



Japón y Estados Unidos son destacados clientes para la industria pirotécnica española, sobre todo la valenciana, que es la gran suministradora de los grandes parques temáticos que han proliferado en los últimos años en estos estados

les y siguen creciendo en exportaciones y potenciando estas últimas.

Además, según reconoce, el mercado español "se ha resentido un poco en el último año con unas bajadas en torno al 30% y lo que se ha perdido en este sentido, se ha conseguido alcanzar en el exterior, que ha pasado de representar un 15% de nuestro volumen de negocio a ser aproximadamente de un 38%, teniendo en cuenta que ha tenido mucho que ver el incremento en la facturación global que, en la actualidad, pasa los 2 millones de euros".

Fundamentalmente, la firma ofrece una amplia gama de productos a industrias técnicas cuya evolución ha ido en paralelo a la suya propia, asegura el gerente de esta: "la industria pirotécnica española es una de las más fuertes que hay en el ámbito mundial no como capacidad de producción, sino como espectáculo. A nosotros, en calidad de industria proveedora de esta, nos han llevado a abordar mercados exteriores. Si ellos trabajan en países de Europa o de Sudamérica, consecuentemente nosotros vamos detrás".

Japón y Estados Unidos, asegura, son grandes consumidores. La industria española, sobre todo la valenciana, es la gran

suministradora de los parques temáticos del país nipón.

Por contra, contrasta la actual situación de China, que atraviesa grandes dificultades en este sector. José María Paris explica que "este país ha querido apostar muy fuerte y absorbía toda la demanda de pirotecnia. El año pasado cerró fronteras. Esta circunstancia, sumada a los accidentes que hubo porque no existían controles de seguridad suficientes, les ha perjudicado mucho. Ahora, además, hay problemas en el transporte de estos materiales, por lo que se ha vuelto a fabricar en los propios países, como es el caso de España".

"El año 2008 ha sido, se podría decir, un crack en todo el mundo. Los precios se dispararon en un producto que, con normalidad, se vendía a 0,80 céntimos de euro aproximadamente, pasando a costar 1,80 euros, es decir, se multiplicó por cien".

La explicación de que los precios se disparan se encuentra, según el gerente de NitroParis, en la necesidad de nitrato potásico de las grandes empresas termosolares que, para la producción de electricidad, requerían 30.000 toneladas de este producto. "Los dos principales distribuidores, Israel y Chile, fueron los encargados de abastecerlas, de modo que el mercado mundial quedó sin producto y supuso un incremento sustancial del valor de este".

En referencia al sector azulejero en la provincia, indica el responsable de la empresa de Nules, esta subida de precios ha sido perjudicial para este, pues "muchas de las fábricas de cerámica consumían mucho nitrato potásico. Al aumentarles tanto el coste del mismo, tuvieron que reaccionar sustituyendo este producto".

EL PRECIO SE AJUSTA

Actualmente, prosigue, "estamos volviendo a precios de febrero de 2008, aunque a lo largo del pasado año se podría decir que el mercado se ha ido quemando. Gracias a la exportación, hemos podido salvar este escollo. Ahora al menos, el precio del dólar no nos está afectando porque, normalmente, trabajamos con euros", sostiene e indica: "estamos centralizando nuestras operaciones en Panamá, un país más neutral que permite contactos con Colombia, Venezuela o Perú, por ejemplo". Asimismo, desde el pasado septiembre, "estamos reforzándonos en Europa porque era un mercado que habíamos dejado un poco de lado, debido a que muchas empresas han tenido que cerrar por la gran cantidad de normativas que impusieron los Gobiernos".

La FUE-UJI participa en una jornada sobre videocurrículums para impulsar Tumeves.com

La Fundación Universitat Empresa Jaume I (FUE-UJI), en colaboración con las fundaciones Universidad Empresa de Alicante, Murcia, Tenerife y Las Palmas, ha iniciado una campaña para impulsar Tumeves.com, un portal de empleo especializado en titulados universitarios y basado en video-presentaciones.

Una de las primeras iniciativas del equipo de Tumeves.com es la participación el 3 de noviembre en una jornada organizada por Barcelona Activa, la agencia de desarrollo local del ayuntamiento de la capital Condal, que tratará sobre el estado del videocurrículum en España.

En esta sesión, los responsables de los portales más importantes en internet que tienen como elemento principal la video-presentación -Videocurrículum Digital, Candidatos con Voz Propia y Tumeves.com-, así como algunas empresas, explicarán su experiencia y las ventajas de esta herramienta tanto para los candidatos como para las empresas.



El sueco Michael Jonzon gana el Castelló Masters Costa Azahar 2009

El vicepresidente del Consell, Vicente Rambla, y la consellera de Cultura y Deporte, Trini Miró, hicieron entrega el pasado 25 de octubre de los trofeos del Castellón Masters de Golf Costa Azahar, donde el sueco Michael Jonzon se proclamó campeón. El golfista castellonense, Sergio García, indispuesto por una gastroenteritis, finalizó en cuarta posición a tres golpes del sueco. Jonzon, número 65 del circuito europeo y 482 en el ranking mundial, sólo había conseguido un triunfo en el máximo tour continental, en Portugal, y fue en 1997, seis años después de hacerse profesional.