

El mercado de revestimiento cerámico en Sudáfrica

El mercado de revestimiento cerámico en Sudáfrica

Este estudio ha sido realizado por Pablo Rosales-Vallejo bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Johannesburgo

Noviembre 2004

ÍNDICE

I. RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	4
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	11
1. Análisis cuantitativo	11
2. Análisis cualitativo	21
2.1. Obstáculos comerciales	23
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	27
1. Análisis cuantitativo	27
1.1. Canales de distribución	27
1.2. Esquema de la distribución	28
1.3. Principales distribuidores	29
2. Análisis cualitativo	29
2.1. Estrategias de canal	29
2.2. Estrategias para el contacto comercial	30
2.3. Promoción y publicidad	31
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	33
1. Tendencias generales del consumo	33
1.1. Factores sociodemográficos	33
1.2. Factores económicos	33
1.3. Distribución de la renta disponible	40
1.4. Tendencias sociopolíticas	40
2. Análisis del comportamiento del consumidor	41
2.1. Hábitos de consumo	42
2.2. Hábitos de compra	42
2.3. Preferencias	43
3. Percepción del producto español	48
V. ANEXOS	49
1. Informes de ferias	49
2. Listado de direcciones de interés	54

I. RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Este estudio estará centrado en el mercado sudafricano de revestimientos de baldosa cerámica, con mención del mosaico vitreo también, para el cual el mercado es pequeño. Aunque Sudáfrica tiene una población de 45,45 Millones de habitantes, los consumidores con capacidad adquisitiva equiparable al nivel europeo, no supera el 20% de la población y están concentrados en zonas urbanas. Una gran parte de los hogares no pueden costearse productos para el recubrimiento de suelos debido al bajo nivel de ingresos y a la gran escasez de viviendas que sufre el país. En estos hogares el suelo se recubre con cemento o simplemente se deja en tierra.

La participación de los distintos tipos de materiales para recubrimientos en la construcción residencial es la siguiente: la moqueta es con diferencia el tipo de recubrimiento que más se utiliza, representando el 48% del total; la baldosa cerámica, con un 23%; el vinilo con un 21%; los suelos de madera, natural y laminado representan un 8%. La moqueta se utiliza en todos los segmentos del mercado, mientras que la baldosa cerámica y especialmente la madera van mas orientadas al segmento alto del mercado debido al coste del material y a la instalación. Por el contrario el vinilo tiene mayor acogida en el segmento mas bajo del mercado.

La piedra natural para recubrimientos de suelos y fachadas se emplea principalmente en centros comerciales, complejos hoteleros y edificios de oficinas de muy alta calidad.

Mercado de baldosa cerámica

La baldosa cerámica es el tipo de recubrimiento para suelo más utilizado después de la moqueta. En los últimos años se ha venido observando un aumento en la demanda de este tipo de material a costa, principalmente, de la moqueta.

Se trata de un mercado abastecido tanto por producción local como por importaciones. Entre los fabricantes sudafricanos cabe destacar SAMCA TILES, pertenecientes al grupo CERAMIC INDUSTRIES, con una participación en la producción local del 64%. JOHNSON'S TILES tiene el 28%, y el resto quedaría repartido entre PILKINGTON'S y otras compañías de menor importancia.

Las importaciones de la partida 69.08 en el año 2003 alcanzaron los 284.649.061 rands, lo que supuso una reducción del 28,15% respecto al año anterior. Hay que tener en cuenta cuando se miren las cifras de valores de importación, que dichas cifras de importación están expresadas en rands, y que el rand fue la moneda más fuerte y que más se apreció respecto al dólar americano y al euro en 2003.

Las importaciones proceden principalmente de:

- Italia, cuyos productos van dirigidos al segmento alto del mercado ofreciendo productos de diseño, de alta calidad, buen acabado y precios elevados
- España que esta poniéndose a la altura de los productos italianos (algunos distribuidores piensan que la oferta española en recubrimientos para paredes es de mejor calidad que la italiana)
- Sudamérica (Brasil, Argentina) cuya oferta se basa principalmente en productos de calidades inferiores y precios muy competitivos
- otros países como Turquía, China e Indonesia que están entrando muy fuertes en el mercado sudafricano con productos de muy baja calidad y costes de producción muy por debajo de los locales.

La comercialización se realiza en su mayor parte a través de empresas distribuidoras que compran grandes volúmenes a los fabricantes locales y cuentan con la infraestructura necesaria para importar. Estas empresas suelen tener un almacén donde exhiben sus productos y realizan la venta directa al mayorista y al consumidor final, y un departamento de contratación donde realizan las ventas para grandes proyectos como centros comerciales, bloques de oficinas, etc. Entre los principales distribuidores de pavimentos y revestimientos cabe destacar a FERREIRA'S, ITALTILE, ITALCOTTO, ON THE TILES y KENZAN TILES en lo que se refiere al segmento de calidad alta, UNION TILES y EUROTILES en calidad media, y CTM Y TILE AFRIKA en calidad baja. Cabe mencionar que CTM e ITALTILE pertenecen al mismo grupo industrial que los grandes fabricantes locales SAMCA.

En general los distribuidores están bastante satisfechos con la oferta extranjera, que presta un buen servicio, cumple plazos de entrega y mantiene grandes stocks que permiten al distribuidor local ampliar sus pedidos, incluso si se trata de pequeños volúmenes. Con algunos productores locales parece haber ciertos problemas de mantenimiento de stocks ya que tratan de competir con los productores extranjeros en una gran variedad de productos que les obliga a cambiar continuamente de tamaños y diseños por lo que no pueden mantener un stock de forma constante.

Las empresas importadoras/ distribuidoras suelen acudir a las grandes ferias internacionales del sector para realizar nuevos contactos y visitar a sus suministradores habituales.

El abaratamiento de los precios de las baldosas cerámicas y la facilidad de su limpieza han llevado a una creciente sustitución del recubrimiento de suelos con moqueta por el recubrimiento con baldosa cerámica. Ante esta progresiva pérdida de cuota de mercado de las moquetas, los productores de las mismas han reaccionado lanzando al mercado productos innovadores, con nuevos diseños y mejores calidades. Como consecuencia, la tendencia actual entre los diseñadores de interiores es la combinación de varios tipos de materiales para el recubrimiento de suelos, habiendo partes de la casa con moqueta y otras con vinilo, madera y sobretodo baldosa cerámica.

El mercado de mosaicos en Sudáfrica es un mercado bastante pequeño, siendo sus principales aplicaciones los recubrimientos parciales para piscinas y los suelos para duchas.

Mercado del mosaico

La producción local es escasa limitándose a pequeñas empresas que realizan un trabajo artesano bajo pedido para proyectos muy específicos. A diferencia de lo que ocurre con los recubrimientos cerámicos donde la calidad y el diseño son factores muy importantes, en el caso de los mosaicos el precio es el factor fundamental. Por esta razón la mayoría de las importaciones de mosaicos proceden de Asia, de países como Indonesia y China, donde se produce a precios muy bajos y donde la calidad va mejorando poco a poco. Las importaciones de mosaicos de calidad, destinados al segmento alto y para proyectos muy concretos, proceden en su mayoría de Europa, principalmente de España e Italia, como lo muestran los datos que se adjuntan sobre las importaciones de la posición 70.16.10.

La distribución de mosaicos en el mercado sudafricano sigue los mismos canales que los recubrimientos cerámicos, siendo los grandes distribuidores de baldosa cerámica los que también abastecen al mercado del mosaico. Sin embargo, estos distribuidores no importan directamente si no que se abastecen de aquellas empresas que importan. Estas empresas importadoras los hacen directamente de los fabricantes extranjeros y cuentan con una red de centros de distribución por todo el país. La principal empresa especializada en el mercado del mosaico es ROBERT DOUGLAS JONES. Importan mosaico español, y son los únicos de Sudáfrica en hacerlo. El resto lo harían de China. La calidad no es un factor determinante en el caso del mosaico en Sudáfrica; el precio lo es.

II. INTRODUCCIÓN

La economía sudafricana es una economía dual en la que conviven dos tipos de sociedades en función fundamentalmente del poder adquisitivo; economía de alto o medio poder adquisitivo formada por población blanca y una creciente participación de la población negra, una sociedad de economía de subsistencia, formada en su mayor parte por población negra. Dicha distinción condiciona la entrada de una empresa extranjera en el país, ya que debe definir el público al que se dirigen los productos

Por otro lado, Sudáfrica es el punto de entrada y de distribución para los países vecinos para este tipo de productos, por lo que la entrada de una empresa en el país supone el acceso a un mercado más amplio que engloba países como Mozambique, Botswana, Lesotho, Swazilandia o Namibia

Hay que tener en cuenta que los hábitos de consumo del consumidor medio sudafricano difieren ligeramente del europeo. El factor moda tiene menor importancia que en Europa y la variable **precio tiene una importancia decisiva** en la elección del producto para la mayor parte de la demanda. El gusto suele ser bastante **tradicional y conservador**. Sin embargo, a pesar de estas generalidades, en el caso de los segmentos más altos de la demanda, factores como el diseño innovador, la diferenciación y la distinción tienen cada día una mayor importancia

La **demand**a de revestimientos cerámicos, especialmente, residencial o doméstica continúa el **buen momento** de los últimos ejercicios. El gran crecimiento del sector construcción y vivienda ha dado un empuje definitivo a la demanda y a la importación de los productos del sector.

Las **previsiones para los ejercicios próximos son optimistas**, ya que en 2004 se ha producido un boom en la inversión en el sector de la propiedad sin precedentes, principalmente debido a la confianza demostrada por parte de los consumidores en la estabilidad económica y la bajada de los tipos de interés. El índice de crecimiento en el sector residencial es el mayor de los últimos 20 años y el sector no residencial empieza a despegar ahora. Otro factor que está afectando a la demanda es la fuerza del rand, el cual ha afectado negativamente a los productores locales y aumentado significativamente las importaciones.

La **presencia del producto de origen español** en el mercado sudafricano es amplia. Siendo los productos provenientes de China y Sudeste Asiático, Latinoamérica, Brasil y Turquía los de más acogida, aunque se aprecian las importaciones hacia los productos de más calidad de procedencia española, portuguesa e italiana, que atienden a un segmento de mercado, que las otras, por calidad, no llegan.

El **conocimiento del producto español** por los importadores sudafricanos es destacable y es especialmente demandado en el sector hogar o residencial.

La **percepción de las baldosas cerámicas españolas para hogar es buena**. Se suelen valorar fundamentalmente las marcas con diseño propio español, con personalidad propia, de líneas simples, y colores otoño y con catálogos de calidad renovados con regularidad. Todo ello a precios algo más ajustados que los productos italianos.

Respecto a las posibles **oportunidades para el exportador español**, debe descartarse que actualmente Sudáfrica es un mercado basado en el precio y por lo tanto predominan los productos de gama inferior. Por otro lado, Sudáfrica es un mercado lejano, con costes de transporte altos. Cualquier intento de exportación al país en gamas inferiores a bajo precio se verá afectada por los precios inigualables y a igual distancia geográfica de las empresas fabricantes del Sudeste Asiático, Turquía o Sudamérica. El exportador español deberá centrar, por norma general, sus **esfuerzos en productos de gama alta, con alto valor añadido** tanto de calidad como estético.

Se recomienda una **estrategia agresiva de penetración** en el mercado. Esta estrategia debe ir acompañada de un seguimiento continuado de las ventas del importador en el país, con actividades de promoción de la marca y apoyo en la promoción al importador-distribuidor que tenga la representación. Hay que destacar que el importador no suele asumir la iniciativa de promocionar una determinada marca de productos de su catálogo a menos que exista un apoyo decidido y continuado por parte de las empresas fabricantes extranjeras.

Se recomiendan también, **acciones de promoción sectorial** del producto. Campañas dirigidas a aumentar el prestigio de la industria española, a mejorar el conocimiento de sus características diferenciales y a su presentación como alternativa novedosa, original y exclusiva con respecto al resto de productos, tanto de origen europeo (italiano) como asiático, americano o local. Es decir, la promoción del **concepto “baldosa española”** mediante campañas de información a los especificadores (arquitectos, interioristas...) e importadores, la realización de misiones inversas y la inclusión de publicidad sectorial en revistas y prensa especializada.

Sólo en el caso de tener la seguridad de disponer de productos con ventajas comparativas, estéticas y de calidad, con respecto a los productos locales, merecerá la pena invertir tiempo y recursos en intentar penetrar en el mercado sudafricano de revestimientos cerámicos.

Se busca personalizar los interiores y la decoración, incluso de espacios colectivos (hostelería, oficinas, hospitales...). Así pues, aprovechar esta tendencia sudafricana es un buen punto de partida para vender los productos en el país.

Como estrategia a seguir, se recomienda **dar a conocer la marca o producto** que se pretenda exportar a Sudáfrica en este subsector de los revestimientos cerámicos. Una campaña de promoción dirigida a especificadores es un buen inicio para dar a conocer el producto y despertar la curiosidad de arquitectos e interioristas, pero sin perder de vista en ningún momento el aportar novedades estéticas y de vanguardia, aunque el gusto sudafricano es muy clásico y tradicional en cuanto a colores (rústicos, otoñales) y formatos (40 x 40).

III. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

En el mercado sudafricano se venden 200.000 m² por día de azulejo. Localmente, se producen alrededor de 140000m². Lo que se fabrica: 80% mate y 20% brillante. Domina lo rústico.

De esa cifra total de 140000m², 90000m² de ellos son producidos por las fábricas de Ceramic Industries. Estas fábricas son: SAMCA1, que se encarga de la producción de pavimento cerámico, especialmente de 33x33, 40x40 y 50x50 y, producen alrededor de 24000m² diarios; SAMCA2, que se encarga de la producción de revestimiento cerámico, especialmente desde 22x22 hasta 25x40 y, producen también alrededor de 24000m² diarios; Vitro, que se encarga de producir azulejo extrusionado en el entorno a los 21000m² diarios; y por último, Pegasus, que también fabrica pavimento cerámico, de muy baja calidad, especialmente de 33x33, en torno a los 21000m² diarios.

El grupo también fabrica porcelánico en Australia, alrededor de 14000m² diarios, de los cuales el 40% lo importa a Sudáfrica e Italia, donde tiene 20 puntos de distribución.

Italtile y CTM son sus distribuidoras, dónde CTM lo es para las gamas más bajas e Italtile para el segmento alto. Existen 110 tiendas CTM y 20 Italtile. Italtile se dirige a un público con un poder adquisitivo superior a los 13000 rands/ mes, y CTM a un público con sueldos inferiores a 10000 rands/ mes. Italtile importa entre el 80% y 90% de los productos que vende, principalmente de Italia y España para los segmentos altos, y CTM el 30%. Para hacerse un idea de dichos salarios en Euros, el valor medio del rand en 2003 fue de 0,1171 Euros.

La otra gran empresa fabricante local es Johnson Tiles, quienes producen 40000m² de pavimento/ revestimiento diario, de más alta calidad que Ceramic Industries y que es distribuido a través de su propia distribuidora, Tile Afrika.

Tile Afrika apunta a los mismo segmentos que CTM. Union Tiles al segmento entre los 10000 y 13000 rands mensuales y Ferreira's al segmento de los 14000 rands/ mes hacia arriba. Estos son los distribuidores, importadores también todos ellos, más destacados del mercado sudafricano

Generalmente, no mantienen stock, no corren riegos de stock. El compromiso con el cliente es de 45 días, teniendo este último que adelantar hasta el 20% de la factura por adelantado. Los pedidos suelen hacerse a metros justos; y mediante packing en el pallet.

Los costes de producción para las empresas locales son, para una baldosa de 33x33 de SAMCA 1 de 17 rands/ m². Ésta se vende a CTM a 32 rands/ m² y CTM la vende a 50- 55 rands/ m². Esto da un idea de los bajos costes de producción de la industria sudafricana, donde el sueldo medio de un operario es de alrededor de 2000 rands/ mes, y de los amplios márgenes de beneficio que se manejan.

Estos márgenes son los más comunes para el resto de producto en el mercado. Las empresas importadoras trabajan con márgenes de beneficio que en ningún momento serán inferiores al 33%. De ahí hacia arriba, existen 50% y hasta 100% de márgenes de beneficio, dependiendo del origen del producto y del precio que el distribuidor quiera ponerle.

Los precios detallista de los azulejos y baldosas son, para el producto de baja calidad sudafricano, de entre 30 y 60 rands/ m². En CTM pueden verse, lo más caros, a 70 rands/ m². Las producciones de mejor calidad sudafricana se venden entre 55 y 90 rands/ m², en tiendas como Italtile. El producto brasileño se vende entre los 45 y los 55 rands, importándose las producciones de peor calidad brasileña. Lo mismo sucede con el producto chino, del cual se importa el de peor calidad y se vende entre los 45 y los 55 rands. No así el porcelánico chino que adquiere precios que oscilan entre los 80 y los 120 rands. Estas cifras para le porcelánico contrastan seriamente con los 200-250 rands / m² al que se vende el producto español e italiano. Finalmente, los productos españoles e italianos de revestimiento y pavimento cerámico se venden alrededor de los 110 rands/ m² el de 1^a calidad, y en el entorno de los 55 rands el de 3^a calidad. Para hacerse un idea de dichos precios en Euros, el valor medio del rand en 2003 fue de 0,1171 Euros.

Es destacable el hecho de que en el mercado sudafricano los esmaltes vienen principalmente de España y la maquinaria de Italia.

Los cuadros siguientes aportan cifras de importación referentes a los **cinco últimos**

ejercicios cerrados por códigos según la nomenclatura adoptada por las autoridades aduaneras sudafricanas.

Las siguientes tablas estadísticas están presentadas en valor de las importaciones expresado en rands. El valor medio del rand entre 1999 y 2003 ha sido el siguiente para cada año:

En 1999 = 0,1538 Euros

En 2000 = 0,1568 Euros

En 2001 = 0,1316 Euros

En 2002 = 0,1012 Euros

En 2003 = 0,1171 Euros

IMPORTACIONES 6907

2002-2003

69.07	**2003	% del total	**2002	Var. Anual
ITALIA	16.380.031	68,83%	23.715.715	-30,93%
BRASIL	1.804.321	7,58%	775.141	132,77%
PORTUGAL	1.466.411	6,16%	3.189.747	-54,03%
ESPAÑA	1.350.700	5,68%	1.087.415	24,21%
MALASIA	1.119.381	4,70%	415.972	169,10%
CHINA	609.585	2,56%	429.859	41,81%
INDONESIA	485.247	2,04%	569.702	-14,82%
FRANCIA	150.992	0,63%	899.416	-83,21%
INDIA	89.490	0,38%	241.006	-62,87%
TURQUIA	83.918	0,35%	50.882	64,93%
OTROS	259.059	1,09%	327.669	-20,94%
TOTAL	23.799.135	100,00%	31.702.524	-24,93%

2001-2002

69.07	**2002	% del total	**2001	Var. 01/02
ITALIA	23.715.715	74,81%	22.424.093	5,76%
PORTUGAL	3.189.747	10,06%	3.270.627	-2,47%
ESPAÑA	1.087.415	3,43%	1.908.663	-43,03%
FRANCIA	899.416	2,84%	231.184	289,05%
BRASIL	775.141	2,45%	91.767	744,68%
INDONESIA	569.702	1,80%	3.431.205	-83,40%
CHINA	429.859	1,36%	151.055	184,57%
MALASIA	415.972	1,31%	1.259.284	-66,97%
INDIA	241.006	0,76%	298.310	-19,21%
HONG KONG	240.152	0,76%	59.347	304,66%
OTROS	138.399	0,44%	489.480	-71,73%
TOTAL	31.702.524	100,00%	33.615.015	-5,69%

2000-2001

69.07	**2001	% del total	**2000	Var. Anual
ITALIA	22.424.093	66,71%	15.174.224	47,78%
INDONESIA	3.431.205	10,21%	1.022.332	235,63%
PORTUGAL	3.270.627	9,73%	1.546.866	111,44%
ESPAÑA	1.908.663	5,68%	1.186.103	60,92%
MALASIA	1.259.284	3,75%	151.281	732,41%
INDIA	298.310	0,89%	64.575	361,96%
FRANCIA	231.184	0,69%	372.896	-38,00%
CHINA	151.055	0,45%	96.183	57,05%
TURQUIA	135.411	0,40%	21.557.531	-99,37%
REINO UNIDO	125.298	0,37%	757.655	-83,46%
OTROS	379.885	1,13%	-20.372.115	-101,86%
TOTAL	33.615.015	100,00%	21.557.531	55,93%

1999-2000

69.07	**2000	% del total	**1999	Var. Anual
ITALIA	15.174.224	70,39%	12.757.140	18,95%
PORTUGAL	1.546.866	7,18%	750.824	106,02%
ESPAÑA	1.186.103	5,50%	953.246	24,43%
INDONESIA	1.022.332	4,74%	353.635	189,09%
REINO UNIDO	757.655	3,51%	165.139	358,80%
SRI LANKA	708.466	3,29%	468.030	51,37%
FRANCIA	372.896	1,73%	383.753	-2,83%
BRASIL	274.714	1,27%	48.611	465,13%
MALASIA	151.281	0,70%	428.124	-64,66%
CHINA	96.183	0,45%	82.711	16,29%
OTROS	266.811	1,24%	394.864	-32,43%
TOTAL	21.557.531	100,00%	16.786.077	28,43%

IMPORTACIONES 69.08

2002-2003

69.08	**2003	% del total	**2002	Var. Anual
BRASIL	79.624.914	27,97%	132.724.788	-40,01%
ITALIA	79.099.600	27,79%	104.392.657	-24,23%
ESPAÑA	46.691.337	16,40%	58.435.457	-20,10%
CHINA	39.394.716	13,84%	37.929.985	3,86%
INDONESIA	13.574.614	4,77%	18.361.174	-26,07%
MALASIA	5.077.864	1,78%	2.383.868	113,01%
ARGENTINA	4.760.141	1,67%	9.463.469	-49,70%
TURQUIA	3.834.855	1,35%	9.534.004	-59,78%
EMIRT. ARABES	2.989.090	1,05%	5.322.432	-43,84%
TAILANDIA	1.975.191	0,69%	3.219.046	-38,64%
OTROS	7.626.739	2,68%	14.391.828	-47,01%
TOTAL	284.649.061	100,00%	396.158.708	-28,15%

2001-2002

69.08	**2002	% del total	**2001	Var. Anual
BRASIL	132.724.788	33,50%	61.697.415	115,12%
ITALIA	104.392.657	26,35%	91.946.889	13,54%
ESPAÑA	58.435.457	14,75%	51.922.743	12,54%
CHINA	37.929.985	9,57%	18.066.933	109,94%
INDONESIA	18.361.174	4,63%	17.051.754	7,68%
TURQUIA	9.534.004	2,41%	3.819.264	149,63%
ARGENTINA	9.463.469	2,39%	5.480.132	72,69%
EMIRT. ARABES	5.322.432	1,34%	6.085.057	-12,53%
TAIWAN	4.193.435	1,06%	1.762.309	137,95%
TAILANDIA	3.219.046	0,81%	2.466.157	30,53%
OTROS	12.582.261	3,18%	25.146.901	-49,96%
TOTAL	396.158.708	100,00%	285.445.554	38,79%

2000-2001

69.08	**2001	% del total	**2000	Var. Anual
ITALIA	91.946.889	32,21%	93.585.662	-1,75%
BRASIL	61.697.415	21,61%	20.841.558	196,03%
ESPAÑA	51.922.743	18,19%	48.702.535	6,61%
CHINA	18.066.933	6,33%	7.009.469	157,75%
INDONESIA	17.051.754	5,97%	26.431.998	-35,49%
MAURICIOS	10.212.542	3,58%	981.730	940,26%
EMIRT. ARABES	6.085.057	2,13%	8.324.461	-26,90%
ARGENTINA	5.480.132	1,92%	1.932.062	183,64%
MALASIA	5.040.084	1,77%	10.170.749	-50,45%
TURQUIA	3.819.264	1,34%	1.068.142	257,56%
OTROS	14.122.741	4,95%	19.348.936	-27,01%
TOTAL	285.445.554	100,00%	238.397.302	19,74%

1999-2000

69.08	**2000	% del total	**1999	Var. Anual
ITALIA	93.585.662	39,26%	76.760.335	21,92%
ESPAÑA	48.702.535	20,43%	42.257.450	15,25%
INDONESIA	26.431.998	11,09%	27.174.519	-2,73%
BRASIL	20.841.558	8,74%	5.286.643	294,23%
MALASIA	10.170.749	4,27%	1.929.506	427,12%
EMIRT. ARABES	8.324.461	3,49%	5.473.975	52,07%
CHINA	7.009.469	2,94%	8.556.162	-18,08%
TAIWAN	4.073.563	1,71%	6.438.516	-36,73%
PORTUGAL	2.873.950	1,21%	2.259.097	27,22%
ARGENTINA	1.932.062	0,81%	761.039	153,87%
OTROS	14.451.295	6,06%	18.115.112	-20,23%
TOTAL	238.397.302	100,00%	195.012.354	22,25%

IMPORTACIONES 70.16.10

2002-2003

70.16.10	**2003	% del total	**2002	Var. Anual
CHINA	439.650	54,87%	10.886	3938,67%
ITALIA	119.056	14,86%	67.524	76,32%
TAIWAN	81.675	10,19%	29.997	172,28%
ESPAÑA	78.375	9,78%	262.757	-70,17%
MEXICO	37.773	4,71%	67.524	-44,06%
ESTADOS UNIDOS	36.615	4,57%	27.632	32,51%
CANADA	3.357	0,42%		
REINO UNIDO	2.341	0,29%	908	157,82%
FRANCIA	2.129	0,27%	908	134,47%
SINGAPUR	204	0,03%	1.887	-89,19%
OTROS	80	0,01%		
TOTAL	801.255	100,00%	407.179	96,78%

IMPORTACIONES 70.16.10

2001-2002

70.16.10	**2002	% del total	**2001	Var. Anual
ESPAÑA	262.757	64,53%	96.314	172,81%
ITALIA	67.524	16,58%	15.286	341,74%
TAIWAN	29.997	7,37%	18.911	58,62%
ESTADOS UNIDOS	27.632	6,79%	18.462	49,67%
CHINA	10.886	2,67%	840	1195,95%
ALEMANIA	5.543	1,36%	840	559,88%
HOLANDA	1.887	0,46%	15.286	-87,66%
FRANCIA	908	0,22%	96.314	-99,06%
INDONESIA	45	0,01%	13.777	-99,67%
TOTAL	407.179	100,00%	166.601	144,40%

IMPORTACIONES 70.16.10

2000-2001

70.16.10	**2001	% del total	**2000	Var. Anual
ESPAÑA	96.314	57,81%	51.497	87,03%
TAIWAN	18.911	11,35%	123.044	-84,63%
ESTADOS UNIDOS	18.462	11,08%	7.709	139,49%
ITALIA	15.286	9,18%	22.641	-32,49%
INDONESIA	13.777	8,27%	51.497	-73,25%
REINO UNIDO	1.144	0,69%	51.497	-97,78%
CHINA	840	0,50%		
OTROS	1.867	1,12%	41.197	-95,47%
TOTAL	166.601	100,00%	123.044	35,40%

IMPORTACIONES 70.16.10

1999-2000

70.16.10	**2000	% del total	**1999	Var. Anual
ESPAÑA	51.497	41,85%	27.676	86,07%
INDIA	38.618	31,39%	27.676	39,54%
ITALIA	22.641	18,40%	44.720	-49,37%
ESTADOS UNIDOS	7.709	6,27%	574	1243,03%
TAILANDIA	2.539	2,06%	44.720	-94,32%
NUEVA ZELANDA	40	0,03%	44.720	-99,91%
OTROS	0	0,00%	-112.286	-100,00%
TOTAL	123.044	100,00%	77.800	58,15%

En las tablas anteriores, para la partida 70.16.10, referente al mosaico, se puede observar el tremendo aumento de las importaciones de origen Chino en el último ejercicio 2002-2003. Las importaciones de origen español fueron en aumento en los 3 ejercicios anteriores, con un considerable aumento en el ejercicio 2001-2002. Sin embargo, el exiguo valor de las importaciones, invitan a pensar que la variación de un número reducido de contenedores importados pueden hacer variar significativamente las estadísticas.

De las tablas anteriores se puede ver la estabilidad de las importaciones españolas, en la que tanto los aumentos como la disminución de las mismas se han movido en parámetros en los cuales el importe absoluto de las mismas ha continuado siendo similar, fluctuando en un banda muy estrecha de valor.

El rendimiento de las importaciones españolas puede considerarse de una forma notable, y así puede observarse la importancia de las partidas 6907 y 6908.

Conclusiones

Es necesario destacar en primer lugar el incremento de las importaciones en los últimos tres ejercicios.

La principal causa del crecimiento global de las importaciones debe atribuirse la etapa de crecimiento económico experimentado por la economía sudafricana en los últimos años. Este buen momento de la economía se ha traducido en un importante auge del sector construcción y vivienda,. Al referirnos al origen de los productos importados, hay que destacar la importancia de los diez primeros países del ranking importador por dos razones: su grado de concentración y la estabilidad en el ranking de principales importadores.

Haciendo un análisis del ranking de países se pueden observar rápidamente dos tipologías de productores: países del sudeste Asiático y Latinoamérica y por otro lado países occidentales.

Es sobradamente conocido, que los productos originarios de países como China se caracterizan por ir dirigidos a un sector inferior del mercado, de calidad baja, precios reducidos y masiva distribución. En cuanto a los productos occidentales, su consumidor suele pertenecer a un sector del mercado de mayor categoría, comprador de productos de mayores prestaciones en calidad, diseño, y dispuesto a satisfacer un mayor precio.

Por lo que a Italia se refiere, cabe mencionar que factores como la imagen de modernidad, calidad, prestigio y diseño marcan las motivaciones principales para su consumo..

En un marco macroeconómico favorable, en un período expansivo en la construcción residencial, no deja de ser cuanto menos extraño que se haya producido una evolución tan estable en la llegada de productos de origen español.

En el mercado sudafricano existe una gran competencia de marcas, y ello implica que para mantener las cuotas de ventas haya que dedicar atención al mercado y apoyo al importador/distribuidor. El importador, por tanto, dedicará más esfuerzo en la venta

aquellos productos/marcas que hayan mostrado una mayor agresividad en la penetración en el mercado.

Aún y todo, los resultados de las importaciones de origen español, contrastan con la buena opinión generalizada acerca de los productos españoles. Teniendo en cuenta esta contradicción y las cifras de importación a Sudáfrica de productos similares, como los italianos, quizá cabría preguntarse si realmente se han realizado todos los esfuerzos necesarios para agotar las posibilidades de exportación de productos de origen español a este mercado

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

Resulta imprescindible como paso previo a cualquier otra información, el conocer la evolución de ciertos **aspectos demográficos** y el tener en cuenta el comportamiento de los indicadores del **sector construcción/ vivienda**. El análisis de estos indicadores nos aporta información importante para el conocimiento de la situación actual y para el establecimiento de algunas predicciones de futuro.

Por ello, resulta especialmente interesante ofrecer algunos indicadores por lo que respecta al panorama de la vivienda en Sudáfrica. Estos datos, muestran la potencialidad de cada provincia y deberán tenerse en cuenta sobre todo en decisiones relacionadas con la distribución.

Los datos de los últimos tres años demuestran una tendencia al incremento en la construcción, especialmente en las provincias de Gauteng, Western Cape y Kwazulu Natal.

EDIFICACIONES PLANEADAS	2003		var 02/03	2002		var 01/02	2001	
Residenciales	17.828	57,50%	25,30%	14.229	55,10%	33,91%	10.626	54,30%
Reformas y alteraciones	8.268	26,60%	14,57%	7.217	27,90%	30,73%	5.520	28,20%
No residencial	4.931	15,90%	14,49%	4.307	17,00%	25,35%	3.436	17,50%
TOTAL	31.027	1	20,48%	25.752	1	31,51%	19.582	1
EDIFICACIONES TERMINADAS								
Residenciales	10.198	61,40%	21,03%	8.426	60,00%	41,42%	5.958	47,50%
Reformas y alteraciones	3.363	20,20%	13,17%	2.971	21,20%	-22,22%	3.820	30,40%
No residencial	3.056	18,40%	15,89%	2.637	18,80%	-5,02%	2.776	22,10%
TOTAL	16.617	1	18,40%	14.034	1	11,79%	12.555	1
TOTAL	47.644		19,75%	39.787		23,80%	32.137	

RESIDENCIAL PLANEADA POR PROVINCIAS	2003		var 02/03	2002		var 01/02	2001	
Gauteng	12.484	70,00%	116,12%	5.777	40,00%	25,21%	4.614	43,40%
Western Cape	3.993	22,40%	-10,00%	4.437	31,20%	45,83%	3.042	28,60%
Kwazulu Natal	1.066	6,00%	-34,66%	1.632	11,50%	18,11%	1.381	13,00%
Others	285	1,60%	-88,05%	2.384	20,00%	50,03%	1.589	15,00%
Total	17.828	1	25,30%	14.229	1	33,90%	10.626	1,00
RESIDENCIAL TERMINADA POR PROVINCIAS								
Gauteng	4.508	44,20%	38,23%	3.261	38,70%	37,87%	2.365	39,70%
Western Cape	2.672	26,20%	5,70%	2.528	30,00%	41,38%	1.788	30,00%
Kwazulu Natal	1.601	15,70%	30,14%	1.230	14,60%	58,98%	774	13,00%
Others	1.418	14,90%	0,77%	1.407	16,70%	36,49%	1.031	17,30%
Total	10.198	1	21,03%	8.426	1	41,42%	5.958	1,00
TOTAL	28.026		23,71%	22.655		36,60%	16.584	

De los datos anteriores se extraen características importantes a tener en cuenta a la hora de plantearse una posible presencia de cualquier producto en el país.

En primer lugar, destacar que el **mercado sudafricano es limitado**, cuantitativamente hablando. Aproximadamente **20 millones de consumidores potenciales de revestimiento cerámico y 5,5 millones de hogares**, lo que supone una población relativamente inferior a la mayoría países destino de los productos españoles.

La población sudafricana se encuentra distribuida de forma muy desigual en un territorio de gran tamaño. A la vista de estos datos, es fácil concluir que la **distribución merecerá una atención especial** en cualquier acción comercial que se quiera llevar a cabo.

Además de tener siempre presente el volumen del mercado sudafricano, cualquier importador de baldosa cerámica deberá tener en cuenta que el trío de provincias formado por **Gauteng, Western Cape y Kwazulu Natal** sigue siendo el objetivo principal a cubrir en la distribución de cualquier tipo de revestimiento cerámico.

En cada uno de las provincias anteriores, sus capitales y zonas de influencia absorben la gran mayoría de habitantes y por tanto de importadores y distribuidores de este tipo de productos.

En cuanto a la capacidad adquisitiva de la población sudafricana, los datos estadísticos muestran una **renta per cápita media se sitúa en los 3.370US\$**. Este dato tiene escaso significado puesto que en este país existen grandísimas diferencias en el nivel de renta. Pese a ello hay que tener presente que los costes de transporte y los márgenes de distribución encarecen considerablemente los productos finales. Por razones obvias de costes y competencia, los productos que parecen tener una mayor posibilidad en este mercado serán aquellos dirigidos al segmento alto de la demanda. Productos con cierto valor añadido, características propias, diseño, calidad, prestigio y fiabilidad.

2.1. Obstáculos comerciales

Respecto al régimen comercial, las partidas 69.07 y 69.08 están sometidas al siguiente derecho arancelario (el arancel sudafricano coincide con el español en los seis primeros dígitos)

69.07.10 Unglazed ceramic tiles, cubes and similar articles whether or not rectangular, the largest surface area of which is capable of being enclosed in a square the side of which is less than 7cm: 16% (80% del 20% original antes de la entrada en vigor del acuerdo de desarme arancelario)

69.07.90 Unglazed ceramic flags and paving, hearth or wall tiles, unglazed ceramic mosaic cubes and the like, whether or not on a backing: other: 16% (80% del 20% original antes de la entrada en vigor del acuerdo de desarme arancelario).

69.08.10 Glazed ceramic tiles, cubes and similar articles, whether or not rectangular, the largest surface area of which is capable of being enclosed in a

square the side of which is less than 7cm: 16% (80% del 20% original antes de la entrada en vigor del acuerdo de desarme arancelario).

69.08.90 Glazed ceramic flags and paving, hearth or wall tiles; glazed ceramic mosaic cubes and the like, whether or not on a backing: other: 16% (80% del 20% original antes de la entrada en vigor del acuerdo de desarme arancelario).

Las partidas 69.07 y 69.08 estaban sometidas a un derecho arancelario del 20%

Con entrada en vigor el 1 de Enero del 2000, se firmó un acuerdo comercial entre la Unión Europea y Sudáfrica por el que se establecía una reducción progresiva de los aranceles. Las posiciones 69.07.90 - 69.08.10 - 69.08.90 quedan recogida en el Anexo III lista 3 del acuerdo, por el que se establece el siguiente calendario de reducción arancelaria:

- tres años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 90% del arancel base (siendo el arancel base 20%)
- cuatro años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 80% del arancel base
- cinco años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 70% del arancel base
- seis años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 60% del arancel base
- siete años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 50% del arancel base
- ocho años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 40% del arancel base
- nueve años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 30% del arancel base
- diez años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 20% del arancel base
- once años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 10% del arancel base

- doce años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel quedará totalmente eliminado

La posición 69.07.10 está recogida en el anexo III lista 4 del acuerdo, por el que se establece el siguiente calendario de desarme arancelario:

- cinco años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 88% del arancel base (siendo el arancel base 20%)
- seis años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 75% del arancel base
- siete años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 63% del arancel base
- ocho años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 50% del arancel base
- nueve años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 38% del arancel base
- diez años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 25% del arancel base
- once años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel se reducirá a un 13% del arancel base
- doce años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel quedará totalmente eliminado

La posición arancelaria **70.16.10** (Glass cubes and other glass smallwares, whether or not on a backing, for mosaics or similar decorative purposes) está sometida a un arancel a la importación del 15%, para el cuál, el mismo acuerdo de liberalización del comercio entre la Unión Europea y Sudáfrica con entrada en vigor el 1 de Enero del 2000 por el que se establece un calendario de desarme arancelario, es aplicable. Los productos procedentes de la Unión Europea recogidos en la posición 70.16.10 quedan incluidos en el anexo III lista 4 del acuerdo, por el que se establece que:

- cinco años después de la entrada en vigor del acuerdo (1 de Enero del 2000), el arancel quedará reducido a un 88% del derecho base
- seis años después de la entrada en vigor del acuerdo (1 de Enero del 2000), el arancel quedará reducido a un 75% del derecho base
- siete años después de la entrada en vigor del acuerdo (1 de Enero del 2000), el arancel quedará reducido a un 63% del derecho base
- ocho años después de la entrada en vigor del acuerdo (1 de Enero del 2000), el arancel quedará reducido a un 50% del derecho base
- nueve años después de la entrada en vigor del acuerdo (1 de Enero del 2000), el arancel quedará reducido a un 38% del derecho base
- diez años después de la entrada en vigor del acuerdo (1 de Enero del 2000), el arancel quedará reducido a un 25% del derecho base
- once años después de la entrada en vigor del acuerdo (1 de Enero del 2000), el arancel quedará reducido a un 13% del derecho base
- doce años después de la entrada en vigor del acuerdo, el arancel quedará totalmente eliminado

Se puede acceder directamente al arancel sudafricano y al texto íntegro del acuerdo a través de las siguientes páginas web (el arancel sudafricano coincide con el español en los seis primero dígitos).

Arancel sudafricano <http://www.rapidtp.com/tariff>

Acuerdo UE – SA http://europa.eu.int/eur-lex/en/archive/1999/1_31119991204en.html

El IVA (VAT) sobre este tipo de producto es del 14%

IV. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

Uno de los factores importantes para la exportación de baldosa a Sudáfrica es la distribución. Se recomienda prestar especial atención a la elección de la empresa sudafricana importadora. Es preferible **dirigirse a empresas importadoras de tradición en el mercado**, bien relacionadas con las empresas constructoras sudafricanas y con una red de distribución al público bien diferenciada.

Las distribuidoras sudafricanas se caracterizan por el stock nulo que mantienen; los pedidos se hacen sobre metros exactos del producto requerido por sus clientes; la regla general es que las empresas no mantienen baldosas en stock. Es más, el cliente interesado en comprar baldosa, una vez elegido el modelo, ha de saber que puede llegar a tardar alrededor de 6 semanas en recibirlo, y ha de pagar por adelantado el 20% del valor de su compra.

Por ello, cumplir los plazos de entrega y la planificación de las instalaciones comerciales es fundamental para las empresas de construcción sudafricanas, que cuidan mucho su imagen de seriedad y responsabilidad frente a los especificadores de estos productos y frente a las empresas constructoras del relativamente reducido mercado sudafricano

1.1. Canales de distribución

En el esquema de la distribución de baldosa y azulejo cerámico en Sudáfrica, encontramos dos tipos de empresas importadoras/ distribuidoras; aquellas que atienden al mercado de masas y aquellas que apuntan al segmento alto de la población.

Entre las primeras son destacables CTM y Tile Afrika, que al mismo tiempo son las empresas distribuidoras de los fabricantes locales Ceramic Industries y Johnson Tiles, respectivamente, pero que también importan.

Entre las del segmento alto destacan Ferreira's, Italtile, Italcotto, Union Tiles, On the Tiles, Kenzan Tiles y Eurotiles. Eurotiles y Union Tiles también podrían considerarse como distribuidores al segmento medio de la población.

1.2. Esquema de la distribución

Como ya ha sido mencionado en el punto anterior, el esquema de la distribución queda diferenciado entre las empresas distribuidoras a los segmentos de menor poder adquisitivo y las de mayor poder adquisitivo. Los importadores-distribuidores mantienen constante comunicación con especificadores y detallistas, y atendiendo al parámetro de la calidad del producto que distribuyan (gama alta Vs gama baja) y su directa relación con el precio.

- **Especializados en gama alta**, suelen ser empresas muy interesadas en tener entre sus productos referencias que supongan cierta ventaja comparativa respecto del resto. Por ello conocen bien los productos del mercado y viajan a ferias internacionales para contactar con posibles proveedores y consideran la exclusividad como una condición indispensable

Son empresas en general con **tradición importadora**, con cierta continuidad con sus proveedores pero siempre interesadas en localizar oportunidades y nuevos productos.

Sus pedidos no suelen ser muy voluminosos pero sí con **continuidad**. No almacenan y la necesidad de reposición es la que impulsa el pedido. El tamaño de estos pedidos dependerá de los proyectos de decoración y equipamiento tanto de viviendas como de instalaciones y colectividades a las que estén suministrando.

Estas empresas suelen tener su domicilio en Johannesburgo, Pretoria, Ciudad El Cabo y Durban, y cierta distribución en otros estados en forma de agencias o puntos de venta.

Como ya se ha comentado anteriormente, no es de extrañar que dispongan de puntos de venta donde poder examinar sus productos y donde se lleva a cabo también venta al detalle de sus referencias, aunque no sea este el principal objetivo de su negocio.

Encajarían aquí importadores-distribuidores como Ferreira's, Union Tiles, On the Tiles, Kenzan Tile, Italtile e Italcotto.

- **Especializados en gamas inferiores**, suelen ser empresas que consideran el precio como su principal variable y distribuyen a puntos de venta detallista destinados al segmento medio, medio-bajo del mercado.

Suelen estar pendientes de las copias o imitaciones de productos europeos que se fabrican en países como China o Brasil. Llegan a contactar con las empresas fabricantes del Sudeste Asiático con la finalidad de encargar ellos mismos la copia de algún producto.

Sus pedidos suelen ser de mayor volumen y los puntos de venta a los que se dirigen son de características diversas: cadenas especializadas en equipamiento de hogar, almacenes de descuento,...

En este tipo de productos, el **precio** suele ser un problema para los productos europeos frente a los productos locales y aquellos importados del Sudeste Asiático, ya que **fac-**

tores como la calidad, la fiabilidad y la duración no son lo suficientemente valorados.

Aquí encjaría, CTM, distribuyendo para las gamas más bajas de Ceramic Tiles, ya que Italtile lo hace al segmento más alto. Existen 110 tiendas CTM y 20 Italtile. Como se mencionaba con anterioridad, Italtile se dirige a un público con un poder adquisitivo superior a los 13000 rands/ mes, y CTM a un público con sueldos inferiores a 10000 rands/ mes. Italtile importa entre el 80% y 90% de los productos que vende, principalmente de Italia y España para los segmentos altos, y CTM el 30%.

La otra gran empresa fabricante local es Johnson Tiles, con distribuidora propia también para el segmento bajo y medio: Tile Afrika.

Tile Afrika apunta a los mismo segmentos que CTM, en contraste con Italtile, Union Tiles, Ferreira's, etc .

1.3. Principales distribuidores

Sudáfrica es un mercado muy competitivo por la abundante oferta local y por las importaciones procedentes del Sudeste asiático, un mercado donde el mayor porcentaje e la demanda se rige por parámetros de precio. Aún así, esta competencia no afecta al producto español, sino en su competencia con el producto portugués y ,principalmente, italiano, por cuestiones de diseño, estética y calidad. Como ya se han mencionado anteriormente, los distribuidores más destacables son, para las gamas bajas de producto CTM y Tile Afrika, que al mismo tiempo son las empresas distribuidoras de los fabricantes locales Ceramic Industries y Johnson Tiles, respectivamente, pero que también importan; y, para las gamas altas Ferreira's, Italtile, Italcotto, Union Tiles, On the Tiles, Kenzan Tiles y Eurotiles.

Los datos de los distribuidores aparecen especificados en el capítulo dedicado a contactos al final de este estudio.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

Dadas estas características del país, no cabe duda de que escoger un importador sin conocer el alcance de su distribución puede significar incurrir en un grave error y desaprovechar una parte importante de la demanda potencial.

La importancia de la variable “distribución” se ve agravada en Sudáfrica por la importancia del factor “**exclusividad**” o distribución en exclusiva.

Siendo un mercado muy competitivo, las empresas importadoras de un producto/ marca, suelen exigir la exclusividad en la distribución.

Esta exigencia será mayor en aquellos productos de gama alta donde los factores de distinción, diseño o novedad son valores importantes en los argumentos de venta. Esta exigencia también será mayor en aquellas empresas sudafricanas que por su magnitud

y distribución, puedan cubrir una parte importante del territorio/ demanda objetivo del país.

Dicho lo anterior, destacar que esta condición de exclusividad puede establecerse de forma legal entre las partes. El incumplimiento de estas cláusulas puede conllevar problemas legales a la empresa extranjera en caso de incumplimiento.

Pero más allá de problemas legales, el pretender suministrar a diversos importadores a la vez de forma paralela, no suele ser del agrado de importador que preferirá optar por otras marcas o proveedores que le garanticen esa exclusividad.

Si bien la fidelidad es importante, hay que asegurarse de que el importador esté dispuesto a promocionar y defender de forma suficiente los productos cuya exclusividad detenta. En caso contrario, el exportador español puede encontrarse con una exclusividad que no satisfaga las previsiones de ventas y de la cual le sea difícil librarse.

Esta premisa sólo podría verse incumplida en el caso de empresas fabricantes extranjeras que por su volumen y prestigio puedan permitirse cierta posición de fuerza ante el distribuidor o importador.

Cierta solución a esta problemática, puede ser el pactar con el importador la distribución exclusiva en aquellas provincias en las que realmente su presencia sea significativa. De esta forma, se puede evitar el cerrar las puertas a otros contratos de distribución en aquellas provincias en que otras empresas interesadas tengan una posición preponderante.

Otra posibilidad para evitar “errores” en la elección de un distribuidor será el pactar cifras mínimas de ventas anuales justificativas de este contrato en exclusiva

2.2. Estrategias para el contacto comercial

Para establecer el contacto comercial, sería recomendable el contactar paralelamente tanto con los importadores-distribuidores del segmento alto, así como con los especificadores a través del envío de catálogos inicialmente, ya que ellos determinarán, en gran medida las importaciones que hagan los distribuidores, y materializarán los contratos.

Bajo la denominación de **especificadores**, se recoge al colectivo de profesionales que en un momento u otro de la distribución aplican sus conocimientos técnicos para aconsejar en la toma de una decisión de compra.

Pueden encontrarse como especificadores a arquitectos, ingenieros, diseñadores de interiores, decoradores y similares.

El caso de **arquitectos e ingenieros**, suele ser vital para cierto tipo de productos ligados a grandes proyectos como zonas comerciales, hoteles, oficinas, etc. Estos profesionales intervienen en la decisión de compra ya que son también los encargados del equipamiento e instalaciones de los proyectos. Están en contacto con los directores de

grandes proyectos y suelen recibir mucha información de las empresas fabricantes e importadoras.

El caso de **diseñadores de interiores y decoradores**, suele estar menos ligado a aspectos de construcción en sí pero más relacionados con el interiorismo y creación de espacios. Este tipo de profesionales tienen también una importancia creciente en las decisiones de compra de los productos de gama media-alta, y por tanto en las decisiones de compra en el comercio detallista.

Tanto los fabricantes como distribuidores mayoristas y minoristas consultados destacan la sobresaliente importancia de esta figura en todo el proceso de venta.

En última instancia, sigue siendo aún así el consumidor final quién determina las calidades y tipo de baldosa que requiere, siendo el mercado sudafricano de gustos muy clásicamente rústicos y colores de otoño y beige.

Algunas direcciones donde se puede encontrar información sobre especificadores:

The South African Guild of Interior Designers (SAGID)

P.o. Box 954, Parklands 2121

Tel. 27-11-447 2380

Fax 27-11-447 5672

E-mail : info@sagid.co.za

Mr. Allan Fennell

South African Institute of Architects

Tel:27 11 886 9308/7

Fax: 27 11 8869362

Email: admin@saia.org.za

WEB: www.saia.org.za

2.3. Promoción y publicidad

Como se ha venido apuntando en los apartados anteriores, la importancia del especificador en la venta implica que las empresas distribuidoras opten por invertir gran parte de su presupuesto de comunicación y promoción en el marketing directo a estos profesionales.

Algunas de las empresas consultadas llegan incluso a preparar publicaciones periódicas con los catálogos de que disponen. Estos envíos selectivos de información van acompañados de seguimiento continuo, unas veces desde la empresa y otras mediante agentes comerciales que planifican sus visitas a los profesionales para dar a conocer las novedades y establecer algún tipo de negociaciones.

Pese a la importancia del marketing directo para estas empresas, también existen formas complementarias de comunicación que deben considerarse:

El catálogo: Si los recursos destinados al marketing directo son los más importantes, el disponer de un catálogo actualizado y de calidad es la herramienta imprescindible para la venta en el sector. Sobre todo para aquellos productos importados, novedosos y menos conocidos en el mercado.

Catálogos en inglés, con buena calidad de fotografía y papel, con especificaciones técnicas cuando sean importantes y adaptados a las tendencias del mercado para aquellos productos con fuerte componente estético y de diseño.

Presentar un catálogo desfasado o que no esté a la altura del producto que se quiere vender significa cerrar las puertas a cualquier tipo de contacto que queramos realizar. Hay que tener en cuenta que estos catálogos acabarán en manos de especificadores que conocerán el producto a través de dicho papel impreso, sus comentarios, sus fotografías y su composición.

Internet: Sudáfrica es un país donde cada vez se utiliza más internet y las nuevas tecnologías como medios de difusión, aunque todavía le quedan unos años para llegar a los niveles de Europa o EEUU. Cada vez son más las empresas que publican su catálogo por internet y que son usuarias de métodos de comunicación electrónica.

Disponer de una página web de la empresa, descripción de productos y servicio de atención al cliente, en este soporte facilita mucho las relaciones con las empresas sudafricanas. La distancia entre Sudáfrica y España es considerable y el disponer casi al instante de los detalles técnicos y estéticos de los productos agiliza de forma muy importante las relaciones entre el importador y el exportador.

Publicidad: Por lo que respecta al apartado publicidad, las empresas fabricantes o importadoras no suelen dedicar excesivos esfuerzos a la publicidad indiscriminada. Los posibles anuncios en publicaciones o revistas suelen estar más dirigidos a publicaciones especializadas que a revistas o publicaciones del estilo “lifestyle” de tirada más masiva y dedicadas a un público consumidor final de productos del hogar.

Revistas: Las publicaciones de este tipo donde es posible encontrar alguna información sobre productos del sector. Dirigidas a profesionales del sector diseño.

En tercer lugar revistas dedicadas al hogar o “lifestyle” como **Habitat** o **SA Garden and Home**.

V • ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

1. POBLACIÓN

- TOTAL POBLACIÓN: 45,45 Millones de habitantes
- POR SEXOS: Hombres 48,15% Mujeres 51,85%
- POR EDADES: 0-14: 32,0% 15-64:63,1% +65: 4,9%
- POR RAZAS: Negros:77,5% Blancos:11,4% Mulatos:8,7% Asiáticos (incluye hindúes) 2,5%
- POR PROVINCIAS: Northern Cape:2,0% Free State: 6,3% Mpumalanga: 7,0% North West:8,1% Western Cape:9,6% Limpopo:12,9% Eastern Cape:15,8% Gauteng:17,9% Kwazulu Natal:20,4%
- POR CIUDADES: Gran Johannesburgo: 5,2 millones (estimación) Pretoria:1,4 millones Durban:2.6 millones Ciudad del Cabo: 2.75 millones Port Elizabeth:1.3

1.2. Factores económicos

La economía de Sudáfrica creció en torno al 2% durante el 2003, considerablemente menos que en el año 2002 que creció por encima del 3,5%. A pesar de todo, Sudáfrica lleva creciendo moderadamente durante 6 años consecutivos. En el Presupuesto para el 2004/05 existe una estimación de crecimiento en torno al 3% y del 4% en el 2006. Las políticas son más expansivas pero sin enfrentarse abiertamente a las grandes des-

igualdades sociales La debilidad en el crecimiento real durante el tercer cuatrimestre del año 2003 se concentró en los sectores de la agricultura y manufacturas. El volumen de la producción real de agricultura decayó debido a problemas climáticos y, simultáneamente, el valor añadido real de las manufacturas registró, por tercer cuatrimestre consecutivo, contracción, en parte debido a la recuperación del tipo de cambio del Rand y a la falta de demanda externa.

EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (Millones de euros)	2000	2001	2002	2003 (Sept)
Exportaciones	31.730	30.526	30.993	11.429
Exportaciones a UE	11.133	10.198	8.784	
Importaciones	27.374	25.759	26.609	11.111
Importaciones de UE	10.916	10.340	10.873	

PIB	2000	2001	2002	2003
PIB (millones de US\$ a precios corrientes)	128.054	114.256	104.480	159.887
Tasa de variación real	3,1	2,6	3,5	1,9
Tasa de variación nominal	8,5	7,9	13,0	7,7
PIB por habitante (US\$)	2.931	2.918	3.261	3.451
INFLACIÓN				
Media Anual	5,4	5,7	10,1	4,1 (Nov)
Fin de periodo	4,1	4,1	17,1	

Fuente: South African Reserve Bank

Última actualización: Boletín Diciembre 2003

DEUDA EXTERNA (Billones de US \$)	1999	2000	2001	2002	2003 (Junio 2003)
Deuda denominada en divisa	23,9	24,9	24,0	25,0	26,4
Deuda denominada en Rands	15,0	12,0	6,8	7,7	9,7
TOTAL	38,9	36,9	30,8	32,7	36,1

Fuente: South African Reserve Bank

Última actualización: Boletín Diciembre 2003

A Diciembre de 2003 la deuda externa era 37.138 M\$US, un 13% más que en el 2002. Sin embargo, en relación con el PIB, el total de la deuda externa disminuyó desde un 31% a un 23% del PIB en el 2003. En el 2001 Sudáfrica renegoció la deuda heredada con la banca extranjera modificando su estructura. El grado de confianza en la economía ha mejorado y la deuda externa a largo plazo en moneda extranjera ha pasado al BBB en Mayo de 2003 y se amortizará completamente en el 2005. Sudáfrica nunca ha tenido problemas para pagar su deuda por su gran capacidad para generar divisas mediante sus exportaciones mineras.

No hay que olvidar que el problema más grave del país es la tasa de desempleo. La tasa de desempleo, según el Central Statistical Service, ha sido de 28,2% en el 2003. Si se incluyen los desempleados que ya no buscan empleo, sube hasta un 41/42%. En algunas regiones como Eastern Cape las tasas de paro se estiman en un 48%. La escasez de mano de obra cualificada es el problema añadido a la hora de generar empleo a corto plazo, entre la población joven desempleada. En el periodo comprendido entre Marzo 2003/Marzo 2004 se han destruido 72.000 puestos de trabajo en los sectores no agrícolas, según Statistics SA Survey of Employment.

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS (Millones de Euros)	2001	2002	%	2003	%
Combustibles y aceites obtenidos de minerales, crudo	3.487	2964	-15	3155	6
Componentes originales de equipos	2.389	2.492	4	2843	14
Turismos y otros vehículos de transporte	1.016	1.021	1	1282	25
Otras aeronaves (por ejemplo, aviones y helicópteros)	1.067	625	-41	995	59
Máquinas para el procesado de datos	773	677	-12	792	17
Emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión	706	770	9	759	-1
Medicamentos	583	509	-13	562	11
Diamantes, incluso trabajados son montar ni engarzar	480	495	3	548	11
Partes y accesorios de máquinas electrónicas	336	328	-2	469	43
Partes y accesorios de vehículos	367	399	9	433	9
SUBTOTAL	11.204	10.280	-8	11.838	15
TOTAL	28.642	27.830	-3	32.155	16

Fuente: SA Customs and Excise

Durante el 2003 se produjeron incrementos generalizados en los principales sectores importadores, especialmente en equipos electrónicos y maquinaria, vehículos y equipos de transporte, textiles y productos químicos, debido al empuje de la demanda interna y a la fortaleza del Rand. La estructura de los principales sectores importadores en relación con el total de las importaciones es la siguiente: Combustibles y petróleo (9,8%), equipos y componentes (8,8%), turismo y otros vehículos de transporte (4%), aeronaves (3,1%), ordenadores, lectores ópticos y magnéticos (2,4%), emisores de radiotelefonía (2,3%), medicamentos (1,7%), diamantes (1,7%), partes y accesorios de máquinas electrónicas (1,4%), partes y accesorios de vehículos (1,3%).

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS (Millones de Euros)	2001	2002	%	2002	%
7108 Oro en bruto, semilabrado o en polvo	4.016	4.276	6%	4.079	-5%
7110 Platino, en bruto, semilabrado o en polvo	-	2.933	100%	2.817	-4%
8703 Turismo y otros vehículos de transporte de personas	1.642	1.709	4%	1.851	8%
2701 Hulla, carbón	1.954	1.947	0%	1.590	-18%
7102 Diamantes, incluso trabajados sin montar ni engarzar	3.342	1.634	-51%	1.551	-5%
7202 Ferroaleaciones	893	1.089	22%	1.434	32%
8421 Aparatos para depurar líquidos y gases	1.219	1.024	-16%	1.057	3%
2710 Aceites de petróleo y de minerales bituminosos	1.204	924	-23%	1.008	9%
7601 Aluminio en bruto	723	745	3%	599	-20%
7219 Productos laminados planos de acero inoxidable	341	398	17%	546	37%
SUBTOTAL	15.334	16.679	9%	16.532	-1%
TOTAL	30.981	31.627	2%	31.968	1%

Fuente: SA Customs and Excise (no incluye las ventas netas de oro)

PAÍSES ORIGEN IMPORTACIÓN (Millones de Euros)	2001	2002	%	2003	%
ALEMANIA	4171	4344	4.2	4497	3.5
ESTADOS UNIDOS	3417	3251	-4.9	2973	-8.6
REINO UNIDO	2394	2530	5.7	2635	4.2
JAPÓN	1926	1932	0.3	2134	10.5
CHINA	1189	1440	21.1	1946	35.1
FRANCIA	1076	1139	5.9	1809	58.8
ARABIA SAUDITA	1933	1377	-28.8	1724	25.2
IRAN	1148	976	-15.0	1098	12.5
ITALIA	1052	1000	-4.9	990	-1.0
AUSTRALIA	788	785	-0.3	700	-10.9
BRASIL	772	495	-35.9	627	26.7
TAIWAN	596	548	-8.1	544	-0.6
PAÍSES BAJOS	533	507	-4.9	509	0.3
COREA DEL SUR	506	453	-10.3	490	8.0
SUBTOTAL	21.501	20.777	-3.4	22.676	9.1
TOTAL	28.642	27.830	-2.8	32.155	15.5

Fuente: SA Customs and Excise

PAISES DESTINO EXPORTACIÓN (Millones de Euros)	2001	2002	%	2002	%
ESTADOS UNIDOS	2.652	3.647	37,5%	2.917	-20,0%
REINO UNIDO	4.388	2.861	-34,8%	2.428	-15,1%
JAPÓN	1.424	2.508	76,1%	2.390	-4,7%
ALEMANIA	2.212	2.313	4,6%	1.853	-19,9%
PAÍSES BAJOS	1.256	1.258	0,2%	1.146	-9,0%
BÉLGICA	897	916	2,2%	748	-18,3%
ITALIA	871	792	-9,0%	693	-12,5%
CHINA	542	477	-12,1%	675	41,7%
ZIMBABWE	748	733	-2,1%	652	-11,0%
ESPAÑA	620	679	9,6%	631	-7,1%
SUIZA	229	561	144,8%	579	3,2%
MOZAMBIQUE	739	636	-14,0%	566	-11,0%
AUSTRALIA	494	515	4,2%	566	9,9%
FRANCIA	590	703	19,1%	543	-22,7%
TAIWAN	511	514	0,6%	502	-2,3%
SUBTOTAL	18.173	19.113	5,2%	16.889	-11,6%
TOTAL	30.981	31.627	2,1%	31.968	1,1%

Fuente: SA Customs and Excise

Los principales socios comerciales de Sudáfrica por orden de importancia son: Estados Unidos, Reino Unido, Japón y Alemania. La UE supone más del 40% del comercio internacional de Sudáfrica.

2. MONEDA

Rand (1 R = 100 centavos).

El tipo medio de cambio 2003 es € 1 = 8,530 R y a Agosto de 2004 es € 1 = 7,514

1.3. Distribución de la renta disponible

Como todas las economías emergentes Sudáfrica sufrió una crisis importante en 1998, con el Rand depreciándose y los tipos de interés alcanzando niveles históricos. Durante los años 1999 y 2000 la economía se recuperó gradualmente creciendo un 3,4%. En el 2001 a pesar del descenso de la actividad económica mundial pudo mantener una tasa de crecimiento del 2,2%. En el año 2002 creció por encima del 3,5% y durante el 2003 un 2%, así pues Sudáfrica lleva en crecimiento continuo los últimos 6 años. Las previsiones para el 2004/05 son de un crecimiento en torno al 3% y 4%.

Las políticas son más expansivas pero sin enfrentarse abiertamente a las grandes desigualdades sociales. La tasa de ahorro en relación con el PIB en el 2003, descendió desde un 16,5% en el 2002 a un 16%. Sudáfrica no es capaz de financiar la formación de capital mediante recursos propios y tiene que acudir a la financiación exterior. El ratio **tasa de ahorro**/formación bruta de capital cayó de 104% en el 2002 a un 95% en el 2003. La demanda interna en el 2003 permaneció estable, el gasto de las economías domésticas aumentó por la bajada de los tipos de interés, la disminución de la tasa de inflación y el crecimiento de la renta disponible

Asimismo, la fortaleza del Rand ha contribuido al descenso de los precios de los alimentos y ha neutralizado el aumento en el precio del petróleo. Los precios de los bienes importados descendieron desde un 15,5% en el 2002 a un menos 4,2% en el 2003. Asimismo, la competencia exterior ha influido en la disminución de los precios de la producción nacional que, durante el 2002 aumentaron un 13,5% mientras que en el 2003 sólo lo hicieron en un 3,9%. Las **tasas de inflación** se han mantenido dentro de los márgenes establecidos por el Banco de la Reserva (RB) y el Gobierno, entre un 3 y un 6%. A partir de Octubre de 2004, los precios regulados del sector público serán fijos, las autoridades locales y provinciales no podrán alterar estos precios con el fin de mantener los costes de producción y la tasa de inflación.

1.4. Tendencias sociopolíticas

...

MARCO POLÍTICO

- **FORMA DE ESTADO:** República. Estado federal con un Gobierno Central y nueve Gobiernos provinciales (Eastern Cape, Free State, Gauteng, KwaZulu-Natal, Mpumalanga, Northern Cape, Limpopo, North West y Western Cape).

Democracia parlamentaria multipartidista con sistema presidencialista y asamblea bicameral.

- **JEFE DE ESTADO:** Thabo Mbeki (Reelegido en las elecciones del día 14 de mayo 2004)

LENGUAS OFICIALES:

- Inglés:8,6% (utilizado en el mundo de los negocios)
- afrikáans:14,6%
- isiZulu:22,9%
- isiXhosa:17,9%
- sepedi: 9,2%
- setswana:8,3%
- sesotho:7,8%
- xitsonga: 4,4%

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

En lo referente a la segmentación de los consumidores sudafricanos hay que tener en cuenta el dato de que la renta per cápita media se sitúa en los 3.378 US\$. Sin embargo, este dato tiene escaso significado puesto que en este país existen grandísimas diferencias en el nivel de renta. A grandes rasgos, se puede decir que en Sudáfrica conviven dos tipos de sociedades:

Una sociedad de africanos de raza negra que vive de manera tradicional con una economía de subsistencia, y que no tiene capacidad adquisitiva.

Una sociedad de tipo occidental, formada por ciudadanos sudafricanos de origen europeo, concentrada en ciudades y con una renta per cápita media o media alta, en la que cada vez entran a formar parte una mayor proporción de población negra de clase media.

Sin embargo no sólo existen en la actualidad dos mercados, uno para la población blanca y otro para la población negra, sino que los hábitos de consumo de la población de color van cambiando a medida que aumenta su nivel de renta.

2.1. Hábitos de consumo

Respecto al comportamiento de la demanda de los últimos años, los profesionales del sector consultados han coincidido en ciertas **características**:

Incremento global de la demanda de productos de revestimiento y pavimento cerámico. Crecimiento estrechamente relacionado a la actividad de **construcción** de vivienda y comercial.

Importancia de **motivaciones** de compra como el diseño, la exclusividad y la diferenciación aunque claramente el que más influye actualmente es el **precio**.

2.2. Hábitos de compra

- Demanda según calidad/origen de producto

En cuanto a los recubrimientos domésticos, cabe destacar dos tipos de productos coexistiendo en el mercado.

Por una parte, cubriendo la mayor parte de la demanda productos de media-baja calidad, de precios muy ajustados y escaso valor añadido, nacionales y provenientes de Sudeste Asiático y Brasil.

Por otra parte, y coexistiendo con los anteriores, un segmento de la demanda satisfecha con productos de alta calidad, diseño innovador, precio más elevado y generalmente con origen en países occidentales: España e Italia.

Por ejemplo, un producto de origen europeo, con precio 110 Rand unidad (33x33) para el mayorista importador, puede encontrar productos competidores de origen asiático y nacionales por 25-30 Rand.

Si nos referimos de **forma global al sector baldosa/ azulejo cerámico**, hay que subrayar la clara **tendencia** al incremento en la importancia de la demanda de **productos de calidad y diseño**, sin lugar a dudas apoyado en un inmejorable marco macroeconómico y un fenomenal tirón en el sector de la construcción, tanto residencial como de otros tipos.

- Demanda urbana.

La concentración de habitantes en grandes ciudades, se traduce en una demanda principalmente procedente de áreas urbanas.

Para las provincias de Gauteng, Western Cape y Kwazulu Natal, el cubrir la demanda de sus principales ciudades (Pretoria, Johannesburgo, Ciudad del cabo, Durban) puede significar el atender al 60-70% de la demanda del país. Cualquier afán de distribución más allá de las ciudades deberá tener en cuenta una demanda totalmente atomizada y un incremento importante de los costes de distribución.

2.3. Preferencias

Para realizar predicciones respecto a la futura demanda baldosa cerámica es imprescindible tener en cuenta los indicadores del sector construcción, tanto comercial (hoteles, oficinas, fábricas...) como de vivienda.

Observando el comportamiento de la demanda de productos del sector, podemos concluir que sus variaciones guardan una evidente correlación con los indicadores de la construcción.

P50411 BUILDING STATISTICS												
G0000003/TOTAL VALUE OF BUILDING PLANS PASSED AT CURRENT PRICES///ACTUAL VALUES/UNIT: R1000/2000=100/MONTHLY/ (JAN-2000 - DEC-2003)												
UNIT: R1000	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
2000	1,026,683	1,723,859	1,639,018	1,290,304	1,977,841	1,730,662	1,952,531	1,784,285	1,658,969	1,967,366	1,934,859	1,662,350
2001	1,573,461	1,620,355	1,675,936	1,331,638	1,802,058	1,653,733	1,696,287	1,572,019	1,804,643	1,923,806	1,899,408	1,157,579
2002	1,392,224	2,106,361	1,893,402	2,036,574	2,559,011	2,150,663	2,181,841	2,254,687	2,127,758	3,123,322	2,252,113	1,754,206
2003	2,141,740	1,936,441	2,200,604	2,070,336	2,480,759	2,509,938	3,128,857	2,722,933	2,907,667	2,956,680	2,841,575	2,318,317

p50411 BUILDING STATISTICS												
G0010003/TOTAL VALUE OF RESIDENTIAL BUILDINGS AT CURRENT PRICES///ACTUAL VALUES/UNIT: R1000/2000=100/MONTHLY/ (JAN-2000 - DEC-2003)												
UNIT: R1000	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
2000	492,59	787,089	749,350	629,814	879,907	855,294	911,765	932,647	830,912	921,403	919,696	611,214

	5											
2001	725,361	836,784	933,489	742,978	1,006,490	904,990	893,707	839,388	968,469	1,196,410	982,841	658,017
2002	801,712	1,024,424	965,121	1,152,506	1,184,437	1,100,299	1,251,404	1,164,715	1,222,745	2,030,451	1,226,825	1,103,944
2003	940,456	1,184,508	1,379,225	1,199,250	1,255,211	1,472,746	1,791,810	1,634,145	1,752,426	1,743,383	1,726,395	1,325,070

p50411 BUILDING STATISTICS

G0020003/TOTAL VALUE OF NON-RESIDENTIAL BUILDINGS AT CURRENT PRICES///ACTUAL VALUES/UNIT: R1000/2000=100/MONTHLY/ (JAN-2000 - DEC-2003)

UNIT: R1000	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
2000	167,288	536,169	373,216	277,254	623,187	342,162	489,979	357,224	360,440	505,143	510,488	732,526
2001	494,719	307,366	303,878	209,133	293,506	300,500	366,953	247,416	306,265	186,942	318,627	140,452
2002	172,295	622,559	495,333	350,647	438,078	497,829	255,959	391,026	287,969	335,491	309,532	230,232
2003	684,141	227,515	223,313	281,248	383,890	380,987	456,508	397,908	469,442	450,735	379,252	414,108

P50411 BUILDING STATISTICS

G0130003/ADDITIONS AND ALTERATIONS///ACTUAL VALUES/UNIT: R1000/2000=100/MONTHLY/ (JAN-2000 - DEC-2003)

UNIT: R1000	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
2000	378,535	411,295	527,530	389,072	478,094	534,810	548,593	489,035	461,616	529,696	492,366	309,631
2001	339,137	454,828	416,891	358,044	470,977	419,703	405,612	450,525	491,111	499,957	550,083	327,356
2002	374,076	402,963	378,121	458,660	794,314	465,881	559,269	572,907	503,299	611,283	574,443	335,755
2003	407,199	410,343	466,147	457,239	651,943	507,114	679,428	532,675	528,758	588,397	568,723	447,557

Los cuadros anteriores aportan datos sobre el comportamiento de la inversión en construcción en los últimos cuatro años.

El sector construcción de forma global, goza de un **crecimiento** alto y sostenido en los últimos ejercicios económicos finalizados, con aumentos del 33% en los años 2001/2002 y del 22% en los años 2002/2003.

El incremento que ha sufrido la demanda de productos de revestimiento y pavimento cerámico en los últimos tres ejercicios ofrece un comportamiento paralelo al “boom” del sector de la construcción en el país.

El 65% de total del sector es de uso residencial y la mayor parte ubicada en zonas urbanas de Gauteng, Western Cape y KwuaZulu-Natal. Se espera también crecimiento espectacular para este año.

Las mayores tasas de crecimiento del subsector residencial se han traducido en mayores tasas de incremento de la demanda de baldosa y azulejo de hogar.

El subsector residencial

Las predicciones en la construcción residencial apuntan hacia un crecimiento en torno al 20% para el próximo ejercicio.

El boom inmobiliario que se está produciendo y el incremento en los indicadores de construcción residencial, implicarán un aumento importante en la demanda de revestimientos y pavimentos cerámicos domésticos para los próximos ejercicios.

Con respecto a la construcción residencial, los segmentos con mejores expectativas de futuro son: la nueva construcción de lujo y semilujo, y el segmento relativo a reformas del hogar. Estos segmentos tienen mayor potencial entre aquellos propietarios de mas alto nivel de renta. Este grupo incluye unos 3,3 millones de propietarios que residen principalmente en los grandes núcleos urbanos. Un 54% de los propietarios blancos realizan mejoras en sus hogares cada año, gastándose una media de 20.000 Rands, frente al 9% de los propietarios negros que se gastan una media de 5.000 R. Durante 2002, las condiciones fueron mejores de lo esperado, pero el aumento en los costes de los inputs están afectando en general a los beneficios del sector.

Las reformas que se suelen realizar van desde las ampliaciones, reparaciones y mantenimiento, reformas estructurales hasta obras de decoración. Como consecuencia de la situación de criminalidad en el país, la gente pasa mas tiempo en casa y por lo tanto tratan de construirse un entorno lo mas seguro, cómodo y agradable posible, centrado en torno a la vivienda y al jardín. Por esta razón, las reformas más comunes se realizan en las zonas de recreo, seguidas por la cocina, mejora de los baños y de los accesorios de interior como puertas, iluminación y suelos.

Subsector no residencial

Pese a que la importancia relativa del sector no es tan importante como el residencial, las construcciones comerciales, de oficinas, áreas industriales, etc se ha visto incrementada un 26% y un 20% en los últimos 3 años.

Se espera que hasta el 2010, en vistas al mundial de fútbol que se va a celebrar en el país, la tendencia en el crecimiento se sostenga.

No obstante, la construcción no residencial ha venido mostrando un comportamiento menos cíclico que la residencial. Por ello se espera que los cambios de tendencia en la demanda en el sector comercial sean más moderados que en el caso de elementos domésticos.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La demanda de productos españoles se asocia a **productos de gama media-alta** de valor añadido, en competencia con marcas italianas, y **con precios algo más ajustados** que sus competidores directos.

Siguen siendo las más populares las importaciones españolas de productos más clásicos, fiables, de calidad y con gran componente de diseño tradicional. Es importante aún así, tener bien referenciados en el catálogo tanto los productos de corte clásico así como productos de nuevo diseño, calidad y acabados.

Cabe señalar que los esfuerzos realizados en el diseño e innovación están siendo muy positivamente valorados por los importadores locales, con aprecio por productos de imagen y carácter propio, alejados de las tentaciones a la imitación. Productos presentados en catálogos de impecable factura y completamente actualizados.

El buen equilibrio conseguido entre calidad, diseño y precio por el producto español ha conseguido fidelizar a ciertos importadores y despertar el interés creciente de empresas tradicionalmente no compradoras de producto de origen español. A esto también ha ayudado la fuerza actual del rand.

Otra de las cualidades del producto español apreciadas por los importadores sudafricanos es la personalidad y el servicio prestado por las empresas españolas. La concepción de la empresa española en este sector como dinámica, con interés por los clientes, favorece igualmente el trato comercial con este país.

VI. ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

Sudáfrica tiene una tradición ferial bastante limitada. La mayoría de las ferias en todos los sectores son de carácter muy local o preferentemente enfocada en el África subsahariana. La presencia internacional es aun limitada, aunque va en aumento. El sector de revestimiento cerámico no es una excepción.

Los profesionales entrevistados prefieren acudir a ferias de talla internacional en Europa antes que invertir recursos en las ferias locales. Parece destacarse de forma mayoritaria el conocimiento de las ferias de Milán en primer lugar, Hannover y Valencia. No se destaca la asistencia a ninguna feria en Asia o Estados Unidos.

A pesar de ello, se puede destacar como feria local la denominada **Decorex**. Esta feria se celebra en las ciudades de Johannesburgo, Ciudad del Cabo y Durban. El organizador es la empresa Rai, cuyos datos de contacto son:

Tel:+27 11 549 8300

Fax:+27 11 549 8500

Email:angela@rai.co.za

Web: www.rai.co.za

La próxima edición de Johannesburgo será del 5 al 9 de Agosto en Ghallager Estate. Midrand

**DECOREX SA INCORPORATING KITCHENS, BATHROOMS ETC AND FLOORS,
WALLS AND WINDOWS**

Start Date: 8/5/2004 **End Date:** 8/9/2004
Visitor Profile: Both **Type:** Exhibition
Country: South Africa **City:** Johannesburg
Venue: Gallagher Estate
Product Groups: Interior décor and design, featuring flooring, furniture, soft furnishings, kitchens, bathrooms, etc
Organiser: South Africa Rai
Organiser's Membership Status: Ordinary
Contact Person: Sue Gannon
Telephone: +27 11 549 8300 **Fax:** +27 11 549 8500
Email: sue@rai.co.za
Website: www.decorax.co.za
Nett m² Exhibition Space Indoor: 5 533
Nett m² Exhibition Space Outdoor: -
Number of Exhibitors at last Exhibition: 390
Number of Visitors at last Exhibition: 55 000
Are above figures verified?: Yes
Method of verification: ABC Audit

DECOREX CAPE INCORPORATING KITCHENS, BATHROOMS ETC

Start Date: 4/22/2004 **End Date:** 4/25/2004
Visitor Profile: Both **Type:** Exhibition
Country: South Africa **City:** Johannesburg
Venue: Cape Town International Convention Centre

Product Groups: Interior décor & design, featuring flooring, furniture, soft furnishings, kitchens, bathroom etc

Organiser: South Africa Rai

Organiser's Membership Status: Ordinary

Contact Person: Sue Gannon

Telephone: +27 11 549 8300 **Fax:** +27 11 549 8500

Email: sue@rai.co.za

Website: www.decorex.co.za

Nett m² Exhibition Space Indoor: 2500

Nett m² Exhibition Space Outdoor: -

Number of Exhibitors at last Exhibition: 260

Number of Visitors at last Exhibition: 25000

Are above figures verified?: Yes

Method of verification: ABC Audit

2.

INTERBUILD AFRICA

Start Date: 8/4/2004 **End Date:** 8/7/2004

Visitor Profile: Trade **Type:** Exhibition

Country: South Africa **City:** Johannesburg

Venue: Expo Centre

Product Groups: Building and construction, materials and equipment, internal fittings, lighting, flooring etc

Organiser: Specialised Exhibitions (Pty) Ltd

Organiser's Membership Status: Ordinary

Contact Person: Roz Nash

Telephone: +27 11 835 1565 **Fax:** +27 11 496 1161

Email: roz@specialised.com

Website: www.interbuild.co.za

Nett m² Exhibition Space Indoor: 1 490
Nett m² Exhibition Space Outdoor: -
Number of Exhibitors at last Exhibition: 84
Number of Visitors at last Exhibition: 5035
Are above figures verified?: Yes
Method of verification: ABC Audit

MALL EXPO

Start Date: 8/4/2004 End Date: 8/7/2004
Visitor Profile: Trade Type: Exhibition
Country: South Africa City: Johannesburg
Venue: Expo Centre
Product Groups: Design, interiors, construction and management of shopping malls
Organiser: Specialised Exhibitions (Pty) Ltd
Organiser's Membership Status: Ordinary
Contact Person: Roz Nash
Telephone: +27 11 835 1565 Fax: +27 11 496 1161
Email: roz@specialised.com
Website: www.specialised.com/mall
Nett m² Exhibition Space Indoor: 281
Nett m² Exhibition Space Outdoor: -
Number of Exhibitors at last Exhibition: 21
Number of Visitors at last Exhibition: 5 035
Are above figures verified?: Yes
Method of verification: ABC Audit

Otras Ferias:

MARCH 2004	EXHIBITION	EXHIBITION DETAILS	CONTACT DETAILS	MARKET
18 - 22	Decorex KZN incl. Kitchen & Bathroom Faire International Convention Centre Durban	A blend of the best interior design and décor. Featuring flooring, furniture and soft furnishings, and incorporating the Kitchen and Bathroom Faire.	Sue Gannon Tel: (011) 549-8300 Fax: (011) 549-8500 E-mail: sue@rai.co.za Website	Trade & Consumer
	Hot Property Pavilion co-located with Decorex SA International Convention Centre Durban	Co - located with Decorex KZN, the Hot Property Pavilion will showcase the best property developments and agents in the country, featuring freehold, sectional-title and timeshare properties.	Sue Gannon Tel: (011) 549-8300 Fax: (011) 549-8500 E-mail: sue@rai.co.za Website	Consumer

3. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

Revistas

South African Decor & Design

The complete Buyer's Guide

POBOX 189

Newlands 7700

Tel 27-21-424 3112

Fax 27-21-424 3117

Email: info@sadecor.co.za

Website: www.sadecor.co.za

Ms. Marcia Margolius

Architect and Builder

POBOX 2360, Clareinch 7740

Tel: (021) 683 3766

Tel/Fax: (021) 671 7348

Email: info@archibuild.co.za

Floors in Africa

POBOX 25260, Monument Park 0105

Tel: (012) 374 7530

Fax: (012) 347 7523

Email: floors@mediainafrika.co.za

Planning

Architectural & Planning review for Southern Africa

Avonwold Publishers

Tel 27-11-788 1610 / 280 5170

Fax 27-11-280 5781

Ms. Cecile Koping

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Building

Avonwold Publishers
Tel 27-11-788 1610 / 280 5170
Fax 27-11-280 5781
Ms. Cecile Koping

Asociaciones y Organismos del sector de la construcción

Csir

Meiring Naude Road, Brummeria, Pretoria
PO BOX 395, Pretoria 0001
Tel: +27 12 841 29 11
Fax: +27 11 349 11 53
Website: www.csir.co.za

Es la principal asociación Sudafricana comprometida con el desarrollo tecnológico en todos los campos de la industria para favorecer un desarrollo sostenible y un continuo crecimiento económico.

Building Industries Federation SA

Tel: +27 (0) 11 205 9000
Fax: +27(0) 3151644
Email: bifsa@bifsa.org.za
Website : www.bifsa.org.za

Chartered institute of building southern africa

Tel: +27(0)112347877
Fax: +27(0)112348354
Email: admin@ciob.co.za
Website: www.ciob.co.za

Construction Education & Training Authority

Tel: +27(0) 11 265 59 00
Fax: +27(0) 11 265 5924
Email: corporateservices@ceta.co.za
Web: www.ceta.co.za

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Construction Industry Development Board

Tel: +27(0) 12 343 7136

Fax: +27(0) 12 343 7154

Email: cidb@cidb.org.za

Web: www.cidb.org.za

CSIR. Building and Construction Technology

Email: rmilford@csir.co.za

Web: www.csir.co.za

Department of Housing

Tel: +27(0) 12 4211311

Fax: +27(0) 123418510

Email: mandla@housepta.pwv.gov.za

Web: www.housing.gov.za

Gauteng Master Builders Association

Tel: 27(0) 11805 6611

Fax: +27(0) 118056718

Email: gmba@mweb.co.za

Web: www.gmba.org.za

National Home Builders Registration Council

Tel: +27(0) 113485700

Fax: +27(0) 11 789 2092

Email: ntombik@nhbrc.co.za

Web: www.nhbrc.org.za

National Housing Finance Corporation

Tel: 27(0) 11 644 9800

Fax: +27(0) 11 484 6406

Email: jolam@nhfc.co.za

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Web: www.nhfc.co.za

SA Council for the Architectural Profession

Tel: +27 11 455 1700

Fax: +27 11450 1715

Email: rinadt@architecturalcouncilsa.com

Web: www.architecturalcouncilsa.com

SA Federation of Civil Engineering Contractors

Tel: +27 11 455 1700

Fax: +27 11450 1715

Email: contract@safcec.org.za

Web: www.safcec.org.za

SA Institute of Architects

Tel: +27 11 782 1315

Fax: +27 11 782 8771

Email: admin@saia.org.za

Web: www.saia.org.za

SA Planning Institute

Tel: +27 11 425 4502

Fax: +27114254502

Email: sapi@worldonline.co.za

Web: www.saplanner.org.za

Timber Trade Federation of Southern Africa

Tel: +27 11 454 3549

Fax: +27 11 453 7318

Email: whsmith@timbertarde.co.za

Web: www.timbertrade.co.za

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Empresas importadoras y distribuidoras

KENZAN TILES

Address : "222 Cape Road, Port Elizabeth"

P O BOX 3684

NORTH END 6056

Tel : 041 373 6456

Fax : 041 373 6464

E-mail: rodb@kenzan.co.za

Web: www.kenzantiles.co.za

MR. MICHAEL VAN TONDER

Description : "Importers of the latest designs in ceramic, porcelain, terracotta, conglomerate, crystal quartz and mosaic floor and wall tiles. High-quality marble floor finishes for corporate and residential interiors, kitchen countertops, vanities, etc. Design consultants are available to assist with expert advice."

GAUTENG

ABSOLUTE TILES

Address : "Unit 9, Pineslopes Retail, Phase 2, Cnr Pineslopes Boulevard & The Straight, Fourways"

P O BOX 74121

LYNNWOOD RIDGE 0040

Tel : 011 465 0725

Fax : 011 465 8497

E-mail: wiltrusb@absolutetiles.co.za

Web: www.absolutetiles.co.za

MR. WILTRUS BOSHOFF

Description : "Specialists in tiles, flooring and finishes. An incredible range of imported slate, natural stone, glazed ceramics, porcelain and terracotta, including top-branded carpets and laminated flooring."

Importan recubrimientos de España, Italia, Indonesia y Turquía. Asisten a las ferias internacionales de recubrimientos, incluyendo Cevisama. Tienen centros en Pretoria y en Johannesburgo .

AFRICOTTA - ECHO OF THE EARTH

Address : "Wetherlys Decorating Warehouse, Cnr Hans Strijdom Driver & River Road, Kya Sands"

Tel : 011 482 5898

Fax : 011 957 2988

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Email : info@afrocotta-tiles.co.za

Web : www.afrocotta-tiles.co.za

Description : "Manufacturers of durable, handmade tiles, suitable for indoors and outdoors. There are 25 different colours to choose from in various sizes, with custom-made border patterns and inlays. Affordable prices directly to the public."

BRITI DIRECT CC

Address : "11 Zeemanstreet, South Crest, Alberton, 1449"

P O BOX 124096

ALRODE 1451

Tel : 011 869 0638

Fax : 011 385 0003

CEL: 083 555 6789

E-mail : briti@yebo.co.za

Web site: www.britidirect.com

MR. JOHAN POTGIETER

Description : "Manufacturers of unique, 100% natural clay tiles in rustic Tuscan style, with no dyes or artificial colourants added, in the age-old tradition. Their terracotta clay is mined at their quarry, where the clay is over 3 500 million years old, and ripened for six months. Their Antique range is fired for longer, giving unique coloration changes in each tile. "

B & S Tiles

1 Albert St. Lenasia

P O BOX 5617

Lenasia 1820

Tel 27-11-854 4347

Fax 27-11-854 3640

E-mail: bstiles@myisp.co.za

Mr. M.A. Mahomed

Suministradores de recubrimientos para suelos y sanitarios. Importan recubrimientos cerámicos de España, Italia, Brasil, Egipto, Indonesia y Turquía. También hacen re-exportación a otros países de la región. Tienen una tienda en Johannesburg y otra en Pietersburg.

BAETA'S BUILDWARE

P O BOX 2181

Northriding 2162

Tel 27-11-462 6045

Fax 27-11-462 1601

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Mr. George Baeta

CERAGRAN

P O BOX 19654

Pretoria West 0117

Tel 27-12-327 2411

Fax 27-12-327 2415

Web : www.ceragran.co.za

Ms. G. Gaspari

Importan recubrimientos y mármol de España e Italia.

CERAMIC DISTRIBUTORS

P O BOX 15097

Hurlyvale 1611

Tel 27-11-609 6519

Fax 27-11-609 4692

E-MAIL: jodac@iafrica.com

Mr. J.G. Da Costa

Agente especializado en la representación de empresas españolas de recubrimientos cerámicos. En la actualidad representa a seis empresas.

CARRIM K BUILDERS HARDWARE

P O BOX 46036

Belle Hombre 0142

Tel 27-12-323 1316

Fax 27-12-323 1130

E-MAIL: info@carrim.co.za

WEB. www.tile.co.za

Mr. A.B. Carrim

Mr. Z. Carrim

Importan baldosas y mármol de España.

CASABELLA HOUSE OF TILES

Address : "34 Palm Avenue, Green Hills, Randfontein"

P O BOX 6166

GREEN HILLS 1767

Tel : 011 692 1520

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Fax : 011 692 1520

CEL. 082 903 7819

E-mail : casabella@yebo.co.za

MR. CARLOS DE PONTE

Description : "Exclusive distributors of Fila floor treatment products. Importers and brokers of porcelain tile products, imported marble, ceramic, cotto, mosaic and rustic clay roof tiles. Personal consultation and design offered."

CERAMIC CREATIONS

Address : "88 Fourth Avenue, Melville"

P O BOX 43971

TERESA PARK 0155

Tel : 011 726 2162

Fax : 011 726 2452

E-mail : ceramiccrea@mweb.co.za

MRS. ELAINE LABUSCHAGNE

Description : "Designers and creators of Art Nouveau, Victorian, African and contemporary tiles, glazed in translucent jewel colours, for use as dados, inserts, washstands and hall stands as well as external garden decorations. Products found in outlets around the country. "

COMPOSIL TILE & FLOORING CC

P O BOX 2506

Pinegowrie 2123

Tel 27-11-886 5323

Fax 27-11-787 6317

Mr. Randall Lewis

DESIGNER TILING SERVICES (PTY) LTD

P O BOX 1902

BEDFORDVIEW 2008

Tel : 011 455 3954

Fax : 011 450 3350

CEL. 083 601 0452

E-mail : tonymailme@telkomsa.net

MR. TONY PETRONE

Description : "Established in 1989, this company offers a wide range of services which include project coordination and the preparation, maintenance and modification of new and existing installations. Tiling and general contracting of domestic and industrial projects

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

complete the company's repertoire. Among the company's many successes are various restaurants at Johannesburg International Airport."

EUROTILE

P O BOX 2821

Randburg 2125

Tel 27-11-886 6555

Fax 27-11-886 6556

E-MAIL: eurotile@cis.co.za

Mr. Gus Koussa – MD-

Mr. M. Babak – General Manager –

Importan baldosa cerámica y mármol principalmente de España e Italia. Cuentan con centros de distribución en Johannesburg, Pretoria, Cape Town y Port Elizabeth.

FACTORY TILE SHOP

P O BOX 13578

Laudiun 0037

Tel 27-12-666 8948

Fax 27-12-666 8779

Mr. Stephen May

FERREIRAS DECOR WORLD

Address : "Hans Strijdom Drive, North Riding"

North Riding

P O BOX 49

Honeydew 2040

Tel : 011 699 3500

Fax : 011 699 3506

E-mail : gus@ferreiras.co.za

Web site: www.ferreiras.co.za

Mr. G. Rosa

Description : "Ferreiras Decor World are suppliers and retailers of a range of imported sanitaryware, bathroom furniture and accessories, porcelain, ceramic tiles and doors."

Empresa comercializadora que se dedica a la compra - importación - distribución de materiales de construcción. Pertenecen al grupo ELIAD. Distribuyen accesorios para baño y cocina, sanitarios, productos DO IT YOURSELF, artículos de ferretería, puertas, ladrillos, tejas, recubrimientos cerámicos y mármol. Importan de distintos países según el mercado objetivo. Así para abastecer al segmento bajo del mercado importan de Sudamérica (Argentina, Uruguay, Brasil), para el segmento medio - alto importan de España y de Portugal, y para el segmento alto importan de Italia. Tienen 4 tiendas en la zona de

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Johannesburgo y Pretoria, y cuentan con una buena red de agentes por todo el país. Importan entre 40 y 50 contenedores por mes y venden sus productos tanto a empresas contratistas de grandes obras a través de su departamento Ferreira's Architectural / Corporate and Contracts Division, como a otros mayoristas y al público en general. Están importando mosaicos de bajo precio procedente de Asia, especialmente de Indonesia.

GO BANANAS TILE MANUFACTURERS

Address : "Unit 6, 370 Kruger Street, Strydom Park"

Tel : 011 793 1945

Fax : 011 793 4286

E-mail : lanrob@mweb.co.za

Web :

Description : "Manufacturers of cement-based, non-slip and pre-sealed terracotta-style floor tiles, all rated for commercial use. Available in three sizes and 20 colours. Also available are skirting and step tiles, window sills and flagstones (550 x 550)."

ITALTILE

Address : "Cnr William Nicol Drive & Peter Place, Bryanston"

P O BOX 1689

RANDBURG 2125

Tel : 011 510 9050

Fax : 011 510 9060

E-mail : italtile@italtile.co.za

Web site: www.italtile.com

COUZISJ@italtile.co.za

Mr. John Couzis

Description : "Offers a varied and exciting range of first-grade fashion tiles, matching trimmings, sanitaryware, bathroom accessories and taps, all of which are displayed in their beautiful showroom. They stock everything from ceramic tiles to sheets of mosaics. "

Según sus propias estimaciones cubren el 20% - 25% del mercado de pavimentos y revestimientos cerámicos, abarcando tanto el segmento alto como el bajo del mercado.. Importan de Italia, Brasil y de España.

JNB CERAMICA CC

Address : "Unit 12, High Tec Village, Superior Road, Midrand"

P O BOX 3648

HALFWAY HOUSE 1685

Tel : 011 805 5066 / 12

Fax : 011 805 0874

CEL. 083 654 7972

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

E-mail : jnb@jnb.co.za

Web : www.jnb.co.za

MRS JENNY BICCARI

Description : "An expert in the field of high-traffic, hard-wearing ceramic and porcelain floor tiles. The company services range from the interpretation of clients' individual requirements, through design recommendations, to the supply of tiles to meet particular specifications. It distributes only first-grade tiles of the highest quality, backed by suitable guarantees."

Importadores de baldosa cerámica, porcelana y mármol de Italia, España y Portugal. Trabajan con arquitectos y contratistas para proyectos.

JOHNSON TILES (PTY) LTD

Address : "Porcelain Road, Olifantsfontein"

PRIVATE BAG X4

OLIFANTSFONTEIN 1665

Tel : 011 316 3133

Fax : 011 316 2863

E-mail : michelle@norcrossa.com

MRS. MICHELLE SOUTHGATE

Description : "Manufacturer of glazed ceramic tiles, which comply with international standards, for walls and floors. Producers of ceramic tile adhesive."

LACOTTA POTS & TILES

Address : "45 Harris Avenue, Sebenza"

P O BOX 9439

EDENGLLEN 1613

Tel : 011 609 8770

Fax : 011 609 8131

Email : rayfields@icon.co.za

Web : www.lacottasa.co.za

MR. DENNIS RAYFIELDS

Description : "Specialist manufacturers and suppliers of cement floor tiles and paving products, as well as a large range of decorative and plant pots for indoor or garden use. All products are made in a variety of styles, sizes and colours. Effective non-slip surfaces can be supplied."

MODA TILES

Address : "Shop 91, The Glen Village North Shopping Centre, Cnr Hans Strijdom & Olympus Drive, Faerie Glen"

POSTNET SUITE 370

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

PRIVATE BAG X4
MENLO PARK 0102
Tel : 012 991 5464
Fax : 012 991 5462
E-mail : modap@mweb.co.za
Web : www.modatiles.co.za

MR. CARLOS MARTINS

Description : "Retailers of exclusive Italian tiles, offering specialised advice. Moda Tiles is not only synonymous with quality and exclusivity, they represent a craft which is inspired by the cultural heritage of Italian ceramics. Express your own artistic creativity in the wide selection of Italian porcelain tiles that Moda Tiles presents. "

MOSAIC ARTS CC

Address : "107 Siersteen Street, Silvertondale"
P O BOX 15235
LYNN EAST 0039
Tel : 012 804 7392
Fax : 012 804 8498
E-mail : mosaicarts@mweb.co.za
Web : www.mosaicarts.co.za

MRS. MARINA EHLERS

Description : "Designers and manufacturers of quality hand-cut decorative mosaics. Suppliers of glass and ceramic mosaic tiles. They make murals, floors, pool designs, borders, tables and mirrors from glass, smalti, marble, glazed and unglazed ceramics."

ON THE TILES (PTY) LTD

Address : "Northlands Deco Park, Cnr Witkoppen & Newmarket Roads, North Riding"
PRIVATE BAG X1
NORTHRIDING 2162
Tel : 011 462 4640
Fax : 011 462 4645
E-mail : ginaw@onthetiles.co.za
Web : www.onthetiles.co.za

Ms. Evone De Almeida

Description : "Suppliers of high-quality porcelain, glazed porcelain and ceramic wall and floor tiles from all over the world. Trained consultants will advise on selection, layout and design. Suitable for corporate and domestic applications."

Importan de baldosa cerámica de alta calidad de España e Italia. Tienen centros de distribución en Johannesburg, Cape Town y Pretoria.

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

ON THE TILES (PTY) LTD

Address : "1199 Pretorius, Cnr Duncan Street, Hatfield"

Tel : 012 342 3177

Fax : 012 342 3228

Email : salespta@onthetiles.co.za

Web site: www.onthetiles.co.za

Description : "Suppliers of high-quality porcelain, glazed porcelain and ceramic wall and floor tiles from all over the world. Trained consultants will advise on selection, layout and design. Suitable for corporate and domestic applications."

OMEGA TILES

POBOX 620

Ferndale 2160

Tel 27-11-792 6870

Fax 27-11-792 8017

Mr. J. Giattas

Peter Kroll Designer Tiles

Address : "Shop 34, Gleneagles Road, Greenside Factory: 160d AG de Witt Drive, Fishers Hill, Germiston"

Tel : 011 486 1676

Fax : 011 455 1948

Email : mwpkdt@mweb.co.za

Web site: www.peterkrolltiles.co.za

Description : Manufacturers of hand-made ceramic tiles glazed in vibrant yet natural shades. They also supply hand-painted decor tiles and a full colour range of mosaic tiles.

BUILDERS WAREHOUSE (PRETORIA PORTLAND SUPPLY)

POBOX 16

Pretoria 0001

Tel 27-12-379 6008

Fax 27-12-377 0641

E MAIL: foley@bwgroup.co.za

MR. RODNEY FOLEY

Distribuyen azulejos blancos

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

SANITARY CITY GROUP

POBOX 3355

Halfway House 1685

Tel 27-11-315 5920

Fax 27-11-315 5935

micheal@sancity.co.za

Mr. Mervyn Klitzner

Distribuidores de materiales de construcción, pavimentos, recubrimientos y sanitarios.

SAN MARCO TILE CENTRE

Address : "Cnr Atlas & Northrand Roads, Boksburg"

Tel : 011 918 3800

Fax : 011 918 3847

Email : sales@sanmarcotile.co.za

Web site: www.sanmarcotile.co.za

Description : "The most remarkable range of imported tiles, reflecting the sophistication and warmth of Italy, with South African flair. San Marco offers high-quality and durable tiles with stain-resistant and anti-slip properties. Also, sanitaryware, bathroom vanities and accessories, taps, adhesives, grouting, trims and bullnoses. "

SPEC TILES CC

Address : "Shop H204, Melrose Arch, 22 Crescent Drive, Melrose North"

Tel : 011 684 1333

Fax : 011 684 1200

Email : spectilesjhb@iafrica.com

Web site:

Description : "Specialist suppliers of polished, unpolished and glazed porcelain as well as ceramic floor and wall tiles. SpecTiles are renowned for their large-format porcelain tiles at very affordable prices. Their sales staff are all trained to help with design and colour co-ordination and to advise on the latest trends for corporate and residential projects."

SPEC TILES CC

Address : "Shop 17, Menlyn Piazza, Glenmanor Avenue, Menlyn Park, Pretoria, 0001"

Tel : 012 361 7838

Fax : 012 361 7846

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Email :

Web site:

Description : "Specialist suppliers of polished, unpolished and glazed porcelain as well as ceramic floor and wall tiles. SpecTiles are renowned for their large-format porcelain tiles at very affordable prices. Their sales staff are all trained to help with design and colour co-ordination and to advise on the latest trends for corporate and residential projects."

TAAF HAMMAN TRADING

POBOX 1005

Highlands North 2037

Tel 27-11-882 1000

Fax 27-11-882 5403

E-MAIL: taafhamm@mweb.co.za

Mr. Herman Dicks

Importadores-distribuidores de recubrimientos para suelos. Importan baldosa cerámica y porcelana de España. Tienen empresas asociadas para la distribución de recubrimientos: en Cape Town - LANGLEY FLOORING - y en Durban -DERECK LOGAN FLOORING -

TILE AFRIKA

POBOX 1315

Cramerview 2060

Tel 27-11-938 1287

Fax 27-11-938 1538

tafrika@icon.co.za

Mr. Sam Rego

Importador-distribuidor de recubrimientos y pavimentos que se abastece en un 50% de productores locales y 50% de importaciones. Compran a los principales productores locales e importan principalmente baldosa cerámica de España, Italia y Sudamérica. Tratan de cubrir todos los segmentos del mercado aunque no abastecen artículos de gran lujo. Distribuyen sus productos principalmente entre empresas contratistas. Tienen tres establecimientos. Según sus propias estimaciones, ellos abastecen el 16% - 20% del mercado de recubrimientos cerámicos

TILE MANIA

Address : "Shop 20, Atterbury Decor Centre, Atterbury Road, Faerie Glen"

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

P O BOX 26117

MONUMENT PARK 0105

Tel : 012 998 0386

Fax : 012 998 0387

Email : tilemania@worldonline.co.za

MR. ABDUL KANANI

Description : "Importers and distributors of fine tiles for bathrooms, kitchens and floors."

TILE TAPESTRIES

Address : "88 Fourth Avenue, Melville"

Tel : 011 726 2162

Fax : 012 541 0213

Email :

Web site:

Description : Exquisite hand-made decorative Victorian Art Nouveau and African tiles glazed in translucent jewel colours.

TILES OF ITALY

Address : "Shop 1, Banbury Cross Village, Cnr Olievenhout & Hans Strijdom Ave, North Riding "

P O BOX 1068

HONEYDEW 2040

Tel : 011 704 6209

Fax : 011 704 0245

Email : tileit@icon.co.za

Web site: www.tilesofitaly.co.za

MR. D.H. SERRETTA

Description : Importers and stockists of quality Italian glazed ceramic and full-body porcelain wall and floor tiles for discerning buyers of quality tiles and decor. They carry a wide range of beautiful wall and floor tiles as well as the Atom'Gres range of porcelain full-body tiles.

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

TOPAZ TERRAZZO

Address : "Unit 6, 370 Kruger Street, Strydom Park"

P O BOX 7167

WELTEVREDEN PARK 1715

Tel : 011 793 1945

Fax : 011 793 4286

Email : lanrob@mweb.co.za

MR. LANROB ROBINSON

Description : "Topaz is a monocappa (single layer) terrazzo product. Tiles are available in 300 x 300mm, 400 x 400mm, 400 x 600mm and 600 x 600mm. Topaz is used widely in domestic and high-traffic environments, such as airports, hospitals, hotels and shopping malls. It is also available in sizes to suit counter tops and vanities and is a less expensive option than other natural stone."

TILES BY DESIGN

POBOX 3559

Tyger Valley 7536

Tel/fax 27-11-917 1184 (Johannesburg)

Móvil 083-330 5332

Tel 27-21-910 2645/6/7 (Cape Town)

Fax 27-21-910 2648 (Cape Town)

Mr. Rob Talamonti

Pequeño importador de cerámica y piedra natural. Importan de Italia, España y Taiwán.

TILE DECOR

POBOX 357

Bedfordview 2008

Tel 27-11-455 4500

Fax 27-11-455 4249

MRS. ROSE DILLON

Importadores/distribuidores de recubrimientos pertenecientes al grupo Union Tiles. Importan de España, Italia, Uruguay y Turquía. Tienen tiendas en Randburg y Bedfordview.

TILE WAREHOUSE

POBOX 16

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Pretoria 0001

Tel 27-12-335 2500

Fax 27-12-335 4494

E MAIL: chriscrossman@twhouse.co.za

Mr. CHRIS Crossman

Importan y distribuyen recubrimientos cerámicos. Tienen una tienda en Pretoria.

TILES BY TILES CC

POBOX 621

North Riding 2162

Tel 27-11-791 2236

Fax 27-11-791 2253

Mr. M. Falconer

Importadores de recubrimientos cerámicos y azulejo. Importan de cinco empresas españolas, así como de Italia, Turquía y Sudamérica.

TORINO TILES

Address : "28 Holzgen Street, Brackenhurst, 1448"

Tel : 011 867 6970

Fax : 011 867 9670

Email : torino@iafrica.com

Web site:

Description : "Manufacturers of decorative tiles for a wide range of applications, which include handcrafted listellos, dado rails, mosaics and pebbles."

TRANSIT FLOOR COVERINGS

Address : "Unit F1, Palisades Business Park, Kelly Road, Jet Park"

Tel : 011 397 3330

Fax : 011 397 3810

Email : transitf@mweb.co.za

Web site: www.transittiles.com

Description : Studded PVC floor tiles manufactured in South Africa for heavy floor-traffic applications as well as domestic use. Available in six designs and eight colours. Stair-edge

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

finishing trims and step tiles for right-angled constructed stairs. Also conductive floor covering for the protection of electronic equipment.

UNION TILES

Address : "19 North Reef Road, Bedfordview,"

Tel : 011 455 4220

Fax : 011 455 5395

Email : info@uniontiles.co.za

Web site: www.uniontiles.co.za

Mr. A.V. Ghisleni

Description : "Suppliers of imported and local wall and floor tiles in marble, granite, slate and sandstone, ceramic, porcelain, terrazzo, wood, clay roof tiles and slate roof tiles, and manufacturers of cementitious paints and Roman plasters. "

Gran cadena de distribución de materiales de construcción, recubrimientos, mármol, granito y accesorios para baño. Importan pavimentos y recubrimientos de España, Italia y Portugal. Distribuyen a empresas contratistas y almacenes de DO IT YOURSELF.

UNIVERSAL CERAMICS

60 Selati St.,

Alphenpark 0081

Tel 27-12-346 4400

Fax 27-12-346 4401

Mr. G. Harris

Distribuyen recubrimientos de fabricantes locales como Samcor y Johnson's. Tienen una sola tienda.

VISUAL ACCENTS INTERNATIONAL

POBOX 30234

Kyalami 1684

Tel 27-11-468 1944

Fax 27-11-702 2074

Ms. A. Becker

Importan y representan a empresas de recubrimientos cerámicos y alfombras. Son agentes de la empresa americana de alfombras y moquetas SHAW.

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

YORKE CERAMIC TILES & ACCESSORIES

POBOX 6883

Halfway House 1685

Tel 27-11-315 5734

Fax 27-11-315 5748

Mr. C. Battass

Importan recubrimientos cerámicos de Emiratos Arabes. Tienen sus oficinas centrales en Durban y cuentan con un centro de distribución en Johannesburg.

KWAZULU-NATAL

A. BAKER BROS & SONS

POBOX 2573

Durban 4000

Tel 27-31-577 0652

Fax 27-31-577 2660

Mr. Arif Baker

CAPTILE 21 (PTY) LTD

Address : "2a Emmarentia Road, Hilton"

Tel :

Fax : 086 672 6149

Email : jwalker@mweb.co.za

Web site: www.captile21.co.za

Description : Specialising in natural stone circles and design strips incorporating brass and stainless steel and natural stone products.

DURBAN TILING

POBOX 47394

Greyville 4023

Tel 27-31-312 2210

Fax 27-31-312 1917

Mr. A. Hopkins

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

GERALCO

POBOX 1483
New Germany 3620
Tel 27-31-705 4273
Fax 27-31-705 4264
Mr. J. Allan

JUST TILES DURBAN

POBOX 2141
Durban 4000
Tel 27-31-332 8581
Fax 27-31-332 5768
rommie@tiles.co.za
Mr. Butch Coetzee

El 60% de los materiales que distribuyen son importados procediendo en un 20% de España y en un 50% de Italia. También importan de Sudamérica, China y Turquía. Venden a otros mayoristas y a consumidores finales sobre todo para cocina y baño.

JUST TILES PORT ELIZABETH

POBOX 2559
North End 6056
Tel 27-41-451 3602
Fax 27-41-451 3849
Mr. Kelvin Brownless

El 60% de los materiales que distribuyen son importados procediendo en un 20% de España y en un 50% de Italia. También importan de Sudamérica, China y Turquía. Venden a otros mayoristas y a consumidores finales sobre todo para cocina y baño.

LAMSEN HOMES

POBOX 484 Brickfield Rd
Overport 4067
Tel 27-31-207 1482

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Fax 27-31-209 7912

Mr. Mohamed Moosa

MAHARANI TILES & SANWARE

Address : "228 Brickfield Road, Overport, Unit 2, Millennium Home Centre, 1 Tetford Circle, La Lucia Ridge, Umhlanga "

Tel : 031 207 1410 5

Fax : 031 208 2233

Email : maharanidbn@maharanitiles.co.za

Web site: www.maharanitiles.co.za

Mr. A. Mahomed

Description : "A tile and sanware gallery, providing the latest quality products from Europe. Their tiles include various shades and finishes, from sandstone and terracotta to glazed porcelain. They also stock an extensive range of imported sanitaryware, taps and accessories. Bathroom layouts and designs on Autocad are an added customer service."

Importadores distribuidores de baldosa cerámica. Importan de España.

MALLS CERAMIC TILES

3-9 Garth Rd.

Mayville 4091

Tel 27-31-207 6451

Fax 27-31-207 6455

Mr. Hassan Mall

Importadores y distribuidores de recubrimientos cerámicos. Tienen una tienda en Durban y otra en Cape Town. Importan de España.

TILE BURO

POBOX 50414

Musgrave Rd. 4062

Tel 27-31-312 0853

Fax 27-31-312 5908

Mrs. Carole Harpur

TILE & DESIGN STUDIO

Address : "35 Lakedale Road, Parlock"

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Tel : 031 577 2964

Fax : 031 577 2964

Email : graham_larkan@yahoo.com

Web site: www.sagid.co.za

Description : Importers and manufacturers of marble and ceramic tiles.

TILE STYLES

Address :

Tel : 031 267 0368

Fax : 031 267 0368

Email : info@tilestyles.co.za

Web site: www.tilestyles.co.za

Description : "Tiles Styles can design and cut and assemble materials such as marble, granite, terrazzo, porcelain tiles, glass, metal or wood, with additional textures such as brass, stainless steel and beads. Their wide spectrum of designs is suitable for homes, hotels and game lodges. Comapny logos are also undertaken"

YORKE CERAMIC TILES & ACCESSORIES

POBOX 3635

Durban 4000

Tel 27-31-468 5791

Fax 27-31-468 5794

Mr. A. Yorke-Smith

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

WESTERN CAPE



BLUESLADE INTERNATIONAL

P O BOX 1124

Sunvalley 7985

Tel 27-21-782 7725

Fax 27-21-782 7725

E-MAIL: bluslade@mweb.co.za

Mr. Des Commins

Importan azulejos y mármol de Grecia e Italia.

"TILE HOUSE, THE"

Address : "122 Marine Drive, Paarden Eiland"

Tel : 021 506 3020

Fax : 021 506 3030

Email : jalmon@thetilehouse.co.za

Web site:

Description : "Suppliers of an exclusive range of ceramic, porcelain, terracotta and natural stone tiles. Also an extensive range of listellos, mosaics and decorative tiles."

CLAYTILE (PTY) LTD

Address : "Bottelary Road (M23), Koelenhof, Stellenbosch District"

Tel : 021 865 2914

Fax : 021 865 2834

Email : info@claytile.co.za

Web site: www.claytile.co.za

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Description : "Manufacturers of pure clay quarry tiles. The tiles are fired to high temperatures in a kiln, using fuel oil which imbues them with rich, natural colours. No two tiles are exactly alike. The product is suitable for indoor and outdoor use. The tiles are an ideal interior decorating accessory as the warm, natural colours complement any colour scheme. "

DOUGLAS JONES TRADING T A DOUGLAS JONES COLLECTIO

Address : "Unit E2, Prime Park, Mocke Road, Diep River"

Tel : 021 706 7251

Fax : 021 706 7259

Email : djtrading@telkomsanet djmosaics@telkomsa.net

Web site: www.douglasjones.co.za

Description : "Specilising in the wholesale of the widest range of imported mosaics in Southern Africa, including ceramics, porcelain, glass, opal, marble, stainless steel and crystal mosaics. Available at all leading tile retailers or contact us for assistance."

EARTHMAID TILES

Address : "45 Fraser Street, Knysna"

Tel : 044 384 1689

Fax : 044 384 1689

Email : earthmaid@mweb.co.za

Web site: www.earthmaidtiles.com

Description : "Creators and designers of tiles inspired by nature, hand-made with careful attention to detail. The tiles are vitreous and fired at high temperatures, so that they can be enjoyed for many years. "

GLASSTILE

Address : "5 Transvaal Street, Paarden Eiland"

Tel : 021 552 1200

Fax : 021 552 1210

Email : sewen@iafrica.com

Web site: www.glasstile.co.za

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Description : "Manufacturers and suppliers of glass tiles. Glasstile achieves a depth of colour not previously obtained in ceramic tiles. The colours are energetic, from a palette of strong reds and yellows through to warm and subtle naturals. With 55 colours and 10 modular sizes, from 25x25mm mosaic to 300x300mm including borders, there are limitless possibilities. Suitable for kitchens, bathrooms and swimming pools."

ITALCOTTO

Address : "Italcotto Centre, Oswald Pirow Street, Cape Town, 8001"

Tel : 021 425 4192

Fax : 021 425 4850

Email : italproj@iafrica.com

Web site: www.italcotto.co.za

Description : "Suppliers of local and imported quality wall and floor tiles, including ceramic, porcelain, terracotta., marble, travertine, sandstone and slate."

ITALTILE

Address : "Cnr Koeberg & Omrumba Road, Montague Gardens "

Tel : 021 552 2101

Fax : 021 552 2106

Email : chetty@italtile.co.za

Web site: www.italtile.com

Description : "Offers a varied and exciting range of first-grade fashion tiles, matching trimmings, sanitaryware, bathroom accessories and taps, all of which are displayed in their beautiful showroom. They stock everything from ceramic tiles to sheets of mosaics. "

KENZAN TILES

Address : "37 Paarden Eiland Road, Paarden Eiland"

Tel : 021 510 8310 1

Fax : 021 510 8317

Email : rodb@kenzan.co.za

Web site: www.kenzantiles.co.za

Description : "Importers of the latest designs in ceramic, porcelain, terracotta, conglomerate, crystal quartz and mosaic floor and wall tiles. High-quality marble floor finishes for

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

corporate and residential interiors, kitchen countertops, vanities, etc. Design consultants are available to assist with expert advice."

JUST TILES CAPE TOWN

POBOX 607

Paardeneiland 7420

Tel 27-21-510 5555

Fax 27-21-510 5666

Mr. I. Lello

El 60% de los materiales que distribuyen son importados procediendo en un 20% de España y en un 50% de Italia. También importan de Sudamérica, China y Turquía. Venden a otros mayoristas y a consumidores finales sobre todo para cocina y baño.

LACOTTA POTS & TILES

Address : "Ferndale Drive, Sunset Industrial Park, Ottery"

Tel : 021 703 9285

Fax : 021 703 9287

Email : lacotta@mweb.co.za

Web site: www.lacotta.co.za

Description : "Specialist manufacturers and suppliers of cement floor tiles and paving products, as well as a large range of decorative and plant pots for indoor or garden use. All products are made in a variety of styles, sizes and colours. Effective non-slip surfaces can be supplied."

LEO TILES

Address : "Industrial Road, Kraaifontein Industrial, Exit 34, Off N1"

Tel : 021 988 9491

Fax : 021 987 1639

Email :

Web site:

Description : Specialise in a range of hand-made clay tiles.

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

LOVRICK

Address : "79 Seventh Avenue, Maitland"

Tel : 021 593 8570

Fax : 021 593 9367

Email :

Web site:

Description : Manufacture and supply terrazzo tiles.

MED' BLUE CERAMICS

POBOX 7 Brand St. - Glencairn Heights

Simonstown 7975

Tel 27-21-782 5281

Fax 27-21-782 2979

medblue@interkom.co.za

Mrs. Kate Scott

MODA TILES

Address : "Shop 13, Paarden Eiland Road, Paarden Eiland "

Tel : 021 510 0963 4

Fax : 021 510 0969

Email : modatile@kingsley.co.za

Web site: www.modatiles.co.za

Mr. Carlos Martins

Description : "Retailers of exclusive Italian tiles, offering specialised advice. Moda Tiles is not only synonymous with quality and exclusivity, they represent a craft which is inspired by the cultural heritage of Italian ceramics. Express your own artistic creativity in the wide selection of Italian porcelain tiles that Moda Tiles presents. "

Cuentan con una tienda en Pretoria y otra en Johannesburg. Venden principalmente recubrimientos italiana.

MOSAIC WORKS D FIONA BERRISFORD

Address : "16 Cecil Street, Claremont"

Tel : 021 671 6686

Fax : 021 683 1002

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Email : clipclop@iafrica.com

Web site:

Description : "Creative mosaics hand-made to order. Manufacturers of carefully crafted artworks for swimming pools, fountains, shower floors, bathroom walls, tabletops and mirror frames or anywhere you fancy."

PENNY PINCHERS

POBOX 43375

Woodstock 7915

Tel 27-21-460 9300

Fax 27-21-460 9350

Mr. A. Gilbert

Importante cadena de supermercados de materiales de construcción que cubren toda la zona del Cabo y Port Elizabeth. Cuentan con 6 tiendas y otros tantos agentes en la zona. Sus productos van destinados al sector de renta media /baja. Importan de España, Italia, Brasil, Uruguay y Argentina.

QUADRATA CAPE CC

Address : "Shop 2, Cristy Centre, Kendal Road, Diep River, 7800"

Tel : 021 712 1357

Fax : 021 712 8094

Email : quadratacape@webmail.co.za

Web site:

Description : "The Winckelmans, modern to Victorian. Need to recreate the splendour of a Victorian mansion., a magnificent piazza or an understated quiet elegance? The Winckelmans 'Old English' tile has the edge. A wonderful range of colour and design capabilities make this fifth-generation French family tile the perfect tool. "

SHAW TEC TILES

Address : "Spes Bona Road, Fisantekraal, Durbanville, 7550"

Tel : 021 976 8089

Fax : 021 976 8089

Email : ajshaw@telkomsa.net

Web site:

Description : Manufacturers of hand-made quarry tiles.

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

SPEC TILES CC

Address : "Unit 106, The Foundry Courtyard, Prestwich Street, Green Point, 8001"

Tel : 021 419 1021

Fax : 021 419 1033

Email : spectilesct@iafrica.com

Web site:

Mr. M. Herzenberg

Description : "Specialist suppliers of polished, unpolished and glazed porcelains, as well as ceramic wall and floor tiles. Spec Tiles are renowned for their large-format porcelain tiles at very affordable prices. Our sales staff are all trained to help with design and colour co-ordination and to advise on the latest trends for corporate and residential projects. Visit our showrooms in Johannesburg or Cape Town."

Distribuyen pavimentos y revestimientos cerámicos, que importan de España (20%) y de Italia (80%). En España tienen un agente y son los representante exclusivos de 3 empresas españolas en Sudáfrica. Importan entre 10 - 15 contenedores por mes, y sus productos van orientados al segmento medio - alto del mercado.

TILETORIA

POBOX 580

Paardeneiland 7420

Tel 27-21-511 3125

Fax 27-21-511 3119

Mr. J. Futeran

TOP TEN TILES

POBOX 44678

Claremont 7735

Tel 27-21-674 4868

Fax 27-21-674 4866

ttt@new.co.za

Mr. E. Kannemeyer

Pequeña empresa que distribuye recubrimientos cerámicos.

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

TRAMONTE TILES

Address : "2 Gousblom Street, Milnerton"

Tel : 021 555 0882

Fax : 021 555 2018

Email : tramonte@iafrica.com

Web site:

Description : "Suppliers of laminated and timber flooring, exclusive sanitaryware and taps, ceramic and porcelain tiles, stone baths and basins."

TWINES TILES

Address : "10 Mains Avenue, Kenilworth, 7708"

Tel : 021 797 0006

Fax : 021 797 1471

Email : siebert@mweb.co.za

Web site:

Description : Hand-made decorative tiles.

OTHERS

AFRICAN EARTH

Address : "10 Charolais Street, Potgietersrus, Limpopo Province"

Tel : 015 491 8642

Fax : 015 491 8610

Email : factory@africanearth.co.za

Web site: www.africanearth.co.za

Description : "Manufacturers of clay tiles from locally mined clay with an interesting, exciting range of earthy colours. Tile sizes range from 100 x 100mm to 400 x 400mm. African Earth is currently manufacturing four different roof tiles, the most popular being the Brosley. Special products such as mosaics, step tiles and skirting tiles."

AFRICAN EARTH

Address : "19 Valley Road, Jacanlee, Randburg"

Tel : 011 476 4454

Fax : 011 476 4454

Email : africanearth@telkomsa.net

Web site:

AVIVA MARBLE (PTY) LTD

Address : "Plot 7, Schietpoort, Bronkhorst, Mpumalanga"

Tel : 013 935 7150 1

Fax : 013 935 7156

Email : avivasa@avivamarble.co.za

EL MERCADO DE REVESTIMIENTO CERÁMICO EN SUDÁFRICA

Web site: www.avivamarble.co.za

Description : "Established in 1992, for the past decade the company has been striving for perfection in creating inlay designs and listellos to enhance homes and offices. They work in natural stone, ceramics, porcelain and clay, and supply only to tile retailers. "

