

## ¿La burocracia ha influido en alguna otra cuestión?

Sí, hay un control sobre materiales muy exigente en las aduanas, por ejemplo en el caso del material radioactivo, que en algún momento hemos tenido que importar.

## ¿Un proyecto como este puede suscitar la participación de empresas innovadoras?

En el ámbito de las refinerías hay pocas empresas en el mundo especializadas en conseguir una mayor eficiencia en el proceso de refino. Desde este punto de vista podríamos decir que está todo inventado. El proyecto se ha diseñado en Francia pero se podría haber hecho en cualquier otra parte y no habría variado el know how necesario para la construcción. Pero





estoy seguro que las empresas que vendrán a Expoquimia podrán aportar algún elemento o método novedoso que pueda encajar durante la fase de explotación una vez la construcción haya concluido, como por ejemplo instrumentación para la verificación de fugas, análisis de residuos, tratamiento de aguas residuales u otros que serán interesantes en un futuro próximo.

#### **¿Tiene significado estratégico para Europa la planta en la que está trabajando?**

Sí que lo tiene. Esta es la primera refinería que se reconvierte pero van a seguir otras en los próximos años. De hecho todas las del país se pondrán al día. Argelia se dedicará a vender a Europa más petróleo y derivados, además de gas natural (vía gasoducto o licuado), sobre todo teniendo en cuenta la situación de tensión entre la Unión Europea y Rusia. Quieren mostrarse como un socio fiable y aunque, como he señalado, ahora mismo la prioridad es el mercado local, más adelante la exportación a Europa es el objetivo. Hay sólo una hora de avión de Barcelona a Argel y la distancia en navegación marítima es muy corta comparada con las grandes rutas internacionales. Y eso lo facilita todo.

#### **¿Qué espera de su participación en Expoquimia?**

Desde la feria se me planteó que el certamen quería ser un lugar de encuentro de diferentes empresas con diferentes necesidades con el fin de que las compañías pudieran encontrar las soluciones que buscan, según la ley de la oferta y la demanda. Yo explicaré las oportunidades que hay en Argelia y a quien se deben dirigir en el caso de que quieran entrar en este mercado. Y, no menos importante, en qué términos hace falta hablar con las autoridades teniendo en cuenta la idiosincrasia local. Supongo que algunas empresas se mostrarán más interesadas en el proyecto de la refinería y otra en el contexto del país de cara a otros negocios.

#### **¿Y cuál es su visión de este certamen más en general?**

Mi concepción anterior estaba basada en una visita que había efectuado hace unos años donde imperaba la idea de feria de muestras, pero ahora percibo un cambio de enfoque orientado a crear un escenario grande y atractivo donde realizar intercambios entre empresas de todo tamaño y esto para una pequeña empresa puede suponer una oportunidad única. Ni más ni menos que la diferencia entre morir o sobrevivir.

NETWORKING INNOVADOR PARA CIENCIA, TECNOLOGÍA E INDUSTRIA

# WICAP: la fórmula del éxito

Barcelona abanderará el World Chemical Summit, una plataforma internacional, transversal e innovadora que se anticipa a las necesidades industriales y permite desarrollar los mercados del futuro. Para ello cuenta con la fórmula WICAP, una nueva experiencia de networking al más alto nivel con presentaciones públicas y reuniones B2B previamente acordadas.



## WORLD

Las empresas más punteras y los proyectos más ambiciosos y vanguardistas de todo el mundo se dan cita en Barcelona. Una oportunidad única para conocer de primera mano necesidades reales y establecer acuerdos estratégicos. Mercados emergentes y soluciones innovadoras en un mismo espacio para facilitar la selección de proveedores y procesos de compra, y mejorar la competitividad en el plano internacional. Ciencia e industria más cerca que nunca.



## INVESTMENT

Gobiernos y Ministerios de diferentes países emergentes presentarán sus retos y necesidades a empresas capaces de ofrecer soluciones efectivas mediante sinergias de cooperación, industrialización y desarrollo empresarial. Una ocasión exclusiva de negociar cara a cara al más alto nivel con los representantes directos de la toma de decisiones.



## COOPERATION AND INNOVATION LAB

Una plataforma inigualable para convertir proyectos revolucionarios en oportunidades de

negocio. Científicos e innovadores se encontrarán con inversores y proveedores en lo que puede ser una alianza que marque el futuro de la industria. Un win-win para el desarrollo de las ideas y el posicionamiento de las empresas.



## APPLICATION FORUM

El espacio para convertir retos y soluciones en sinergias eficaces. Empresas pioneras con propuestas de nuevos productos y mejora de procesos en busca de compañías experimentadas que puedan dar respuesta a sus necesidades innovadoras de fabricación, distribución o logística. La ocasión para que emprendedores y proveedores punteros puedan devenir colaboradores estratégicos de desarrollo.



## PROJECT FORUM

Entrevistas directas entre desarrolladores de proyectos muy bien definidos y empresas punteras en busca de oportunidades para ampliar su mercado. Una agenda de trabajo previamente acordada en función de las necesidades concretas de cada participante, para obtener las mejores ofertas sin perder tiempo en la prospección de proveedores. La garantía de poner en contacto a los mejores.