

# Nuevos espacios y nuevos mercados

**Prácticamente todo el sector cerámico español estará presente en la feria CEVISAMA, la que sentimos como propia. La feria será el termómetro de lo que puede depararnos el año recién estrenado. La afluencia de visitantes de determinados mercados puede ofrecernos pistas de cómo se desarrollarán las ventas al exterior; también la acogida con que se reciban las novedades de las empresas es un importante “input” para las firmas. Nos movemos en un mercado con un grado muy alto de competencia en el que la información del mercado es valiosa.**



**Vicente Nomdedeu Llesma - Presidente de ASCER**

El sector de la baldosa cerámica en España es una industria esencialmente exportadora, y ha conseguido adecuarse a las necesidades de los tiempos para ser más competitiva. La creación de un clúster industrial, modélico para otros sectores, en la provincia de Castellón, le ha permitido sortear los momentos económicos más duros, reinventándose y consiguiendo ofrecer una gran calidad a precios capaces de competir en otros países. A ello se añade un alto grado de innovación en el producto, diseños atractivos, y la búsqueda constante de nuevas funcionalidades de la cerámica en la construcción y la arquitectura.

Sin embargo, la competencia exterior es cada vez más dura. Cada día son más los países fabricantes, países con distintas regulaciones, criterios y dureza de las exigencias de producción, con precios competitivos y con un coste de transporte reducido para su mercado más cercano. En el mundo se fabrican unos 16.000 millones de m<sup>2</sup> de baldosas cerámicas, y entre España e Italia la cuota apenas alcanza un 8%. Estos datos indican la enorme proliferación de plantas de fabricación en otras áreas geográficas como la asiática, que hoy aglutina la mayor cuota productiva.

La industria cerámica española soporta factores que merman nuestra competitividad como los altos costes logísticos y los costes energéticos. Los rangos de precios energéticos están entre los más elevados de nuestro entorno, un coste que representa uno de los factores que más peso tiene en el sector. Además de los retos propios de la industria, el sector tiene también que luchar contra las crecientes políticas proteccionistas que aparecen en mercados en los que somos grandes exportadores.

Mercados de excepcional importancia para el sector han establecido barreras al comercio que dificultan el acceso de nuestros productos, siendo ello especialmente grave en la zona del norte de África. Un ejemplo es el caso de Argelia, que mantiene en la actualidad bloqueada la entrada a la importación

y que previsiblemente establecerá una subida inasumible de aranceles. Estas medidas proteccionistas amenazan directamente al libre mercado y son perjudiciales, tanto para industrias exportadoras como la nuestra, como para el propio comercio interno que no dispone de alternativas competitivas.

La exportación ha permitido a España y, específicamente a nuestra industria, poder estabilizarse, con grandes esfuerzos de adaptación. Es nuestro deber ahora tratar de defender los productos, sus garantías de calidad y las excelentes prácticas en su producción y su comercialización que hacen de nuestra industria un sello de calidad de Marca España.

A pesar de esta internacionalización del sector, España sigue siendo el primer destino de las ventas, aglutinando aproximadamente el 25% del total de la facturación. En 2018, el mercado nacional también ha frenado en su evolución debido a una desaceleración general económica. La incertidumbre política está generando cierta desconfianza y un enfriamiento del consumo, lo que puede afectar al crecimiento económico y a las ventas en el mercado interior.

Además de atravesar fronteras geográficas, nuestras empresas también trabajan para que los productos cerámicos traspasen fronteras en cuanto a su uso. De ser un material cuyo uso estaba muy limitado a las zonas húmedas de las casas (baños y cocinas), las baldosas cerámicas han pasado a protagonizar otros tipos de espacios tanto en los hogares como en espacios públicos, siendo cada vez más la opción preferida por los proyectistas a la hora de diseñar sus proyectos: fachadas, muebles y pavimentos urbanos, son solo algunos de los nuevos espacios conquistados por la cerámica. Desde la industria se trabaja incansablemente para mejorar el producto y ofrecer a los profesionales nuevas utilidades, nuevos formatos o soluciones constructivas que sepan adaptarse a la exigencia del momento. Sin duda en la próxima edición de la feria CEVISAMA se podrá comprobar *in situ* cómo el sector sigue evolucionando e innovando para conquistar nuevos espacios y nuevos mercados. ♦