

El mercado del mueble y accesorios de baño en el Reino Unido

El mercado del mueble y accesorios de baño en el Reino Unido

Este estudio ha sido realizado por Patricia Del Busto Arbesuk bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Londres

Julio 2006

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES.....	4
II. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR.....	5
2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA.....	5
III. OFERTA	8
1. TAMAÑO DEL MERCADO.....	8
2. ANÁLISIS DE LOS COMPONENTES DE LA OFERTA	13
IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA.....	21
1. FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA	21
2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	27
V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	30
VI. ANÁLISIS DEL COMERCIO.....	31
1. ANÁLISIS CUANTITATIVO.....	31
2. ANÁLISIS CUALITATIVO.....	40
2.1. Estrategias de promoción	40
2.2. Legislacion aplicable.....	42
VII. ANEXOS.....	44
1. EMPRESAS	44
2. FERIAS	51
3. PUBLICACIONES DEL SECTOR	52
4. ASOCIACIONES.....	54
5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS.....	54

I. CONCLUSIONES

En los últimos cinco años el mercado británico del equipamiento para el baño ha experimentado un fuerte crecimiento, aunque indicadores recientes apuntan a una ralentización, debido principalmente a la coyuntura económica general que atraviesa el país, y en especial al leve estancamiento del mercado inmobiliario. Actualmente esta tendencia continúa y el consumo no pasa por su mejor momento, especialmente si se compara con los niveles de principios de esta década.

Por lo general, los artículos para el baño no se consideran bienes de primera necesidad, por lo que compiten en desventaja con el gasto en otro tipo de bienes. Aún así el papel del cuarto de baño ha evolucionado para convertirse en uno de los espacios más importantes de la casa, donde se busca sobre todo relajarse. Hoy día los consumidores se esmeran más en la decoración y buscan productos que sigan las últimas tendencias.

Esto se refleja en la evolución de las ventas en el sector, que ha sido positiva en los últimos años, y aunque todos los productos han experimentado un crecimiento, algunos lo han hecho mucho más rápido que otros, como por ejemplo los accesorios, que han crecido guiados por las tendencias de la moda y la necesidad de proporcionar un toque de individualismo en la decoración del cuarto de baño.

Dada la madurez del sector en general, el crecimiento de las ventas será lento. Las previsiones apuntan que las ventas de accesorios serán las que más se incrementen en los próximos años, así como las de las duchas y los spas.

Sin embargo, se advierten dos nichos de mercado en los que se presentarán oportunidades claras en el sector: los productos diseñados para ahorrar espacio y los productos desarrollados específicamente para atender las necesidades de la tercera edad.

Además, ha de aprovecharse el hecho de que el consumidor británico empieza a otorgar relevancia a la marca. El segmento medio-alto del mercado ofrece muchas posibilidades de expansión, aunque a priori se haya de realizar un esfuerzo en lo que se refiere a la promoción y el desarrollo de los productos.

II. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El objeto del presente estudio es analizar la situación actual dentro del sector del equipamiento para el baño en el mercado británico. Para ello se ha procedido al estudio de diferentes variables dentro del sector a través del análisis de sus tres componentes fundamentales: la oferta, el comercio y la demanda. Dentro del análisis de la primera, junto al estudio del tamaño de dicha oferta se han evaluado los diferentes componentes de la misma, como la producción local y las importaciones. El análisis del comercio se ha enfocado desde un doble punto de vista: cuantitativo (canales de distribución) y cualitativo (tendencias de la distribución). Por último, dentro del análisis de la demanda del mercado británico se ha procedido a estudiar las tendencias generales de consumo en el Reino Unido, analizando diversos factores determinantes (sociodemográficos, económicos) y por otra parte el comportamiento del consumidor en sí (hábitos de consumo, preferencias).

Dado que los datos que existen sobre este mercado están bastante dispersos, este estudio se ha realizado diferenciando entre el surtido básico del equipamiento para el baño, que incluye elementos esenciales del cuarto de baño tales como las bañeras, lavabos, inodoros, etc., y los accesorios para el cuarto de baño en los que se incluyen productos como espejos, mueble auxiliar, pequeños accesorios, etc.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

A continuación se expone una clasificación arancelaria de los productos incluidos en el presente estudio. Hay que matizar que en algunas partidas arancelarias se incluyen productos que no son específicos del sector del equipamiento para el baño, como el mueble de baño o los espejos, por lo que las cifras de exportación e importación pueden incluir artículos que no son objeto de este estudio.

Dentro del sector del surtido básico del equipamiento para el baño se incluyen las siguientes partidas arancelarias:

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Bañeras y Platos de ducha

39221000 Bañeras, duchas, fregaderos y lavabos.

73242100 Bañeras de fundición, incluso esmaltadas

73242900 Las demás bañeras

73249090 Artículos de higiene o de tocador, y sus partes, de fundición, de hierro o de acero

39229000 Demás artículos sanitarios o higiénicos de materias plásticas

Cerámica Sanitaria

69101000 Fregaderos, lavabos, pedestales de lavabo, bañeras, bidés, inodoros, cisternas (depósitos de agua) para inodoros, urinarios y aparatos fijos similares, de porcelana, para usos sanitarios, de porcelana.

69109000 Fregaderos, lavabos, pedestales de lavabo, bañeras, bidés, inodoros, cisternas (depósitos de agua) para inodoros, urinarios y aparatos fijos similares, para usos sanitarios, de cerámica (excepto los de porcelana).

Dentro del grupo de accesorios para el baño quedan englobadas las siguientes partidas arancelarias:

Mueble de Baño

94036090 Los demás muebles de madera

94037090 Los demás muebles de plástico

Grifería sanitaria

84818011 Mezcladores, reguladores de agua caliente

84818019 Los demás artículos de grifería y órganos similares

Asientos y tapas de inodoro

392220 Asientos y tapas de inodoro

Espejos para baño

70099100 Espejos de vidrio, sin marco (no retrovisores para vehículos)

70099200 Espejos de vidrio, con marco (no retrovisores para vehículos)

Otros Accesorios de baño

392490 Vajilla y demás artículos de uso doméstico y artículos de higiene y tocador, de plástico

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

691190 Vajilla y demás artículos de uso doméstico y artículos de higiene y tocador, de porcelana

691200 Vajilla y demás artículos de uso doméstico y artículos de higiene y tocador, de cerámica, de barro ordinario

761520 Artículos de uso doméstico, de higiene o de tocador, de aluminio

III. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

El mercado de artículos para el hogar está condicionado por numerosos factores, entre ellos los niveles de confianza y gasto de los consumidores, los aumentos de renta y la propensión a gastar o a ahorrar.

Por lo general, este tipo de artículos no se consideran bienes de primera necesidad, por lo que compiten con el gasto en otro tipo de bienes como la ropa, el ocio, los viajes y los servicios financieros.

1.1 Ventas

En los últimos cinco años el mercado británico del equipamiento para el baño ha experimentado un fuerte crecimiento, aunque indicadores recientes apuntan a una ralentización de la tasa de crecimiento, debido principalmente a la coyuntura económica general que atraviesa el país, y en especial al leve estancamiento del mercado inmobiliario. Sin embargo, la evolución del sector se ha mantenido bastante por encima de la inflación, incrementándose un 6% entre 2004 y 2005 para llegar a los 2.157 millones de libras. Esto supone un incremento del 64% comparado con los niveles del año 2001.

VENTAS DE EQUIPAMIENTO PARA EL BAÑO EN EL REINO UNIDO 2001-2004

(Millones de libras)

Año	Valor	% de cambio
2001	1 312	+4%
2002	1 484	+13%
2003	1 725	+16%
2004	2 032	+18%

Fuente: Mintel

Los años 2005 y 2006 han sido difíciles para la economía británica en general y para el consumo en particular, por lo que se espera que las cifras de ventas sean más moderadas.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

En cualquier caso, el desarrollo de las ventas dependerá también en gran medida del sector al que se vayan a dedicar los productos, sea el de la mejora y reforma de la vivienda, vivienda nueva o instalaciones comerciales. El 63% del total del mercado de equipamiento para el baño está dedicado al sector doméstico de mejoras y reformas. Este sector ha crecido en los últimos años debido principalmente a que muchos propietarios se deciden a reformar con vistas a añadir valor a sus viviendas.

1.2 Subsectores

Para el estudio de los subsectores efectuaremos una división entre el surtido básico y los accesorios. A su vez el surtido básico comprende los sanitarios (incluyendo bañera, inodoro y lavabo), duchas y Spas. Todos los subsectores han incrementado su valor durante el periodo 2001-2005, aunque la tasa de crecimiento ha dependido de la madurez de cada sector.

EL MERCADO DE EQUIPAMIENTO PARA EL BAÑO POR TIPO DE PRODUCTO 2001-2005

(Millones de libras)

Tipo de producto	2001	2002	2003	2004	2005
Sanitarios	561	637	744	882	938
Duchas/ Pantallas y platos de ducha	406	458	524	614	649
Accesorios	288	326	387	456	485
Spas y jacuzzis	57	63	70	81	85
Total	1 312	1 484	1 725	2 032	2 157

Fuente: MSI

En 2005 el mercado de los sanitarios representaba un 47% del total del sector, la mayor proporción, aunque al ser el sector más maduro, el crecimiento fue más lento. Cabe esperar que su desarrollo siga siendo bastante moderado, ya que depende en gran medida de la actividad constructora. Es de destacar también la demanda de duchas, que aumentó un 60% entre 2001 y 2005, lo cual se debe principalmente al aumento de aseos o segundos cuartos de baño en las viviendas.

El mercado de accesorios de baño se incrementó en un 49% durante el periodo, para representar en 2005 un 23% del total del mercado. Este sector ha permanecido boyante gracias a la creciente tendencia a renovar los cuartos de baño. Fuentes del sector están de acuerdo en que los accesorios ocupan ahora un lugar destacado en el cuarto de baño, por lo que se tienen muy en cuenta a la hora de proporcionar el toque final. Se prevé que este sea el subsector que más siga creciendo en los próximos años, así como el de las duchas y los spas y jacuzzis.

Dentro del sector de accesorios de baño podemos distinguir las ventas por tipo de producto, a saber, grifería, tapas y asientos de inodoro y otros accesorios de baño. Esta última categoría incluye también el mueble.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

EL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO POR TIPO DE PRODUCTO 2001-2005

(Millones de libras)

Tipo de Producto	2001	2002	2003	2004	2005
Grifería	113	127	153	181	194
Tapas y asientos de inodoro	94	107	130	155	165
Otros accesorios	81	92	103	120	130
Total	287	326	387	456	489
		(+13%)	(+19%)	(+18%)	(+6%)

Fuente: MSI

Este subsector ha sido estimulado principalmente por el aumento en las reformas en el hogar, guiado por los consejos ofrecidos por los programas de televisión, que han ayudado a dar ideas de cómo mejorar el aspecto de un baño sin necesidad de realizar un gran gasto. Este mercado se ha incrementado notablemente durante los años 2003 y 2004, con un +19% y un +18% respectivamente. Entre 2001 y 2005 la demanda se incrementó en un 68% en total.

El sector de la grifería supone la proporción más grande de accesorios para el baño en el Reino Unido, equivalente al 40% del total del sector de los accesorios para el baño en 2005. Entre 2001 y 2005 las ventas han subido un 72% en total.

Las ventas de tapas y asientos de inodoro se incrementaron también durante el periodo, y representan un 34% del total del mercado.

El resto del mercado se compone de otros accesorios, incluyendo armarios y estanterías. La demanda ha llegado a los 126 millones de libras en 2005, equivalente al 26% del total del sector de los accesorios. A continuación desglosamos las ventas de otros accesorios por tipo de producto.

EL MERCADO DE OTROS ACCESORIOS DE BAÑO POR TIPO DE PRODUCTO 2000-2005

(Millones de libras)

Tipo de accesorio	2000	%	2002	%	2005	% de cambio
Armarios/estanterías	13	16.7	17	18.5	29	22,3
Portarrollos	14	17.9	18	19.6	25	19,2
Toalleros	14	17.9	17	18.5	21	16,2
Escobilleros	10	12.8	11	12.0	15	11,5
Espejos	5	6.4	6	6.5	10	7,7
Jaboneras	7	9.0	7	7.6	9	6,9
Portacepillos de dientes	7	9.0	7	7.6	9	6,9
Containers de bañera	6	7.7	7	7.6	8	6,2
Otros	2	2.6	2	2.2	4	3,1
Total	78	100	92	100	130	100

Fuente: Mintel

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Todos los productos han experimentado un crecimiento en las ventas, aunque unos han crecido mucho más rápido que otros, principalmente ayudados por la necesidad de ahorrar espacio en el cuarto de baño, por lo que el mueble de baño utilizado para almacenar y ordenar los productos es el más ha crecido, y ahora es el sector con más cuota en este mercado.

El uso del jabón líquido continúa creciendo, por lo que los dosificadores son un accesorio que está cada vez más presente en los hogares, lo que repercute en el uso cada vez menor de las tradicionales jaboneras. En 2004 el 14.2% de los adultos confirmaron que no usaban pastillas de jabón, y todo indica que esta proporción está en aumento, por lo que algunos fabricantes ya han abandonado la producción de jaboneras en sus líneas de accesorios.

Los espejos tienen un papel muy importante en el cuarto de baño, ya que dan sensación de amplitud a la vez que cumplen su función principal. Sin embargo, un espejo de calidad media puede durar para siempre, por lo que su sustitución suele ser limitada.

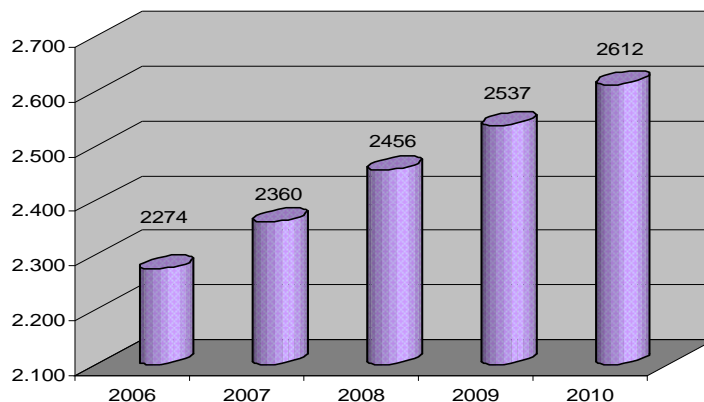
Los containers para bañeras, que fueron bastante populares hace unos años, han sufrido un declive dado el crecimiento en la instalación de duchas. También se ha resentido la cuota de los portacepillos de dientes, posiblemente debido al incremento en el uso de cepillos de dientes eléctricos.

1.3 Predicciones

En general todas las fuentes coinciden en afirmar que el mercado del equipamiento para el baño seguirá creciendo en los próximos años. La consultora MBD predice que entre 2005 y 2010 la demanda se incrementará en un 22% en términos reales. El crecimiento se experimentará sobre todo en los primeros años, a un ritmo del 4 ó 5% anual, y se ralentizará a medida que avanza el periodo, aumentando alrededor de un 3% anual en 2009 y 2010.

EL MERCADO DE EQUIPAMIENTO PARA EL BAÑO 2006-2010

(Millones de libras a precios de venta de 2005)



Fuente: MBD

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

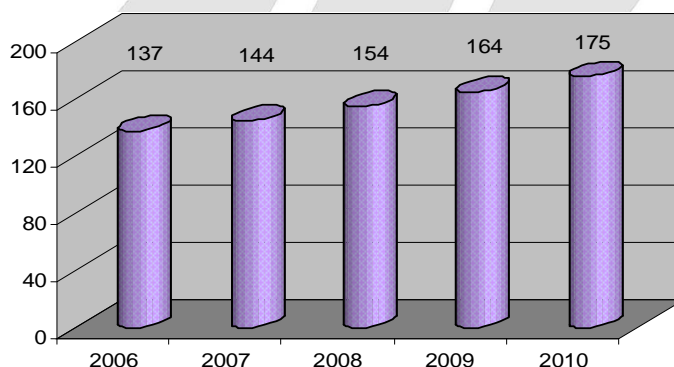
Estos datos se han elaborado teniendo en cuenta los planes del gobierno británico anunciados en 2003 en los que se programa la construcción de 3 millones de viviendas nuevas hasta el año 2016 y donde se contemplan también planes de regeneración para las áreas residenciales existentes.

Los niveles de crecimiento se espera que sean diferentes dependiendo del subsector del que se trate, ya que en principio sectores como los accesorios, las duchas o la grifería tienen más potencial de desarrollo al ser sectores menos maduros que, por ejemplo, el del surtido básico. En cualquier caso, estos datos han de tratarse con cautela ya que la situación del sector dependerá de los diversos factores que afectan a la demanda y que se analizan más adelante en el apartado IV.

En el caso de los accesorios de baño, Mintel estima que el mercado se incrementará en un 35% en el periodo 2006-2010, para llegar a los 175 millones de libras en el 2010. En términos reales se espera un crecimiento del 28%.

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE ACCESORIOS DE BAÑO 2006-2010

(Millones de libras a precios corrientes)



Fuente: Mintel

Las previsiones actuales son optimistas, con el crecimiento anual acelerándose cada año a medida que el papel del cuarto baño como un lugar de relajación continúa consolidándose.

2. ANÁLISIS DE LOS COMPONENTES DE LA OFERTA

2.1. Producción local

El sector del equipamiento de baño en el Reino Unido está altamente concentrado, ya que existe un número reducido de fabricantes que proveen al mercado en una proporción importante. El proceso de concentración de la industria se evidencia en que las dos primeras empresas del sector acumulan el 55% de la cuota total del mercado.

Esta tendencia está siendo contrarrestada por el reciente incremento en el número de importadores, que ha provocado un aumento significativo en las importaciones, especialmente las procedentes del sudeste asiático. Los fabricantes británicos en este sector intentan hacer frente a la competencia extranjera ofreciendo servicios adicionales a sus clientes, mejorando sus tiempos de entrega, potenciando su imagen de marca e invirtiendo en diseño.

Ideal Standard y *Armitage Shanks*, ambos propiedad del grupo americano *American Standard*, son actualmente el primer fabricante de productos para el baño en el Reino Unido, con una cuota de mercado del 33%, aunque la mayoría de su cuota se concentra en el sector de los sanitarios. El segundo fabricante es *Twyford Bathrooms*, con aproximadamente un 22% de cuota. El sector de la grifería lo lidera *Bristan*, con un 24% de cuota de mercado. Otros fabricantes son *Croydex Group*, que diseña, fabrica y distribuye accesorios de baño, y es uno de los proveedores líderes del mercado. Destacan también *Heritage Bathrooms* y *Showelux*. En el apartado IX se ofrecen más datos sobre los principales fabricantes del sector.

PRODUCCIÓN LOCAL DE EQUIPAMIENTO PARA EL BAÑO 2001-2005

(Millones de libras)

Año	Valor	% de cambio
2001	683,3	-1%
2002	729,9	+7%
2003	830,6	+14%
2004	860,6	+4%
2005	900,0	+5%

Fuente: MBD y estimaciones del sector

Durante la mayoría del periodo 2001-2005 la producción británica de equipamiento para el baño se incrementó en términos de valor, especialmente en 2003 cuando se experimentó un crecimiento destacado del 14%. Se observan altibajos en general, y aunque el sector parece bastante maduro, existen áreas con potencial de crecimiento.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

2.2. Importaciones

Las importaciones británicas de equipamiento para el baño se han incrementado considerablemente desde el año 2001.

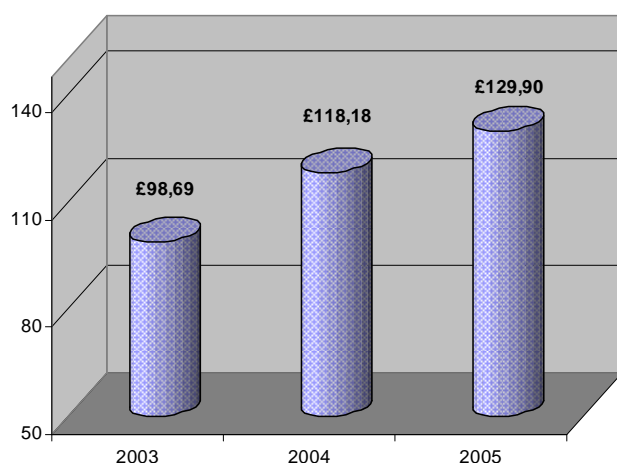
La penetración de las importaciones en este sector es relativamente alta, y representaron un 41% de las ventas totales del año 2005. Su relevancia crece día a día, aunque difiere según el segmento de mercado que se analice. Es más alta en los segmentos del metal y del plástico, estimado en un 55% y un 52% respectivamente. Dada la alta capacidad de producción británica en el segmento de los productos de cerámica, las importaciones de productos de este material suponen una cuota bastante más baja, un 27% en 2005, aunque probablemente crecerá en el futuro a medida que las alternativas más baratas se hacen más accesibles.

A continuación se ofrecen datos de las importaciones de cada una de las partidas de productos de equipamiento para el baño.

IMPORTACIONES BRITÁNICAS DE BAÑERAS Y PLATOS DE DUCHA

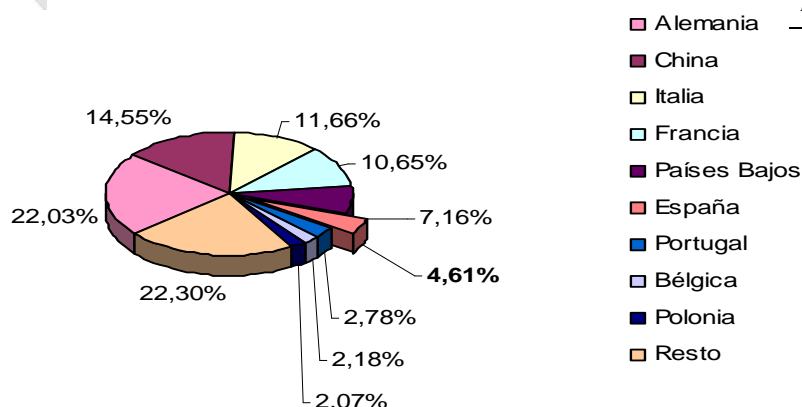
Importaciones totales en millones de libras 2003-2005

(Millones de libras)



País	2003	2004	2005
Alemania	24,65	27,21	28,61
China	8,00	12,11	18,90
Italia	15,36	17,87	15,15
Francia	8,49	9,24	13,84
Países Bajos	5,36	8,24	9,30
España	4,67	6,94	5,99
Portugal	2,28	2,74	3,61
Bélgica	2,84	2,84	2,84
Polonia	0,87	1,63	2,69
Irlanda	0,85	1,81	1,64
Resto	25,34	27,55	27,33
Total	98,69	118,18	129,90

Cuota de los principales países proveedores 2005



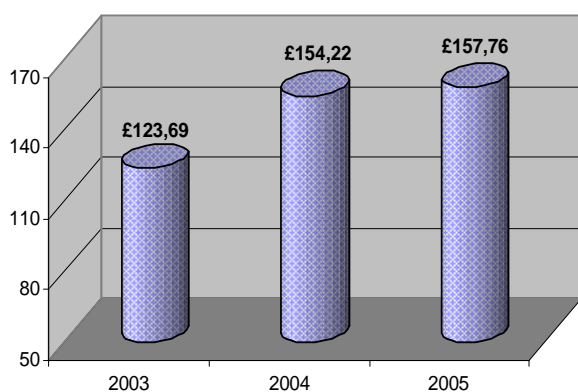
Fuente: World Trade Atlas

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

En la partida de bañeras y platos de ducha, el Reino Unido importa la mayoría de los productos de Alemania. Sin embargo la evolución de las importaciones indica que China está cercana a hacerse con el primer lugar, ya que las importaciones desde China han subido un 136% entre 2003 y 2005. España obtuvo una cuota del 4,61% en el 2005, lo que supuso una reducción respecto al año anterior. Dado el auge de China, no se espera que los países de la Unión Europea puedan competir en términos de precio, con la excepción de Polonia, que está también aumentando sus exportaciones rápidamente.

IMPORTACIONES BRITÁNICAS DE CERÁMICA SANITARIA

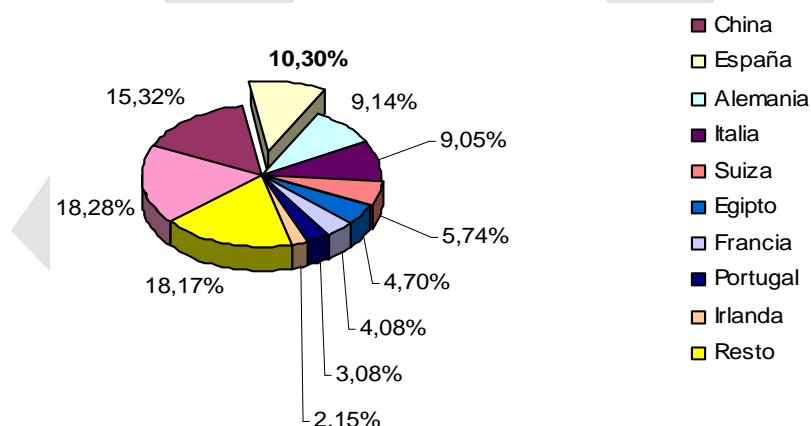
Importaciones totales en millones de libras 2003-2005



(Millones de libras)

Países	2003	2004	2005
Turquía	25,08	33,12	28,84
China	6,86	14,66	24,17
España	12,54	14,00	16,25
Alemania	11,37	12,98	14,41
Italia	10,15	14,38	14,27
Suiza	2,64	6,25	9,05
Egipto	8,88	12,01	7,41
Francia	7,70	5,91	6,44
Portugal	3,96	4,92	4,86
Irlanda	4,45	4,17	3,39
Resto	30,08	31,82	28,66
Total	123,69	154,22	157,76

Cuota de los principales países proveedores 2005



Fuente: World Trade Atlas

Las importaciones de cerámica sanitaria en el Reino Unido son lideradas por Turquía, seguida muy de cerca por China, que ha aumentado su cuota en un 64% en los dos últimos años.

Es de destacar, sin embargo, que en las importaciones de productos de cerámica sanitaria de porcelana España es el proveedor líder, con una cuota del 16,89%, habiendo exportado 15.34 millones de libras en el año 2005. Aunque el valor de las exportaciones españolas sigue creciendo, la cuota española está

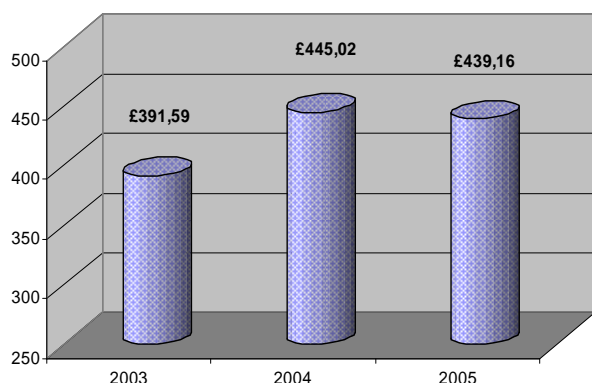
EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

siendo afectada por el aumento de las exportaciones chinas, que aumentaron un 43,25% en el 2004-2005.

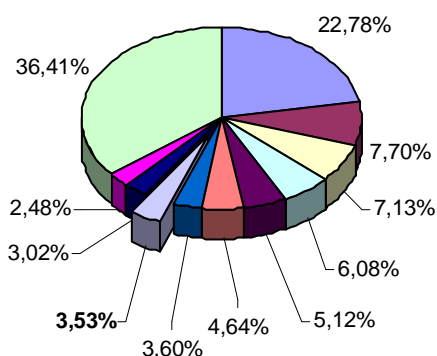
En el caso de los inodoros, los cambios legislativos del año 2001, que permitieron el uso de la válvula de descarga automática, y la reducción de la capacidad de la cisterna británica a 6 litros, igualándola al resto de Europa, redujeron las barreras de entrada para los fabricantes europeos, por lo que se experimentó un aumento notable del 38% en las importaciones de este tipo de productos. Para España esto significó un aumento de las exportaciones al Reino Unido del 104,41%, pasando de 4.12 millones de libras en el año 2000 a 8.42 millones en 2001.

IMPORTACIONES BRITÁNICAS DE MUEBLE DE BAÑO

Importaciones totales en millones de libras 2003-2005



Cuota de los principales países proveedores 2005



(Millones de libras)

Países	2003	2004	2005
China	58,47	78,61	100,02
Italia	21,51	29,46	33,80
Indonesia	23,67	29,30	31,32
Vietnam	22,16	28,55	26,72
Polonia	45,69	36,39	22,48
Malasia	18,10	27,00	20,39
Alemania	13,10	17,75	15,82
España	14,66	15,94	15,48
Suecia	6,72	8,54	13,25
Irlanda	9,73	12,48	10,89
Resto	167,53	173,47	159,89
Total	391,59	445,02	439,16

Fuente: World Trade Atlas

- China
- Italia
- Indonesia
- Vietnam
- Polonia
- Malasia
- Alemania
- España
- Suecia
- Irlanda
- Resto

Las importaciones de mueble de baño se han reducido sensiblemente en el año 2005, debido al clima de incertidumbre del consumo en general. La división de las partidas de mueble de baño se hace entre muebles de madera o de plástico. En lo que se refiere al mueble de madera los países del sudeste asiático (China, Vietnam, Malasia e Indonesia) acaparan más del 43% de la cuota total, siendo China el

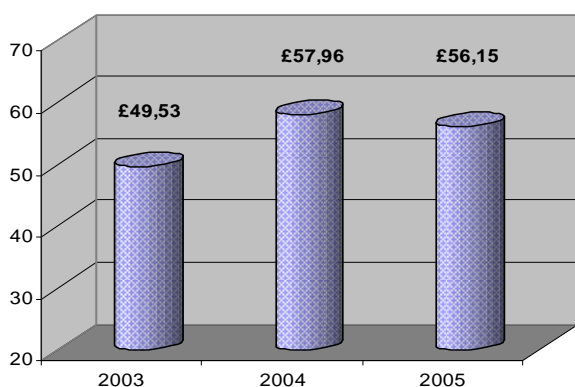
EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

líder claro con un 23,23%. En este sector España ocupa el séptimo lugar, habiendo exportado un valor de 15.39 millones de libras en 2005.

En lo que se refiere al mueble de plástico, China e Italia son los líderes en exportaciones al Reino Unido, acumulando casi el 40% de la cuota total. Es de destacar el aumento del valor de las exportaciones de este material provenientes de Italia, que ha aumentado en un 129% entre 2004 y 2005. Las exportaciones de España de este tipo de material son muy poco relevantes, con un valor de 100.000 libras en el 2005.

IMPORTACIONES BRITÁNICAS DE ESPEJOS PARA EL BAÑO

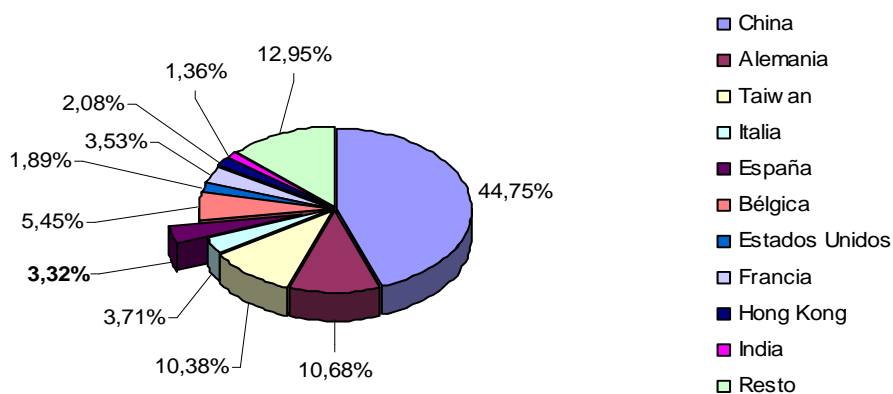
Importaciones totales en millones de libras 2003-2005



(Millones de libras)

Países	2003	2004	2005
China	15,05	18,78	25,12
Alemania	5,94	9,27	6,00
Taiwan	4,60	7,57	5,83
Italia	2,79	2,24	2,08
España	1,37	1,43	1,86
Bélgica	2,61	3,68	3,06
Estados Unidos	3,08	1,88	1,06
Francia	3,77	3,49	1,92
Hong Kong	0,58	0,87	1,17
India	0,76	0,72	0,76
Resto	9,00	8,04	7,27
Total	49,53	57,96	56,15

Cuota de los principales países proveedores 2005



Fuente: World Trade Atlas

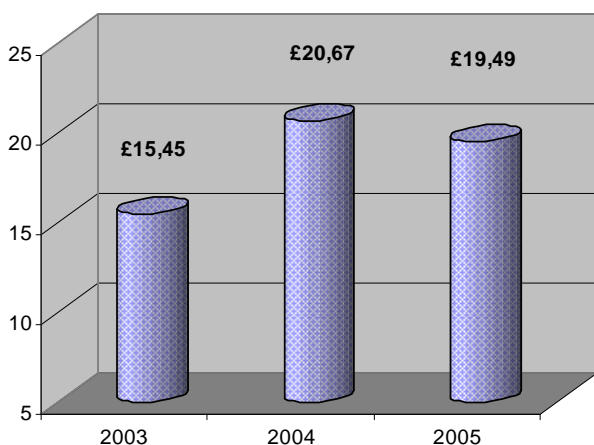
Las importaciones de espejos han también bajado en términos de valor en el año 2005. Casi todos los países han experimentado una reducción en sus exportaciones, de hecho España es el único país de la

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Unión Europea que ha conseguido incrementarlas. Obviamente, las exportaciones de China han aumentado rápidamente y ostentan ahora casi un 45% de la cuota total.

IMPORTACIONES BRITÁNICAS DE ASIENTOS Y TAPAS DE INODORO

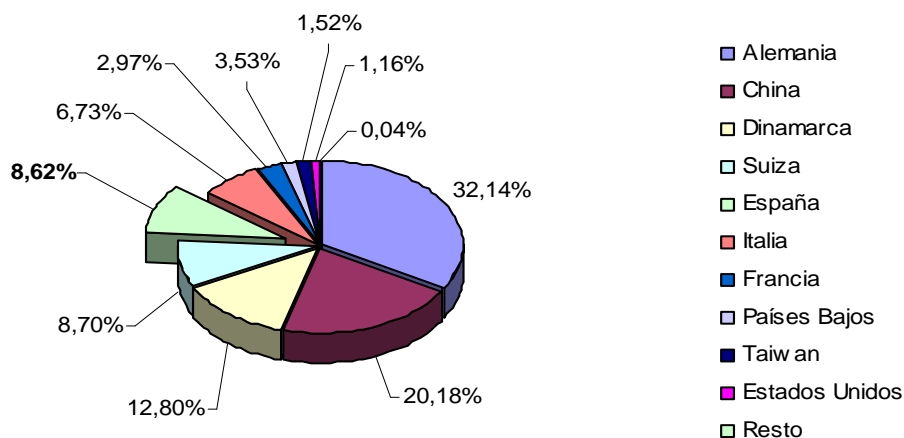
Importaciones totales en millones de libras 2003-2005



(Millones de libras)

Países	2003	2004	2005
Alemania	2,79	6,04	6,26
China	3,93	4,66	3,93
Dinamarca	4,11	1,66	2,49
Suiza	0,21	2,89	1,69
España	0,98	1,46	1,68
Italia	1,56	1,90	1,31
Francia	0,19	0,23	0,58
Países Bajos	0,11	0,09	0,32
Taiwán	0,14	0,14	0,30
Estados Unidos	0,51	0,42	0,23
Resto	0,93	1,18	0,69
Total	15,45	20,67	19,49

Cuota de los principales países proveedores 2005



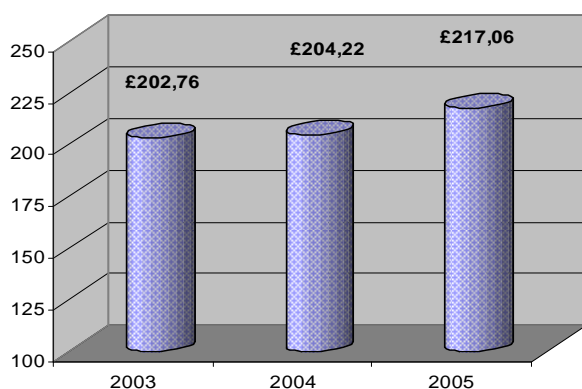
Las importaciones de tapas y asientos de inodoros han seguido la tónica general en el 2005 y su valor se ha reducido ligeramente. Es destacable aquí el hecho de que China ha experimentado un descenso tanto en la cuota como en el valor de las exportaciones a favor de Alemania, que se mantiene como primer

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

país proveedor. España está experimentando un crecimiento sostenido que le proporcionó una cuota del 8.62% en el 2005.

IMPORTACIONES DE PEQUEÑOS ACCESORIOS DE BAÑO

Importaciones totales en millones de libras 2003-2005

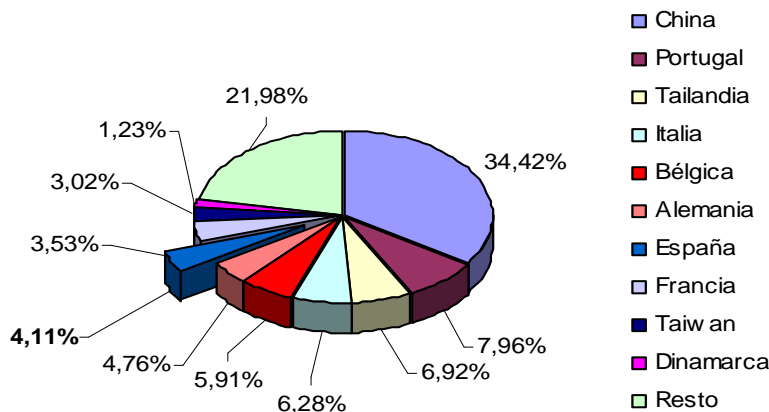


(Millones de libras)

Países	2003	2004	2005
China	47,01	51,16	74,71
Portugal	22,89	18,88	17,28
Tailandia	25,19	19,48	15,03
Italia	22,71	18,81	13,63
Bélgica	2,21	10,91	12,82
Alemania	16,86	11,72	10,33
España	4,80	5,80	8,93
Francia	11,02	8,04	7,41
Taiwán	7,79	8,98	6,55
Dinamarca	2,36	2,37	2,67
Resto	39,92	48,07	47,71
Total	202,76	204,22	217,06

Cuota de los principales países proveedores 2005

Fuente: World Trade Atlas



La partida que recoge pequeños accesorios de baño es una de las pocas que han crecido en valor en el año 2005. Las exportaciones las lidera China, con un 34,42%, siendo el primer país proveedor de todos los materiales menos el aluminio, donde Dinamarca obtiene casi el 30% de las importaciones. España destaca en las importaciones de productos de plástico, donde ocupa el cuarto lugar, y es uno de los pocos países que no ha perdido cuota en los últimos años, incluso doblándola, para alcanzar un 7,37% del total en 2005.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

En las importaciones de todos los materiales solamente Bélgica, China y España han aumentado su cuota en el periodo. El aumento en términos de valor de las importaciones españolas en el periodo 2004-2005 ha sido de un 86%.

IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

1. FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA

1.1. Factores económicos

Las condiciones económicas del país en general tienen una gran influencia en el nivel de confianza de los consumidores y por lo tanto en el gasto que realizan en bienes no esenciales, como son los productos de equipamiento para el baño.

En los últimos años la economía del Reino Unido ha crecido mucho más rápidamente que la de los demás países de la zona Euro. Sin embargo en 2004 se inició un estancamiento, afectando especialmente al nivel de confianza de los consumidores. Durante el año 2005 y los primeros meses de 2006 el enfriamiento del consumo y la economía en general ha continuado y se evidencia por ejemplo en las previsiones de crecimiento del gobierno británico, que se han reducido desde un 3-3.5% para 2005 a un 2.5-3% para 2006.

El mercado inmobiliario

Dada la importancia del mercado inmobiliario, los consumidores siempre están buscando maneras de maximizar el valor de sus viviendas. El incremento en los precios de la vivienda ha resultado en un aumento en el número de personas que prefieren mejorar sus viviendas antes que venderlas, y para añadir valor a su propiedad se deciden a invertir en una reforma del cuarto de baño.

Asimismo, el número de transacciones inmobiliarias también afecta a la demanda de equipamiento de baño, ya que la compra de una vivienda es la primera razón por la cual los consumidores reforman su cuarto de baño, con vistas a adecuarlo a sus gustos y preferencias, y en algunos casos incluso instalan cuartos de baño o aseos adicionales.

Es de destacar así que los británicos tienden a cambiarse de casa mucho más frecuentemente que sus vecinos europeos. El censo de 2001 revela que el 11% de la población se mudó en el año 2000. Esto es

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

debido en su mayoría a los movimientos de trabajadores hacia el sur del país, y también a la tendencia de los estudiantes universitarios de ir a la universidad en ciudades distintas a la de la residencia de sus padres.

El mercado inmobiliario está actualmente mostrando signos de estancamiento. Los datos ofrecidos por la Oficina del Primer Ministro en Agosto 2005 evidencian que la inflación anual de la vivienda en el segundo trimestre de 2005 se mantuvo en los niveles más bajos desde hace una década.

En cuanto a la construcción de nueva vivienda, la actividad constructora se ha mantenido fuerte, y las previsiones apuntan a que esta tendencia continuará ya que la población del Reino Unido se incrementará considerablemente en los próximos años. La Oficina del Primer Ministro ha confirmado que existe una necesidad de 70,000 nuevas viviendas por año, y el Gobierno está empezando a establecer objetivos para hacer frente a esta escasez. Según cifras oficiales, la construcción de nueva vivienda se incrementará en un 30% entre 2004 y 2009.

Es de destacar la línea de argumentación de la consultora MSI sobre las circunstancias económicas como factor que afecta a la demanda en este sector. Afirman que el mercado de la reforma del hogar siempre prospera sin ser afectado por las circunstancias económicas del momento, dado que en un entorno económico desfavorable, se beneficia porque no se compran viviendas pero sí que se mejoran las que ya tienen, para principalmente mantener el valor de las propiedades o ampliar el espacio en el que viven. Al mismo tiempo si las circunstancias económicas son favorables y las transacciones inmobiliarias se aceleran, los consumidores procederán a decorar y reformar sus casas tanto antes como después de trasladarse.

Tipos de interés y el consumo

A principios del 2005 se experimentó un cambio claro en el mercado, sobre todo en lo que se refiere a la venta al detalle. Actualmente esta tendencia continúa y el consumo no atraviesa por su mejor momento, especialmente si se compara con los niveles de principios de esta década.

El gasto de los consumidores se mantuvo en niveles altos durante 2004, ayudado por los bajos niveles de interés que favorecieron el endeudamiento y la subida de los precios de la vivienda. Para frenar la inflación, el Banco de Inglaterra subió los tipos de interés cinco veces entre noviembre de 2003 y agosto de 2004 para llegar al 4.75%. En agosto de 2005 los tipos se establecieron en un 4.5%, una bajada de un cuarto de punto. En agosto de 2006 el Banco de Inglaterra subió de nuevo los tipos de interés para establecerlos en el 4.75%.

El deterioro de la venta al detalle ha afectado sobre todo a los bienes duraderos, entre los que se encuentran los grandes gastos en reformas como el cuarto de baño y la compra de muebles. En el caso de los accesorios, durante los últimos cinco años el mercado ha experimentado un fuerte crecimiento, aunque hay indicadores que afirman que el índice de crecimiento se ha ralentizado. Sin embargo el crecimiento se ha mantenido bastante por encima de la inflación, incrementándose en un 5.7% entre 2004 y 2005.

Para el 2006 se prevé que el consumo se mantenga en niveles moderados del año anterior y no se espera que se recupere totalmente hasta el 2008. Sin embargo los últimos datos de la Oficina Nacional de Estadísticas, referidos a los meses de Abril a Junio de 2006 reflejan una recuperación en el consumo de

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

productos para el hogar. Las ventas experimentaron un incremento del 4,6%, la mayor subida registrada en el sector desde Mayo de 2001.

Renta personal disponible

Los niveles de renta personal disponible son también un factor determinante de la demanda. El habitual aumento de los salarios en el Reino Unido por encima de los niveles de inflación, hace que la renta personal disponible de los británicos crezca gradualmente cada año. En el 2005 la tasa media de aumento de los salarios fue del 4.1%.

1.2. Factores sociodemográficos

Los cambios y tendencias demográficas también pueden afectar a la demanda, ya que los cambios en la población determinan la necesidad de vivienda, lo que a su vez tiene un impacto sobre la demanda de productos para el baño. Además, la estructura de la población determina la necesidad de uno u otro tipo de productos, como por ejemplo, a medida que la población envejece aumenta la demanda de productos para asistir a las personas mayores y de cuartos de baños adaptados a sus necesidades. También en este ámbito, los intereses de compra van a variar si el consumidor tiene una vivienda en alquiler o en propiedad.

Crecimiento de la población

Los cambios en la población tienen un claro efecto en las necesidades de productos para el hogar. El grupo de edad más importante para el mercado del equipamiento del baño es el de los 35-54 años, que representan alrededor de la mitad de los compradores. Sus hábitos de compra suelen reflejar su mayor poder adquisitivo por lo que tienden a comprar productos de alta calidad y por lo tanto de mayor precio.

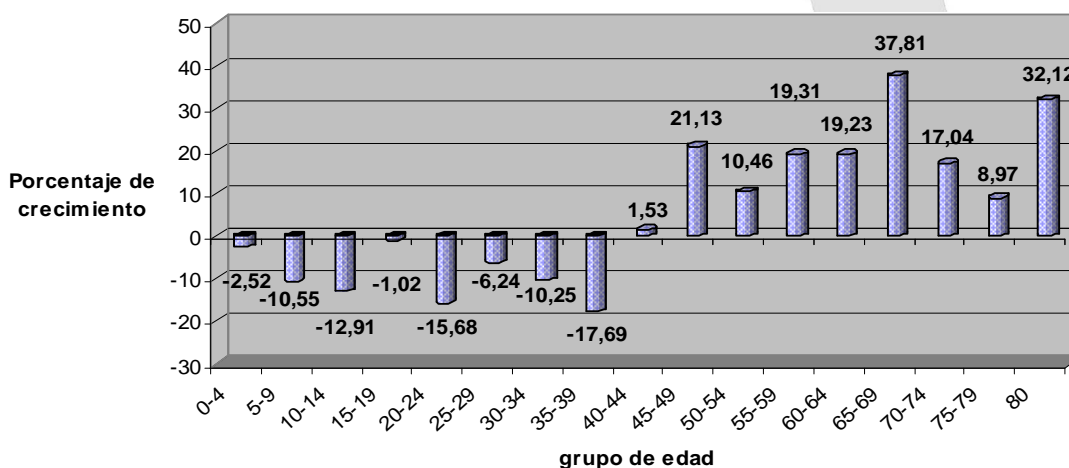
En general, los consumidores incluidos en grupos de edad más jóvenes se decantan por productos de menor precio. La tabla siguiente incluye proyecciones del crecimiento esperado de la población desde el año 2000 al 2015. Se puede observar claramente el envejecimiento que está experimentando la población, ya que los grupos de edades que aumentan son los de los 40 años en adelante.

Se estima que para el 2020 la población mayor de 60 años en el Reino Unido se incremente en un 30%, y para el 2050 en un 56%, lo que supone que para entonces habrá 6.8 millones más de personas mayores de 60 años. Esto supone todo un reto para los fabricantes, ya que la demanda de productos específicamente diseñados para las personas mayores aumentará considerablemente.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN POR EDADES

(% de cambio)



Fuente: National Statistics Office/Euromonitor International

Estructura de las familias y número de hogares

En los últimos años, los cambios en la estructura de las familias han resultado en cambios en el número de hogares y en el número de personas en cada hogar.

Aunque el número de núcleos familiares se ha incrementado en un 32% entre 1971 y 2003 su tamaño medio se ha reducido. La mayor parte de los hogares siguen estando basados en parejas (66% en 2003, frente a 74% en 1961), siendo éstas menos propensas a tener hijos. Los hogares unipersonales han pasado de un 18% del total en 1971 a un 24% en el 2004. También destaca el aumento paulatino de las familias monoparentales (de 3% en 1971 a 6% en 2003). Desde el año 2000 el número de hogares con una, dos o tres personas se ha incrementado, mientras que el número de hogares con más de cuatro ha disminuido. Al mismo tiempo la media de personas por hogar ha disminuido desde 3.1 a 2.4 personas.

Se estima que existen unos 26 millones de hogares en el Reino Unido (2005) y se espera que aumenten en un 4.1% en los próximos años, llegando a los 26.82 millones en el 2010.

La tendencia actual es hacia hogares más pequeños, derivada principalmente del incremento en el número de personas que llegan a la tercera edad, el número de divorcios y los hogares monoparentales, además del alto número de gente joven que abandonan el hogar familiar cada vez a edades más tempranas.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Número de cuartos de baño por hogar

De acuerdo con una investigación realizada por la consultora Mintel, el 59% de los consumidores tienen un cuarto de baño o un aseo, el 29% tienen dos, el 11% tienen tres y un 2% tienen cuatro o más cuartos de baño en su vivienda.

NÚMERO DE CUARTOS DE BAÑO POR HOGAR 2001-2004

(Porcentaje)

Número de baños	2001	2002	2003	2004	% de cambio
1	75.0	75.8	74.7	73.4	-1.6
2	13.9	14.2	15.1	16.6	+2.7
3 o más	3.3	3.5	4.4	4.3	+1.0

Fuente: Mintel, encuesta de TGI a 25000 adultos

En la tabla se puede observar que el número absoluto de cuartos de baño continúa creciendo más rápidamente que la tasa de viviendas. En 2001 el 75% de los hogares contaban con sólo un baño, en 2004 este porcentaje caía a 73.4% y las previsiones apuntan que continuará disminuyendo, aunque lo hará lentamente. Aunque la tendencia actual es hacia la construcción de hogares más pequeños, es interesante resaltar que el número de viviendas con 3 o más baños se ha incrementado de manera destacable, con un índice de crecimiento de más del 30% en el período 2001-2004.

Claramente, el número de baños por vivienda tiene un destacado impacto en el sector del equipamiento para el baño, ya que cuantos más baños hay más necesidades se han de cubrir. Sin embargo, el número no es lo único importante, sino también el tamaño y la clase de baño en cuestión.

El tamaño del hogar es un factor importante para determinar el número de baños por vivienda. Un hogar en el que conviven cinco personas tiene más posibilidades de tener dos o tres baños. Sin embargo los hogares de una persona la proporción de baños por ocupante es mucho más elevada, al menos un baño por cada persona. Aunque es de esperar que el 80% de los hogares con una persona tengan un baño, es de destacar que el 13% de estos hogares tienen más de un baño, lo que evidencia que el cuarto de baño ha dejado atrás su condición de espacio puramente funcional.

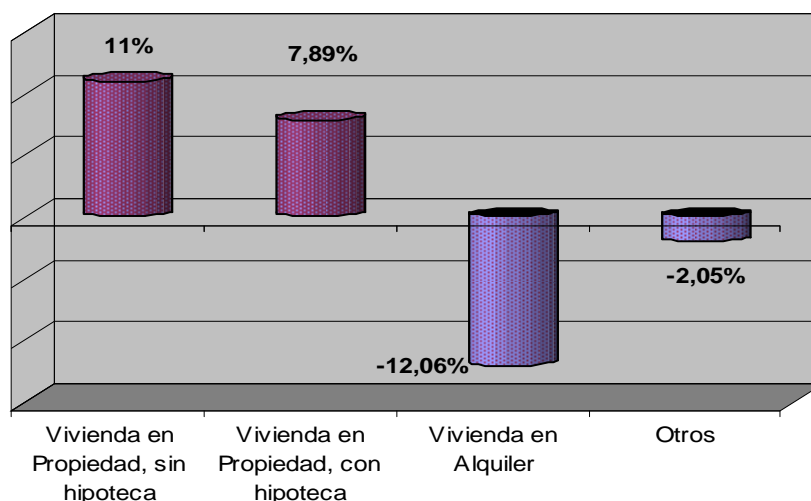
Otro aspecto a considerar es que, a partir de las nuevas directrices provenientes de la Oficina del Primer Ministro (*Office of the Deputy Prime Minister, ODPM*), el tamaño de los cuartos de baño en el Reino Unido seguirá siendo bastante reducido. Las nuevas leyes permiten la construcción de más viviendas en menos espacio, por lo que el tamaño de éstas, incluido el cuarto de baño, tenderá a reducirse. Actualmente el tamaño medio de un cuarto de baño de nueva construcción es de 2 m². Los fabricantes ya están centrando su oferta en productos diseñados especialmente para hacer más eficiente el espacio disponible.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Vivienda en propiedad o alquiler

Otro factor que determina la demanda de equipamiento para el baño es la proporción de viviendas en propiedad, ya que los consumidores que alquilan su vivienda son menos propensos a realizar gastos en productos de este tipo. La tasa de viviendas en propiedad del Reino Unido alcanzó cifras históricas en 2003, con un 73%. Como consecuencia, el número de viviendas en alquiler se ha ido reduciendo paulatinamente, cayendo desde los nueve millones de 1990 a los siete millones en 2003. Durante el periodo 2000-2003 el número de viviendas en alquiler se ha reducido en un 12,06%.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VIVIENDAS EN PROPIEDAD O ALQUILER 2000-2003 (% de cambio)



Fuente: Euromonitor International

1.3. Factores Culturales

En los últimos 10 años, el cuarto de baño se ha posicionado al frente de las aspiraciones de los consumidores, pasando de ser un espacio frío y utilitario de la casa, a un lugar donde se puede disfrutar, siendo una parte importante de la vivienda y muchas veces definiendo el estilo del conjunto.

La abundancia de programas de televisión y de prensa especializada en las reformas del hogar, el bricolaje y el interiorismo, ha resultado en un destacado incremento en la demanda de equipamiento para el baño. Los consumidores se han aficionado mucho más al mundo del diseño, lo que ha ayudado a aumentar las ventas de mueble y accesorios, llegando a los 10.980 millones de libras en 2004, lo que supuso un incremento del 25% entre 1998 y 2004. Además, los medios de comunicación han hecho que muchos consumidores sean conscientes de las posibilidades de mejora de sus viviendas, y cada vez más se deciden a realizarlas por sí mismos. De ahí que el nivel de gasto en productos de bricolaje se haya disparado en los últimos años.

1.4. Factores Legislativos

Los cambios en la legislación también han afectado a la demanda de productos de equipamiento para el baño. Nuevas directrices sobre el uso del agua, efectivas desde el 1 de enero de 2001, hacen que la instalación de nuevos inodoros haya de ser revisada para asegurar que la capacidad de la cisterna se limite a un máximo de 6 litros, para reducir el gasto de agua. Asimismo, la legislación sobre la construcción de vivienda nueva, efectiva desde octubre de 1999, exige que todas las nuevas construcciones tengan al menos un aseo en la planta de entrada a la vivienda.

Esto ha provocado que muchos propietarios de edificaciones antiguas se hayan decidido a reconvertir espacios en la planta baja de sus viviendas en aseos, para evitar así la desventaja a la hora de vender sus viviendas. Desde la aparición de esta legislación la demanda de equipamiento para el baño se ha incrementado considerablemente.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo y compra

Uno de los motivos principales para emprender la compra de equipamiento para el baño es la renovación, bien sea por la modernización del cuarto de baño existente o por la reposición de elementos defectuosos. Si bien la mayoría de las reformas en los baños son resultado de que la casa cambia de manos o de un cambio en la familia (bebé o anciano), más que de que el propietario se aburra o canse del diseño del baño que tienen.

El motivador más destacado a la hora de comprar equipamiento para el baño es la redecoración o renovación del espacio en general. En el subsector del surtido básico, al ser productos que normalmente no se deterioran, el principal motivador de compra es la renovación, ya que en la mayoría de los casos se puede vivir con un diseño de hace 40 años, aunque que la vida media de un baño sea de alrededor de 15.

La compra de este tipo de productos no es impulsiva y la decisión suele ser bastante meditada. El proceso de compra y renovación de un baño suele alargarse así una media de 9 meses, durante los cuales los consumidores tienden a acumular abundante información sobre las diversas posibilidades que ofrece el mercado.

La excepción la marcan los accesorios, que suelen adquirirse cuando se busca dar un nuevo *look* o estilo al cuarto de baño, por lo que existe un mercado potencial para productos de moda que pueden ser cambiados frecuentemente, dependiendo de las tendencias de cada momento.

Una encuesta realizada por Mintel confirma que el 18% de los encuestados buscan un nuevo *look* o estilo a la hora de adquirir accesorios, sobre todo entre los consumidores más jóvenes, de 25-34 años, y la mayoría de ellos son mujeres. El 20% de los encuestados compran accesorios porque han cambiado de casa o están montando su casa por primera vez. Estos consumidores tienden a ser menores de 35

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

años, y también es probable que pertenezcan a un grupo socioeconómico alto. Casi el 30% de los encuestados mantienen que su mayor motivación de compra de accesorios es porque su baño estaba siendo redecorado. La compra de accesorios en este contexto suele ser menos cara con lo que suele ser efectuada por la amplia mayoría de consumidores. El 16% de los encuestados nunca habían comprado o cambiado sus accesorios para el baño, sobre todo los hombres. Estos consumidores es más probable que estén solteros, jubilados y viviendo solos.

En cuanto a los hábitos de compra, hay que diferenciar el surtido básico de los accesorios. En el primer caso el consumidor normalmente recurre a los puntos de venta con la esperanza de encontrar alguien experto en el producto, que les pueda asesorar personalmente, sobre todo en cuestión de sanitarios y muebles a medida, que suelen requerir una instalación profesional. Los catálogos de los fabricantes suele ser lo que más influye en la decisión de compra.

2.2. Tendencias

En los últimos diez años el cuarto de baño se ha colocado al frente de las reformas del hogar más deseadas, pasando a ser un lugar de descanso y disfrute, y aún teniendo en cuenta su lado funcional, se ha convertido en un producto de moda.

Los medios de comunicación, en especial los programas de televisión, han provocado el cambio en las preferencias de los consumidores, que son mucho más conscientes de las tendencias en decoración de interiores. Los programas de televisión ocupan espacio en los horarios de máxima audiencia y agilizan el negocio de las grandes superficies de bricolaje. La evolución de la moda se puede observar en los mismos programas, que comenzaron apostando por la simplicidad en la decoración, para pasar al minimalismo y terminando añadiendo toques de individualismo. Estas tendencias están empezando a declinar ya que se empieza a observar un resurgimiento de los estilos más tradicionales.

En los últimos cinco años el minimalismo ha sido la tendencia principal, aunque muchas fuentes indican que los nuevos diseños se alejan progresivamente del minimalismo extremo para pasar a un estilo algo más confortable. Varios fabricantes británicos de equipamiento para el baño apuntan a incluir diseños más suaves, con figuras geométricas pero con formas más redondeadas y suavizadas. Según la Asociación de Fabricantes Británicos de Baños, el estilo post-minimalista está consolidándose y seguramente será la tendencia a seguir hasta el final de la presente década.

En el caso de los lavabos, por ejemplo, se puede apreciar que los estilos han cambiado, y sobre todo las formas más simples han sustituido a los estilos extravagantes. Algunos fabricantes incluso diseñan piezas individuales, en vez de formar parte de un conjunto de sanitarios, ya que la última tendencia en el sector es la huída de los baños completamente coordinados y hechos a medida. Los fabricantes aprovechan así para ofrecer una gama más extensa de mueble fácil de instalar y de estilo contemporáneo, además de otros productos como espejos e iluminación para adecuarse a los gustos y necesidades individuales.

Es interesante observar que el gusto de los consumidores cambia mucho más rápidamente de lo que cambiaba en las décadas de los ochenta y noventa, por lo que los diseños demasiado innovadores pueden tener éxito durante un periodo relativamente corto. Sin embargo, la naturaleza ecléctica del gusto del consumidor moderno, que tiene un cierto deseo de individualizarse, implica que la mayoría de los diseños pueden tener éxito en algún nicho de mercado, sobre todo en el segmento medio-alto.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

El uso del mueble de baño para almacenaje ha crecido también en los últimos años dada la creciente cantidad de productos de cosmética y limpieza que se consumen actualmente, por lo que los consumidores necesitan un espacio para almacenarlos de manera ordenada. Las tendencias en el diseño del baño reflejan el hecho de que los baños, en especial los renovados o añadidos, son generalmente el cuarto más pequeño de la casa, por lo que el desarrollo de productos actualmente se centra en el minimalismo y en artículos especialmente diseñados para ahorrar espacio.

En cuanto a las tendencias de color, a principio de los años noventa, la mitad de los baños vendidos en el Reino Unido tenían un elemento de color, y la otra mitad eran blancos. En el siglo XXI el color ya ha sido relegado a los accesorios, siendo la simplicidad de los estilos contemporáneos lo que ahora se impone, aunque también se busque la originalidad en los toques finales. Muchos de los diseños enfatizan los materiales como el cristal, la cerámica, la madera o los acabados en metal cromado, siendo este último el material más vendido. La madera es también muy popular y se encuentra habitualmente en los paneles de las bañeras, los asientos y tapas del inodoro y los armarios.

VENTAS DE ACCESORIOS DE BAÑO POR TIPO DE MATERIAL 2000-2005

(Millones de libras)

Tipo de material	2000	%	2002	%	2005	% de cambio
Metal	29	37.2	35	38.0	53	40.8
Madera	24	30.8	28	30.4	36	27.7
Cerámica	17	21.8	20	21.8	30	23.1
Plástico	8	10.3	9	9.8	11	8.5
Total	78	100.0	92	100.0	130	100.0

Fuente: Mintel

Todos los materiales han experimentado un crecimiento en los últimos años, reflejando la diversidad de gustos de los consumidores y la amplia oferta en el mercado. El metal se mantiene en primer lugar con una cuota del 41%, en especial el acabado en cromo es el más popular y ha incrementado sus ventas en términos de valor de manera destacada, ayudado por el uso de este material en los armarios y estanterías. La mayoría de estos materiales son importados y la madera en especial es normalmente importada del sudeste asiático. La mayoría de los productos de cerámica son importados desde la Unión Europea o producidos localmente.

Los productos cerámicos han crecido más lentamente. En general son normalmente blancos, ya que esto permite coordinarlos con los sanitarios y utilizar el color en otros accesorios. El plástico es el material que más cuota de mercado ha perdido, con un 8.5% en 2005, ya que es percibido como barato y de menor calidad, por lo que tiene aceptación entre los consumidores con un presupuesto ajustado o los que están menos preocupados por la moda y más con la función del producto.

V • PRECIOS Y SU FORMACIÓN

El sector del equipamiento de baño en el Reino Unido es muy sensible a los precios, particularmente en el sector de los sanitarios, donde los grandes almacenes de bricolaje tienen estrategias de precio muy agresivas. Es por ello que el incremento de los precios de las materias primas en los últimos años ha afectado a mercados como el de la grifería, en el que los fabricantes se han visto muy limitados a la hora de pasar estos aumentos de precio al consumidor final, dados los bajos niveles de inflación en el mercado detallista. Por ello la tendencia más generalizada ha sido el aumento de las importaciones de países con costes de producción más bajos.

En este sentido, fuentes del sector apuntan a que existen oportunidades de ventas en el sector de los accesorios. Productos como estanterías, espejos, armarios, jaboneras, portarrollos, vasos, portacepillos, toalleros, dosificadores de jabón, etc. ofrecen muchas posibilidades de expansión y en general posibilitan la obtención de márgenes más elevados comparados con los demás productos de equipamiento para el baño.

Hay que tener en cuenta también que los accesorios cuentan con la ventaja de que no conllevan un coste adicional para el consumidor, a diferencia de lo que ocurre con los productos del surtido básico, en los que su adquisición suele suponer un gasto adicional, ya que se hace necesario recurrir a un instalador especializado y abonar el coste de la mano de obra. Este hecho repercute claramente en los precios de venta de los productos del surtido básico, que tienden a la baja para compensar el coste adicional.

VI. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

La mayoría de las ventas del sector del equipamiento para el baño se destinan al mercado privado de la reposición y reformas del hogar. La importancia de este mercado ha permanecido más o menos constante durante los últimos años, comprendiendo un 64% de las ventas totales en el año 2005.

Durante el primer trimestre de 2005, los niveles de construcción de vivienda nueva disminuyeron ligeramente, por lo que este sector supuso alrededor del 13% de la demanda total de productos para el baño.

La demanda en el sector *contract* se incrementó en un 6% en 2005, aunque la cuota se mantuvo constante entre 2003 y 2004, suponiendo un 23% del total.

A continuación se ofrecen detalles del sector del equipamiento para el baño dependiendo de su destino final, datos relevantes para conocer los volúmenes que mueve cada canal de distribución.

EL SECTOR DEL EQUIPAMIENTO PARA EL BAÑO POR SECTOR 2003-2005

(Millones de libras)

Sector	2003	%	2004	%	2005	%
Doméstico – Reposición	1 087	63%	1 280	63%	1 381	64%
Doméstico – Nueva Instalación	241	14%	285	14%	280	13%
<i>Contract</i>	397	23%	467	23%	496	23%
Total	1 725	100%	2 032	100%	2 157	100%

Fuente: MBD y estimaciones del sector

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

1.1 Canales de distribución

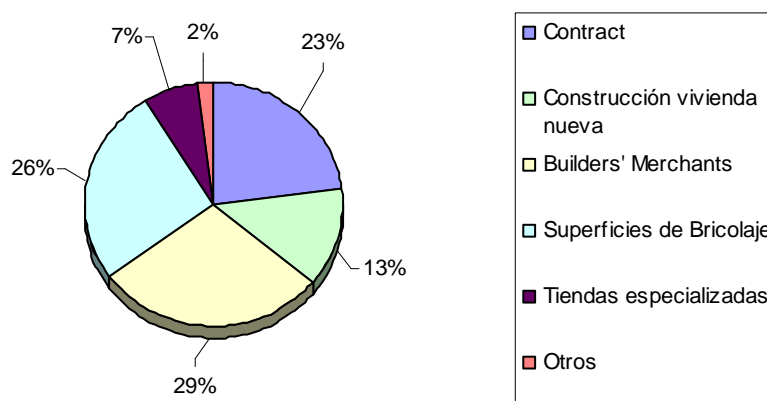
La distribución detallista supone la mayor parte de la distribución en este sector, gracias al creciente interés demostrado por los consumidores británicos en los artículos de equipamiento para el baño.

En el siguiente gráfico se pueden distinguir los diferentes puntos de venta y su importancia relativa en este mercado. El canal *contract* y el sector de la construcción de vivienda nueva representan el 23 y 13% respectivamente. La distribución en estos dos sectores tiene elementos en común con la distribución detallista, fundamentalmente, los *builders' merchants* y los distribuidores.

Los *builders' merchants* así, dominan la distribución seguidos de cerca por las grandes superficies de bricolaje.

LA DISTRIBUCIÓN DE EQUIPAMIENTO PARA EL BAÑO 2005

(Porcentaje del total)



Fuente: Mintel

La distribución del equipamiento para el baño en general se puede realizar tanto a través del canal largo, utilizando un distribuidor, o acortando el canal, negociando directamente con los detallistas del sector, aunque esto suele ser más complicado, sobre todo cuando se intenta introducir los productos en este mercado por primera vez.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Canal Largo: Distribuidores y Agentes

Los distribuidores juegan un papel importante y son de gran influencia en la industria, ya que además de actuar como intermediario entre el fabricante y los detallistas, gestionan eficientemente el almacenaje y la entrega de pedidos. El sector detallista del equipamiento para el baño está muy fragmentado en cuanto a la distribución se refiere, por lo que la figura del distribuidor suele ser clave para introducirse en este mercado.

Los distribuidores suelen combinar el negocio de equipamiento para el baño con el del mueble de cocina, aunque los productos de baño son los que obtienen la mayor cuota en su negocio, con un 38% aproximadamente. Entre los productos de baño, las bañeras y sanitarios suponen el 48%, seguidos de los accesorios y la grifería.

Los distribuidores de cocina y baño tienen dos grupos principales de clientes, las tiendas especializadas en cocinas y baños, que representan un 46% de sus ventas, y los *builders' merchants*¹, con un 33%. Otros clientes son las grandes superficies de bricolaje, los grandes almacenes, las tiendas independientes y los constructores.

Los distribuidores buscan cada vez más diferenciarse en lo que a gama de productos se refiere, por lo que algunas de las compañías más grandes, como por ejemplo *PJH/Hopkinsons*, han decidido establecer su propia marca. Al mismo tiempo, los distribuidores buscan abastecerse de fabricantes extranjeros, para ofrecer a sus clientes una gama de productos más amplia y exclusiva. También están aumentando sus niveles de servicio al cliente, para tratar de contrarrestar el crecimiento de las grandes superficies de bricolaje en este sector y proporcionar un valor añadido a su negocio.

El sector de los distribuidores está bastante fragmentado, ya que los proveedores locales pueden ofrecer una ventaja competitiva acumulando la lealtad de sus clientes a través de un servicio rápido y eficaz. Sin embargo, existen distribuidores fuertes a nivel nacional y regional que han expandido su negocio mediante adquisiciones de pequeñas compañías locales. Actualmente los distribuidores nacionales controlan el 59% del mercado, siendo los principales actores en este sector *PJH*, *Mark Two*, *Ideal Bathrooms*, *Broughton Crangrove* y *AHED*. Otros importantes a nivel nacional son *Arrow*, *Maurice Lay* y *Galley Matrix*. Los distribuidores regionales más grandes suponen el 32% del mercado, mientras que los locales se estima que su cuota ha disminuido un 9%.

El papel de los distribuidores está empezando a sufrir las consecuencias de la alta competitividad en este sector, ya que los fabricantes suelen ahora vender a las tiendas especializadas directamente, de manera notable en el segmento alto del mercado, lo que ha resultado en que algunos distribuidores hayan perdido cuota de mercado en los últimos años. Igualmente, la fuerza adquirida por las cadenas de bricolaje y los *builders' merchants*, debido a las fusiones y adquisiciones en los años recientes, puede representar una amenaza a largo plazo al rol de proveedores desempeñado por algunos distribuidores de cuartos de baño.

En el segmento medio-alto y alto del mueble de baño también se puede recurrir a los agentes. Uno de los principales problemas que se plantean a la hora de localizar un agente para el Reino Unido es que no existe un registro o colegio de agentes, por lo que se ha de recurrir a publicar anuncios en las revistas

¹ Los *builders' merchants* son mayoristas de productos de baño y fontanería, que generalmente tienen como clientes a los profesionales del sector de la construcción y las reformas del hogar.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

del sector o a través de contactos realizados durante las ferias. Su cartera de clientes suele incluir tiendas independientes especializadas y normalmente trabajan bajo una comisión de alrededor del 10%.

Builders' Merchants

El primer canal de distribución de equipamiento para el baño para el sector doméstico es el de los *builders' merchants* o mayoristas de productos para el baño y fontanería. A través de ellos se realizan la mayoría de las ventas, sobre todo en lo que se refiere a productos que requieren una instalación profesional.

La principal diferencia entre este canal y el resto de canales de distribución reside en su papel de intermediario entre los distribuidores o fabricantes y los minoristas o instaladores, por lo que no suele vender directamente al consumidor, aunque esto está empezando a cambiar ya que muchos entusiastas del bricolaje están empezando a utilizar este medio. Tradicionalmente los *builders' merchants* han asumido la función de la distribución de materiales de construcción y aunque este sigue siendo su principal objetivo, en los últimos años la industria ha experimentado cambios que les han obligado a variar su estrategia.

Los principales detonantes de este cambio han sido la expansión de las grandes superficies de bricolaje en su público tradicional y el aumento de consumidores entusiastas del bricolaje. Ahora atraen también al consumidor final mediante una publicidad a nivel local bastante agresiva y mediante la ampliación de su gama de productos, que presentan en espacios propios de exposición (*showrooms*), más amplios y de mayor accesibilidad para los no expertos en el sector.

En el sector de la construcción de vivienda nueva, los *builders' merchants* son el canal de distribución más importante, aunque las grandes empresas constructoras también suelen negociar y abastecerse directamente de los fabricantes. El propio constructor, arquitecto o albañil es el que ejerce el papel de especificador, seleccionando los productos y el canal de abastecimiento. Además, actualmente las empresas constructoras utilizan el baño como parte de su estrategia de marketing, por lo que el consumidor es quien elige la configuración del cuarto de baño en el momento de la compraventa de la vivienda. Esto resulta en que la ventaja de realizar pedidos a gran escala se ve reducida, por lo que los pedidos se escalonan en el tiempo y varían de unos a otros.

En el caso de construcciones comerciales (hoteles, restaurantes, oficinas etc.), también denominado sector *contract*, el arquitecto o diseñador será el que dicte los requerimientos del baño y seleccione los productos. En estos casos sin embargo, el constructor suele ser el que tenga la última palabra en cuanto al lugar de compra se refiere, que será normalmente un *builders' merchant*. Este sector representa aproximadamente el 23% de la demanda total de equipamiento para el baño y se canaliza también a través de los *builders' merchants*.

El sector más destacado en el mercado *contract* es el de los hoteles, donde se han realizado inversiones significativas en los últimos años, aunque actualmente tiene que responder a retos importantes ante la reducción del turismo que provocaron acontecimientos tales como los atentados de septiembre de 2001 o de Julio de 2005. El sector también ha sufrido las consecuencias del brote de fiebre aftosa en el Reino Unido. Todo ello se une a unas condiciones económicas inciertas en las que las grandes empresas han limitado su uso de estas instalaciones. De esta forma, es posible que la mayoría de proyectos de renovación y construcción en el sector se paralicen o retrasen.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

En contraposición, el sector de los edificios de oficinas se mantiene boyante, así como el del comercio minorista y los edificios del sector público. También hay que destacar el sector de las residencias de ancianos, donde se prevé un crecimiento destacado en los próximos años, ya que a medida que la población envejece se necesita equipar las instalaciones adecuadamente, para atender los requerimientos específicos de este segmento.

La distribución a través de los *builders' merchants* está bastante concentrada y existen compañías tanto a nivel nacional como regional o local. La tendencia actual es a una mayor concentración en el sector, con las compañías más grandes absorbiendo a las más pequeñas para continuar creciendo. Esto es fácil de apreciar si se observa el decreciente número de miembros de la Federación de Builders' Merchants.

Los de tamaño mediano o pequeño son los que tienden a comprar a los distribuidores de cocina y baño, aunque actualmente el sector está siendo afectado por el crecimiento de las compañías más grandes, por lo que alguno de los pequeños compran directamente a los fabricantes usando grupos de compra para obtener mejores términos.

Los *builders' merchants* que permanecen más activos en la industria del Reino Unido incluyen *Waterline, Broughton Crangrove, Mark Two* y *Hopkinson Fourways*. Es de destacar que el 62% de las ventas de bañeras y sanitarios en el mercado son realizadas por los *builders' merchants*.

El sector donde los *builders' merchants* no son dominantes es el de accesorios de baño, que son en general fácilmente instalados por el propio consumidor. Estos productos son vendidos directamente al consumidor final a través de la venta al detalle, que incluye tanto las grandes superficies de bricolaje, como los grandes almacenes, tiendas especializadas y la venta por catálogo o Internet.

VENTAS DE ACCESORIOS DE BAÑO POR PUNTO DE VENTA 2000-2005

(Millones de libras)

	2000	%	2002	%	2005	%	% de cambio
Superficies de Bricolaje	28	35.9	33	35.9	45	34.6	+60.7
Grandes Almacenes	26	33.4	31	33.7	44	33.8	+69.5
Venta por catálogo	15	19.3	17	18.5	25	19.2	+66.9
Tiendas independientes especializadas	8	10.3	10	10.9	15	11.5	+75.0
<i>Builders' Merchants</i>	1	1.3	1	1.1	1	0.8	-
Total	78	100.0	92	100.0	130	100.0	+66.7

Fuente: Mintel

En los últimos años la distribución de accesorios no ha variado demasiado y casi todos los canales de distribución han experimentado un crecimiento en las ventas. Es de destacar el ligero reposicionamiento de los grandes almacenes y las tiendas especializadas, que han absorbido parte de la cuota de mercado de las grandes superficies de bricolaje. Los *builders' merchants* también han sufrido un descenso en su cuota de mercado.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Grandes superficies de bricolaje (DIY)

Mintel estima que más de un tercio de todas las ventas de accesorios de baño son realizadas a través de las grandes superficies de bricolaje o *DIYs (Do It Yourself)*. Los consumidores están muy familiarizados con estas superficies y continúan siendo atraídos por la amplia gama de productos que ofrecen. Otra de las razones de su éxito es su política de precios y promoción y su accesibilidad, sobre todo en términos de horarios. Además cuentan con una mayor frecuencia de visita que otros canales.

La mayoría de los productos que distribuyen suelen ser de marca blanca y los diseños de los productos son generalmente limitados y a veces simplistas, aunque actualmente ya están empezando a incorporar productos de marca.

Lo más destacado en los últimos años es la expansión de estas superficies en el mercado tradicional de los *builders' merchants*, penetrando exitosamente el sector de los pequeños constructores y albañiles, que tiene una importancia clave en las reformas y renovaciones de los baños en las viviendas particulares, utilizando en ocasiones reclamos en forma de tarjetas de fidelización que ofrecen descuentos para el profesional. A su vez, muchos consumidores se deciden ahora a realizar personalmente las reformas en sus viviendas, y en vez de acudir a un profesional, optan por las superficies de bricolaje para abastecerse.

De esta manera la condición de los clientes de este tipo de superficies es muy variada: desde constructores hasta clientes que sólo desean renovar el baño, pasando por quien busca repuesto a un elemento defectuoso. Todos encuentran en las superficies de bricolaje un surtido variado, con un diseño y unos precios que compiten directamente con el comercio especializado.

El punto débil de este canal en este sentido es la falta de personal especializado, ya que no suelen contar con una fuerza de ventas formada y con capacidad de atender las necesidades de cada cliente.

A pesar del crecimiento que han experimentado en los últimos años, los datos sugieren que en el 2005 se inició un estancamiento en las ventas en este tipo de superficies, probablemente debido al enfriamiento en el consumo en general.

El mercado británico en este sector es el más concentrado de Europa con tres compañías absorbiendo el 90% de las ventas, *B&Q*, *Homebase* y *Wickes*. *B&Q* es la superficie de bricolaje más grande de Europa y la tercera más grande del mundo. En Mayo de 2005 la compañía tenía un total de 338 tiendas. *Homebase* tiene alrededor de 285 tiendas en el Reino Unido, donde unos 1.5 millones de clientes pueden elegir entre 40.000 productos. Sus ventas en 2005 llegaron a los 1.58 millones de libras. *Wickes* tiene 170 tiendas en todo el país. La compañía ha informado de una bajada en las ventas en 2005, y las cifras confirman que ha habido un 4,2% de disminución en las ventas de la mayoría de productos respecto al año anterior.

Grandes almacenes

Se trata de grandes distribuidores al por menor orientados hacia el cliente que busca mayor calidad. Ofrecen una amplia gama de productos de marca y son muy conocidos por sus servicios adicionales. Han aumentado su cuota en este mercado a expensas de las de las grandes superficies de bricolaje,

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

sobre todo debido al auge de los productos de marca en el sector, donde los consumidores buscan una mayor calidad y un estilo más moderno.

Los grandes almacenes del Reino Unido tienen a *John Lewis* como líder en este mercado, ya que cuenta con una excelente reputación entre los consumidores británicos y ofrece muchas líneas de baño, incluyendo las gamas de las marcas *Vogue*, *Lincoln*, *Miller Metro* y *Zack* (metal), *Furo* y *Vermont* (madera), *Louie* y *Lola* (cerámica) y *Chill* (cristal y metal). *John Lewis* siempre consigue mantener buenos resultados en ventas, con las del año 2005 llegando a los 2.400 millones de libras, un incremento del 1% respecto al año anterior.

Otros grandes almacenes destacables en este sector son *Debenhams*, *House of Fraser* y *Marks & Spencer*.

Tiendas independientes especializadas

El tercer canal de distribución destacado es el del comercio minorista especialista en equipamiento para el baño. Este es un sector muy fragmentado y al mismo tiempo es el canal más importante para las marcas líderes en el mercado de sanitarios y mueble de baño. La mayoría de su negocio se centra en las reformas del hogar y suelen ofrecer un paquete de servicios muy amplio, que normalmente incluye el asesoramiento, transporte e instalación de los productos adquiridos. El éxito de este tipo de comercio radica en que el cliente no sólo encuentra el mueble que busca para su baño, sino que normalmente puede adquirir toda la gama de productos, incluidos los accesorios. La calidad de los productos suele ser alta, así como la de los precios que ofrecen, por lo que los consumidores suelen requerir un servicio de calidad, que es lo que les proporciona la diferenciación respecto de las grandes superficies de bricolaje.

Los especialistas están cada vez más vendiéndose como especialistas en diseño del baño y ofreciendo un servicio completo para los clientes que buscan renovar su cuarto de baño. Han sido capaces de recuperar la cuota de mercado que habían perdido antes del año 2000 y ahora se estima que ocupan el 11% del mercado, habiendo doblado su facturación en los últimos cinco años.

Las ventas de los especialistas se han beneficiado de las tendencias de reposición y renovación de las viviendas en general, sobre todo de la tendencia a buscar productos de mayor calidad y altos niveles de servicios adicionales. Por otro lado los especialistas dedicados al segmento bajo-medio del mercado experimentan dificultades ya que les es difícil competir con las superficies de bricolaje.

También existen algunas cadenas de especialistas en equipamiento para el baño con tiendas de gran superficie que suelen estar situadas en las afueras de las ciudades y que ofrecen precios más competitivos. *Bathstore.com* es un buen ejemplo de este tipo de empresas. Tienen alrededor de 70 tiendas en el país, y tiene previstas abrir otras 50 para el 2006. Están bien encaminados para ocupar una posición destacada en este mercado.

Este canal suele ofrecer la mayor posibilidad de margen a los fabricantes, ya que el énfasis se pone en la marca y la variedad de gama en lugar de en el precio. Muchos de los importadores, especialmente los que se dedican al segmento medio-alto del mercado, emplean este canal para establecerse.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Venta por catálogo/correo

Otro canal de distribución importante en el sector del accesorio de baño, es el de la venta por correo o catálogo. Tiendas como *Argos*, *Littlewoods*, *Kays* o *Next directory* tienen una importancia relativa aunque compiten en precio y su gama no suele ser muy amplia. Su éxito ha sido creciente, sobre todo porque el concepto del baño ofrecido en los catálogos de este tipo de comercio ha ido evolucionando hacia un modelo más moderno, además de ofrecer un servicio cómodo y de calidad, donde el cliente recibe el pedido en su casa en menos de 48 horas y tiene derecho a devolución. Existen además compañías que centran su oferta en productos de mayor calidad y más orientados al diseño, principalmente en mueble de baño y accesorios, como por ejemplo *The White Company*.

De todas formas, recientes estudios demuestran que la venta por catálogo de productos para el hogar está decreciendo a favor de la venta por Internet. Según la consultora Mintel, en 2004 la cuota de la venta por catálogo cayó desde un 53% a un 25%, mientras que las ventas por Internet crecieron desde un 9% a un 32%.

Venta online

El comercio electrónico también se está desarrollando favorablemente en este sector, principalmente en el subsector de los accesorios, porque en el resto las oportunidades que ofrece el medio no están siendo de momento del todo aprovechadas por los fabricantes, y se limita a la presentación de productos más que a su venta directa.

Como en otros sectores del mercado, las ventas online están siendo cada vez más importantes, aunque el ritmo de crecimiento es lento por el momento. Datos del gobierno revelan que en enero de 2005 el número total de conexiones ADSL sobrepasó los 6 millones, el 38% de todas las conexiones de Internet, dato importante a la hora de poder descargar información sobre productos como por ejemplo catálogos con imágenes.

Comercio de artículos para llevar

Se incluye en este apartado las superficies dedicadas a la distribución de artículos para el hogar sin servicio de distribución a domicilio, siendo *Ikea* el ejemplo más claro. Comercializan equipamiento para el baño, en su mayor parte accesorios, aunque también mueble de baño. Este canal se enfoca principalmente a clientes que prefieren renovar su hogar por sí mismos, y su público objetivo se centra en el grupo de clientes entre 20 y 40 años.

Almacenes de descuento y supermercados

En lo que se refiere a la venta de accesorios de baño es necesario mencionar los almacenes de descuento y los supermercados. Los primeros son tiendas de descuento situadas tanto en las calles principales como en naves fuera de las ciudades, que ofrecen una amplia gama de productos para el hogar a precios

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

muy competitivos. Ejemplos de este tipo de tiendas son *TK Max*, *Matalan* y *Primark*. En el caso de los supermercados, la tendencia actual es que los supermercados como *Tesco* o *Asda* se están adentrando en el sector del mueble y la decoración del hogar, bien creando tiendas exclusivamente dedicadas a este sector, o bien dedicando una parte de sus supermercados a la venta de este tipo de producto.

Tanto los almacenes de descuento como los supermercados tienden a concentrarse en el precio de sus productos antes que la calidad, y generalmente ofrecen solamente marca blanca. Aunque de momento no son grandes actores en este sector, se espera que jueguen un papel importante y que influyan en la cuota de mercado de las grandes superficies de bricolaje.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

2.1.1 Importancia de la Marca

Los hábitos de compra de los productos de equipamiento para el baño evidencian que los consumidores realizan compras bastante infrecuentemente, por ello es importante que los fabricantes se esfuercen en crear una fuerte imagen de marca.

Existe bastante espacio en este mercado para la entrada de nuevas empresas y nuevos productos. El I+D es bastante elevado, especialmente en el segmento alto del mercado. Las barreras de entrada son bajas, y actualmente hay un desconocimiento de las marcas por parte de los consumidores, que toman generalmente las decisiones de compra basándose en el estilo, la funcionalidad y el precio.

Es importante potenciar las estrategias de marketing en este mercado, ya que la preferencia hacia los productos de marca está aumentando, y aunque la marca blanca es la dominante en el mercado actualmente, este hecho está cambiando poco a poco, lo que se confirma en el aumento en la cuota de mercado de los grandes almacenes y en el hecho de que las grandes superficies de bricolaje empiecen a incorporar productos de marca en su oferta. El aumento de popularidad de las revistas de interiorismo también ha hecho que muchos consumidores otorguen un gran valor a la marca. Para aprovechar esto las empresas que quieran aumentar su cuota de mercado, deberían de incrementar su promoción *above the line*, ya que la mayoría de la promoción se suele basar en el punto de venta.

A continuación se ofrecen datos de las ventas de accesorios para el baño, según el tipo de fabricante.

VENTAS DE ACCESORIOS DE BAÑO POR TIPO DE FABRICANTE 2000-2005

(Millones de libras)

	2000	%	2002	%	2005	%	% de cambio
Marca blanca (<i>B&Q, M&S</i>)	38	48.7	45	48.9	62	47.7	+63.2
Marca especialistas en baño (<i>Armitage Shanks</i>)	15	19.2	17	18.5	26	20.0	+73.3
Marca Especialistas en Accesorios de baño (<i>Roper Rhodes, Longmead</i>)	25	32.1	30	32.6	42	32.3	+68.0

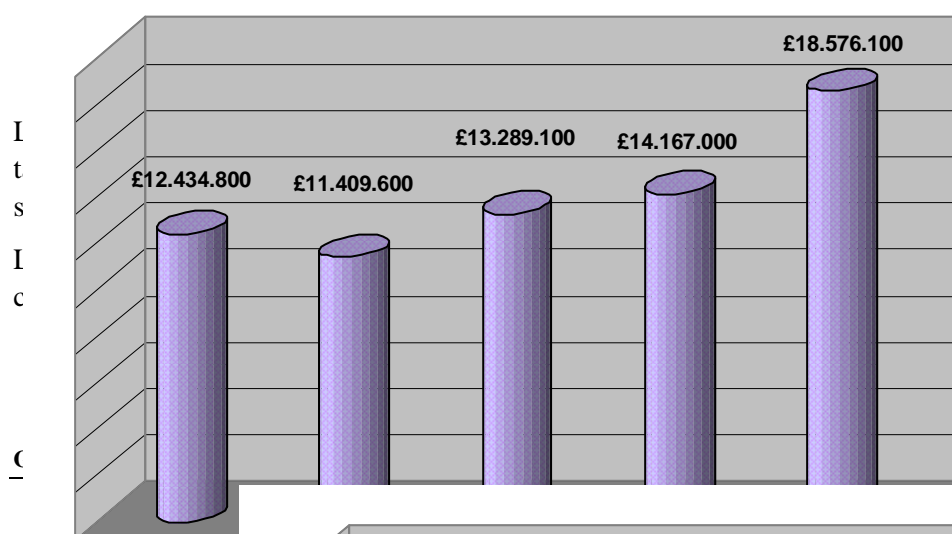
Fuente: *Mintel*

Los productos de marca blanca continúan dominando, pero en los dos últimos años su cuota ha ido disminuyendo en favor de los especialistas en baño y en accesorios. Uno de los factores que influyen en el mercado de marca blanca es que los fabricantes están dándose cuenta de que el sector no está comportándose adecuadamente en términos de desarrollo de nuevos productos. En este sentido es posible que las otras categorías puedan generar un desarrollo o crecimiento más rápido.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

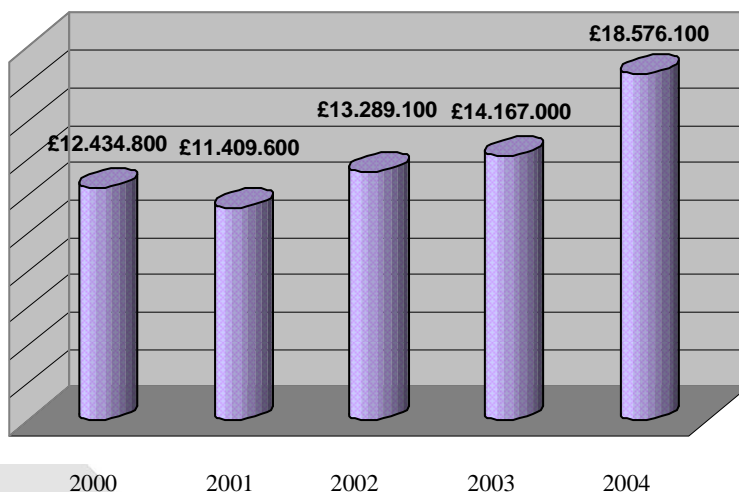
Al ser la promoción en el punto de venta el canal de promoción más importante, es importante que fabricantes mantengan una relación estrecha con los distribuidores para maximizar las ventas. Se ha de intentar ampliar los conocimientos de los clientes sobre los productos a través de visitas personales o catálogos bien diseñados. Que ofrezca al cliente una información atractiva y de calidad.

Internet es otro factor a considerar, no solo como canal de ventas sino como vehículo promocional, sobre todo en este mercado, donde la promoción está confinada al punto de venta y a limitadas apariciones en los medios de comunicación. Aunque la venta online todavía no ha alcanzado niveles importantes, los fabricantes pueden aprovechar este medio para mostrar sus productos de la manera más atractiva posible e incrementar así la lealtad de sus clientes.



ño, aunque incluyen
io tiene un impacto

e baño los ofrece la



Fuente: Nielsen Media Research/Mintel

Aunque en el 2001 se experimentó una caída después de los acontecimientos de septiembre, la actividad publicitaria ha crecido un 49% desde el año 2000. Esto ofrece resultados positivos sobre el nivel de actividad dentro del mercado del baño en general. La mayoría del gasto se realiza para una gama de productos en general.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

El presupuesto que se dedica a esta promoción, depende de cada empresa, pero la mayoría cada vez dedican más recursos. *Ideal Standard* es la compañía que más presupuesto dedica a la promoción de sus productos.

2.2 LEGISLACION APLICABLE

En cuanto a la legislación aplicable en el Reino Unido, existen dos normas de calidad aplicables a los muebles en cuya fabricación se incluye vidrio, cuyo fin es garantizar su seguridad. Aunque no tienen rango de ley, en la práctica se exige su cumplimiento debido a la obligación legal que tienen las empresas de suministrar a los consumidores productos seguros para el consumo. Las normas aplicables son:

- **British Standard BS 7449:1991** *Specification for Inclusion of glass in the construction of furniture, other than tables or trolleys, including cabinets, shelving systems and wall hung or free standing mirrors.* Aplicable a los muebles tipo armarios, estanterías o vitrinas en cuya fabricación se utilice vidrio plano de superficie superior a 0,06 m².
- **British Standard BS 7376:1990** *Specification for Inclusion of glass in the construction of tables or trolleys.* Esta normativa es de aplicación para las mesas o carritos en cuya fabricación se utilice vidrio plano de superficie superior a 0,02 m².

En el caso de las instalaciones eléctricas en el cuarto de baño, la legislación británica aplicable se encuentra contenida en la norma **BS 7671:2001** *Requirements for Electrical Installations (IEE Wiring Regulations)*, en la sección 601.

Esta normativa establece el tipo de instalaciones eléctricas permitidas en las habitaciones con baños o duchas. La normativa distingue entre distintas zonas dentro del cuarto de baño según su cercanía al baño o ducha propiamente dicho, y en cada zona establece qué tipo de instalación eléctrica es permitida. En todas las zonas hay un elemento común: está prohibida la instalación de enchufes, con dos excepciones: los enchufes para máquinas de afeitar, que han de cumplir la regulación BS 3535 y los enchufes SELV de voltaje inferior a 12 voltios. En las zonas 1, 2 y 3 se pueden instalar interruptores accionados mediante un cordón, de acuerdo con la normativa BS 3676.

El detalle de las peculiaridades de cada zona es el siguiente:

- Zona 0. Corresponde al interior del baño o ducha. Sólo se permiten instalaciones eléctricas con un índice de protección IPX7.
- Zonas 1 y 2. Corresponde a la zona que rodea al baño o ducha. En el plano vertical la zona 1 y comprende hasta una altura de 2.25 m. por encima del baño o ducha. La zona 2 comprende verticalmente los 0.60 m. inmediatamente siguientes. Horizontalmente ambas zonas abarcan los 0.6 m adyacentes al baño o ducha. En estas zonas se exige un índice de protección IPX4.

En la zona 1, todo aparato fijo que utiliza electricidad habrá de tener protección SELV o tener sus circuitos protegidos con material aislante.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

En la zona 2 se permiten las luminarias, extractores eléctricos y otros aparatos fijos que utilizan electricidad, sin más restricciones que el que sean adecuados para su uso en el habitáculo o siempre que sus circuitos estén protegidos con material aislante o que tengan protección SELV.

- Zona 3. Horizontalmente comprende los 2.4 m siguientes a las zonas 1 y 2, y verticalmente hasta una altura de 2.5 m por encima de esta área. Se pueden instalar luminarias, extractores eléctricos y otros aparatos fijos que utilizan electricidad, sin más restricciones que el que sean adecuados para su uso en el habitáculo o siempre que sus circuitos estén protegidos con material aislante o que tengan protección SELV.

VII. ANEXOS

1. EMPRESAS

1.1 Fabricantes

American Standard

Ideal Standard (UK) Ltd
The Bathroom Works
National Avenue
Kingston Upon Hull HU5 4HS
Tel: +44 (0)1482 346461
Fax: +44 (0)1482 445886
www.ideal-standard.co.uk

Armitage Shanks
Armitage
Rugeley
Staffordshire WS15 4BT
Tel: +44 (0)1543 490253
Fax: +44 (0)1543 491677
www.armitage-shanks.co.uk

Controlada por un grupo estadounidense, es propietaria de dos de las marcas más significativas en el sector del baño británico, *Armitage Shanks* e *Ideal Standard*. *Armitage Shanks* es el fabricante y detallista líder de equipamiento para el baño en cerámica, metal, plástico y madera. Ambas empresas tienen una página web donde los clientes pueden acceder a información detallada sobre sus productos. También son propietarios de *Sottini*, que ofrece surtido básico, además de accesorios, con dos gamas de estilo tradicional y tres de estilo contemporáneo.

Twyford Bathrooms

Lawton Road
Alsager
Stoke on Trent ST7 2DF
Tel: +44 (0) 1270 871318
Fax: +44 (0) 1270 871681
www.twyfordbathrooms.com

Fabricante de productos para el baño que ofrece bajo diversas marcas. Son proveedores tanto del sector doméstico como del *contract*. Su oferta de productos se enfoca ahora hacia su uso en espacios reducidos.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Croydex Ltd

Walworth Industrial Estate
Andover
Hampshire SP10 5AW
Tel: +44 (0) 1264 367224
Fax: +44 (0) 1264 367223
www.croydex.co.uk

Empresa líder de accesorios para el baño. Proveen a detallistas como *B&O, Homebase, Tesco, Asda, Sainsbury's, Marks & Spencer, Bhs, Boots, Wilkinsons, John Lewis, House of Fraser, Debenhams, Argos, Travis Perkins* y *Jewsons*. Los productos se comercializan bajo marca propia de los detallistas.

Masco Corporation

Es uno de los fabricantes de marca más grandes del mundo y fabrican todo tipo de productos para el hogar. Son propietarios de *Bristan, Heritage Bathrooms, y SIRRUS Showers by A&J Gummers*.

Bristan Ltd

Lagrange
Lichfield Road Industrial Estate
Tamworth
Staffordshire B79 7XD
Tel: +44 (0) 8704 425556
Fax: +44 (0) 8081 611002
www.bristan.com

Fabricante líder de grifería, duchas y accesorios.

Heritage Bathrooms Plc

Princess Street
Bedminster
Bristol BS3 4AG
Tel: +44 (0) 1179 633333
Fax: +44 (0) 1179 535333
www.heritagebathrooms.com

Fabricante británico de lavabos, inodoros, duchas, mueble de baño y bañeras.

SIRRUS Showers

A & J Gummers
Unit H
Redfern Park Way
Tyseley
Birmingham B11 2DN
Tel: +44 (0) 121 706 2241
www.sirrusshowers.com

Fabricantes de grifería y accesorios para uso comercial y doméstico.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Showerlux UK Limited

Sibree Road
Coventry
West Midlands CV3 4FD
Tel: +44 (0) 2476 639400
Fax: +44 (0) 2476 305457
www.showerlux.com

Empresa filial del grupo suizo *Duscholux Group*, que es el mayor fabricante de duchas del mundo. Sus productos incluyen también accesorios.

Brampton Housewares Ltd

Broad End Ind Est
Broad End Road
Walsoken
Wisbechorfolk PE14 7BQ
Tel: +44 (0) 1945 476777
Fax: +44 (0) 1945 476888
www.brampton-housewares.co.uk

Compañía muy activa en el mercado de los accesorios de baño a través de su extensa oferta de accesorios de plástico. También ofrecen mueble de baño, cortinas, etc. En las nuevas colecciones ya incluyen productos fabricados con otros materiales como la madera, el cristal y el metal.

Longmead Group Plc

Millwey Industrial Estate
Axminster
Devon EX13 5HU
Tel: +44 (0) 1297 32578
Fax: +44 (0) 1297 32710
www.longmead-group.co.uk

Su gama incluye accesorios de baño, espejos, etc. Están orientados hacia un segmento de diseño contemporáneo.

Qualceram Shires Plc

Beckside Road
Bradford
West Yorkshire BD7 2JE
Tel: +44 (0) 1274 521199
Fax: +44 (0) 1274 521583
www.shires-bathrooms.com

Tienen productos para todo el sector de equipamiento de baño.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Roper Rhodes Ltd

Brassmill Lane Trading Estate
Bath BA1 3JF
Tel: +44 (0) 1225 334148
Fax: +44 (0) 1225 448877
www.roperrhodes.co.uk

Tienen diseños clásicos y contemporáneos de accesorios como mueble de baño y tapas de inodoro, con 2000 tiendas en toda Europa. Son proveedores de todos los canales de distribución y también venden directamente a los constructores. Tienen una gama de productos que han lanzado recientemente dirigida a los espacios pequeños, ya que estiman que este mercado tiene mucho potencial de desarrollo.

Samuel Heath & Sons plc

Leopold Stree
Birmingham
West Midlands B12 0UJ
Tel: +44 (0) 1217 722303
Fax: +44 (0) 1217 723334
www.samuel-heath.com

Fabricantes de accesorios de baño y grifería.

1.2 Empresas distribuidoras

PJH/Hopkinsons Fourways

Alder House
Kearsley
Bolton BL4 8SL
Tel: +44 (0) 1204 707070
Fax: +44 (0) 1204 573140
www.pjhgroup.co.uk

El distribuidor más grande de equipamiento para el baño del Reino Unido. Son proveedores de las tiendas especializadas y de los builders' merchants. Cuentan con seis centros de distribución para abastecer a todo el territorio.

Mark Two Distribution Ltd

Bury Road Industrial Estate
Bury Road
Bolton BL2 6AZ
Tel: +44 (0) 1204 360700
Fax: +44 (0) 1204 387783
www.marktwo.co.uk

Distribuidor de equipamiento de baño y cocina, principalmente a los builders' merchants.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Ideal Bathrooms Ltd

Units 3-4 Fairfield Industrial Estate
Villiers Road
Kingston upon Thames KT1 3BB
Tel: +44 (0) 2085 490051
Fax: +44 (0) 2085 471154
www.idealbathrooms.com

Distribuidor especialista en baños. Proveen al comercio detallista y a los builders' merchants. Cuentan con cuatro almacenes de distribución.

AHED

Thornton House
Cargo Fleet Lane
Middlesbrough TS3 8DE
Tel: +44 (0) 1642 499199
Fax: +44 (0) 1642 499197
www.ahed.co.uk

Distribuidores de productos de fontanería y equipamiento para el baño. Proveen casi exclusivamente a los builders' merchants y cuentan con tres centros de distribución.

Arrow Distributors Ltd

Woodbury Lane
Norton
Worcester WR5 2AU,
Tel: +44 (0)1905 363000
Fax: +44 (0)1905 363003
www.arrow-distributors.co.uk

Distribuidores e instaladores de equipamiento para el baño. Proveen sobre todo a los constructores y ofrecen un servicio de diseño completo para el cuarto de baño.

Maurice Lay

Head Office
Fourth Way
Avonmouth
Bristol BS11 8DW
Tel: +44 (0)1179 387441
www.mlay.co.uk

Fabricante y distribuidor de equipamiento para cocinas y baños de gama media-alta. Cuentan con cuatro centros de distribución nacionales. Distribuyen principalmente productos de su marca propia "Caple".

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Waterline Ltd

North Crawley Road
Newport Pagnall
Bucks MK16 9QA
Tel. +44 (0) 8705 561560
www.waterline.co.uk

Distribuidor de equipamiento para la cocina y el baño. Distribuyen tanto productos de marca como de marca blanca, y proveen a los *builders' merchants* y al comercio detallista.

1.3 Builders' Merchants

Wolseley UK

The Wolseley Center
Harrison Way
Spa Park
Royal Leamington Spa CV31 3HH
Tel: +44 (0) 1926 705000
www.wolseley.co.uk
www.broughtoncrangrove.co.uk
www.bathstore.com

Wolseley es el *builder merchant* líder en el Reino Unido y utiliza diversas marcas para distribuir sus productos. En el sector del equipamiento para el baño y fontanería lo hacen a través de Broughton Crangrove y Galley Matrix. También sirven al consumidor final a través de las tiendas y la página web de bathstore.com

Travis Perkins PLC

Lodge Way House
Lodge Way
Harlestone Road
Northampton NN5 7UG
Tel: +44 (0) 1604 752424
www.travisperkins.co.uk
www.cityplumbing.co.uk

Cadena de *builders' merchants* proveedores de materiales de construcción a constructores y profesionales del sector. El equipamiento para el baño también lo distribuyen a través de sus centros de *City Plumbing Supplies*.

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Jewson

National Sales Centre
Merchant House
Binley Business Park
Coventry CV3 2TT
Tel: +44 (0) 800 539766
www.jewson.co.uk

Cadena de *builders' merchants* con más de 450 tiendas en todo el país. Son proveedores de materiales de construcción tanto al cliente profesional como al público en general. Son parte del grupo *Saint-Gobain*.

1.4 Grandes superficies de bricolaje (DIY)

B&Q Plc

Portswood House
1 Hampshire Corporate Park
Chandlers Ford
Eastleigh
Hampshire SO53 3YX
Tel: +44 (0) 8456 096688
www.diy.com

Homebase Ltd

Acton Gate
Stafford ST18 9AR
Tel: +44 (0) 8450 778888
www.homebase.co.uk

Wickes

120-138 Station Road
Harrow
Middx HA1 2QB
Tel: +44 (0) 8706 089001
www.wickes.co.uk

1.5 Tiendas especializadas

Bathstore.com

50 Sullivan Road
Fulham
London SW6 3DX
Tel: +44 (0) 20 77361503
www.bathstore.com

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Bodywash

433 High Road
Ilford
Essex IG1 1TR
Tel: +44 (0) 208 4781617
www.bodywash.co.uk

UK Bathroom Warehouse

10 Anchor Road
Bristol BS1 5TT
Tel: +44 (0) 1179 214086
www.ukbw.com

Bathroom Heaven Ltd

25 Eccleston Square
London SW1V 1NS
Tel: +44 (0) 845 121 6700
www.bathroomheaven.com

West One bathrooms

45-46 South Audley St
London W1K 2PY
Tel: +44 (0) 20 7499 1845
www.westonebathrooms.co.uk

www.plumbworld.co.uk Ltd

Units 2, 3 and 4 Millennium Court
Enterprise Way
Evesham
Worcs WR11 1GS
www.plumbworld.co.uk

2. FERIAS

KBB (incorporating EXPOTILE) (Bianual)

Kitchens, Bedrooms & Bathrooms Trade
NEC, Birmingham
CMP Information Ltd
Ludgate House
Blackfriars Road
London SE1 9UY
Tel: +44 (0) 2079 218438
www.kbb.co.uk

KBB es la feria más importante del sector e incorpora el sector de la cocina, el baño y los azulejos. Se celebra cada dos años (años pares), teniendo prevista la próxima edición para marzo de 2008. En la última edición de 2006 participaron 270 expositores.

Bathroom & Kitchen Expo (Bianual)

ExCeL London
One Western Gateway
Royal Victoria Dock
London E16 1XL
Tel: +44 (0) 20 8515 2139
www.bkexpo.co.uk

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Feria dedicada al sector de la cocina y el baño. De carácter bianual (años impares), se celebra en el mes de mayo. En la última edición de 2005 participaron 220 expositores.

100% Design

Earls Court, London
Reed Exhibitions
Oriel House
26 The Quadrant
Richmond
Surrey TW9 1DL
Tel: +44 (0) 2089 107724
www.100percentdesign.co.uk

Feria dedicada al mueble, iluminación, textiles, baños y cocinas. Especializada en el diseño contemporáneo del segmento medio-alto, es referencia y punto de encuentro fundamental en el sector de la decoración y arquitectura del Reino Unido. En la edición de 2005 participaron 450 expositores. Se celebra a finales del mes de septiembre.

INTERBUILD

NEC, Birmingham
Interbuild
151 Rosebery Avenue
London EC1R 4GB
Tel: +44 (0) 2075 056694
www.interbuild.co.uk

Feria principal del sector de la construcción. Agrupa a diversas empresas del sector, con una participación de más de 1100 expositores. Se celebra en el mes de octubre/noviembre.

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Bathroom Journal (Bimensual)

Craftsman Publishing Company Ltd
Napier House
11 Surrey Street
Lowestoft
Suffolk NR32 1LJ
Tel: +44 (0) 1502 517115

Bathroom & Kitchen Update (Mensual)

Datateam Publishing Ltd
London Road
Maidstone
Kent ME16 8LY
Tel: +44 (0)1622 687031
www.datateam.co.uk

EL MERCADO DEL MUEBLE Y ACCESORIO DE BAÑO EN EL REINO UNIDO

Bathrooms and Kitchens Magazine (Mensual)

Quantum Business Media
Quantum House
19 Scarbrook Road
Croydon
Surrey CR9 1LX
Tel: +44 (0)208 565 4200
www.bathroomskitchens.co.uk

Heating & Plumbing Monthly (11 ediciones al año)

Unity Media plc
Becket House
Vestry Road
Sevenoaks
Kent TN14 5EJ
Tel: +44 (0) 1732 748000
www.unity-media.com

Heating, Ventilating & Plumbing (10 ediciones al año)

B&M Publications (London) Ltd
Hereford House
Bridle Path
Croydon
Surrey CR9 4NL
Tel: +44 (0) 2086 804200

The Kitchen Bathroom Designer (Mensual)

5th Element Publications Ltd
Ivy Lane business Centre
8a Victoria Road
Dartmouth
Devon TQ6 9SA
Tel: +44 (0) 1803 839399
www.kbdmagazine.com

Kitchen & Bathroom Retailer (Bimensual)

Media One Communications Ltd
Geneva House
Park Road
Peterborough
Cambridgeshire PE1 2UX
Tel: +44 (0) 1733 756555

Kitchen, Bedroom and Bathrooms Review (Mensual)

DMG World Media
Equitable House
Lyon Road
Harrow
Middlesex HA1 2EW
Tel: +44 (0) 2085 152000

4. ASOCIACIONES

Bathroom Manufacturers Association

Federation House
Station Road
Stoke-on-Trent
Staffordshire ST4 2RT
Tel: +44 (0) 1782 747123
www.bathroom-association.org

La asociación de fabricantes británicos de equipamiento para el baño representa a 38 compañías del Reino Unido, aproximadamente el 87% de los fabricantes del sector.

Kitchen Bathroom Bedroom Specialists Association

12 Top Barn Business Centre
Holt Heath
Worcester WR6 6NH
Tel: +44 (0)1905 621787
www.kbsa.co.uk

Agrupación de empresas del comercio detallista en el sector. Tiene 300 miembros y la asociación promociona la profesionalidad en la industria. Tiene una línea de ayuda para recibir quejas de los consumidores y ofrece servicios de arbitraje y reconciliación.

Independent Bathroom Specialists Association (IBSA)

PO Box 3862
Southam CV47 7RN
Tel: +44 (0) 8702 408028
www.ibsa.uk.com

Asociación que agrupa a las tiendas especializadas en equipamiento para el baño y a fabricantes del sector. Promociona las ventajas de distribuir productos a través de sus miembros.

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

BSI (British Standards Institution)

389 Chiswick High Road
London W4 4AL
Tel: +44 (0)20 8996 900
Fax: +44 (0)20 8996 7400
www.bsi-global.com

Organismo de certificación y normalización. Publica los British Standards.

BSI España (British Standards Institution)

Paseo de la Castellana 111, 4º
28046 Madrid
Tel: 91 661 8864
Fax: 91.597 4606