

Atarés Mosaics cumple 10 años enfocado hacia Japón y Oriente Próximo

ZARAGOZA. La empresa familiar aragonesa Atarés Mosaics, que elabora y comercializa mosaicos artísticos de mármol realizados solo con los tonos y vetas naturales de la piedra, encara 2017 con la vista puesta en abrir nuevo mercado en Japón, reforzar el de Oriente Próximo y seguir haciendo marca en Nueva York, meca del diseño mundial.

Como destacó su director de Proyecto, Daniel Atarés, el mercado nipón puede evolucionar muy bien, ya que en 2020 se celebrarán los Juegos Olímpicos de Tokio. «A su vez Dubái será sede de la Expo Mundial 2020. Se están haciendo muchos proyectos allí, en Arabia Saudí y en otros países del golfo Pérsico. Hay muchos temas de construcción e inversión en diseño y proyectos de alta gama como el nuestro», dijo.

Atarés Mosaics, que este año cumple 10 años de andadura empresarial, aúna artesanía y alta

tecnología (informática, visión artificial y robótica). «Somos los únicos en España y en el mundo que hacemos este producto», apuntó el director de Proyecto.

Con clara vocación exportadora desde sus inicios, el mercado internacional representa en estos momentos el 60% de sus ventas y el español, el 40%. «Aunque muchas veces el mercado nacional es para clientes extranjeros. Ahora vemos una mayor demanda en nuestro país», señaló.

Aunque se creó en 2007, los primeros años se dedicaron a I+D+i. Al ser un producto nuevo estaba todo por hacer. «Tienes que investigar en todos los procesos. Hemos mejorado los sistemas de corte y pegado de las teselas, entre otras cosas. Y en el tema comercial pasa lo mismo, al ser algo diferente no hay unos estándares de cómo actuar para poder vender», afirmó Vicente Atarés, director general de la compañía.



ATARÉS

Mosaico de Alfredo di Stefano. Atarés Mosaics entregó recientemente al Real Madrid un mosaico con la imagen del emblemático jugador. En la imagen, Vicente Atarés –izquierda– y Daniel Atarés junto con Emilio Butragueño.

Un salto importante para la empresa –orientada en sus comienzos al cuadro como obra de arte– se produjo tras la estancia de Daniel Atarés en la Universidad de Harvard en Boston (EE. UU.), becado por la Fundación Aragón Invierte, en 2015. «Se dio cuenta de

que donde teníamos posibilidades de expandirnos era en el mundo de la decoración y el interiorismo. Ahí sí que se necesita poner una pared bonita. Casi todos los arquitectos en un hotel de lujo quieren instalar algo que sea extraordinario y ahí tenemos calidad», añadió

el director general. Desde entonces están centrados en crear nuevas líneas de interiorismo (que abarcan paredes y suelos) y en introducir mejoras en el proceso. Y ya han logrado varios premios internacionales de diseño.

M. USÁN