

El mercado de pavimentos y recubrimientos cerámicos en Suecia



El mercado de pavimentos y recubrimientos cerámicos en Suecia

Este estudio ha sido realizado por Jesús González bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Estocolmo

Agosto 2004

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES	4
II. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
III. OFERTA	7
1. Tamaño del mercado	7
2. Producción local	8
3. Importaciones	9
IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	15
V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	18
VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	19
VII. DISTRIBUCIÓN	20
VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	22
IX. ANEXOS	23
1. Empresas	
2. Ferias	23
3. Publicaciones del sector	26
4. Asociaciones	28
5. Otras direcciones de interés	

I. CONCLUSIONES

La previsión para el sector de la cerámica para construcción en los próximos años es de crecimiento, aunque ralentizado. Los pavimentos y revestimientos cerámicos están progresivamente sustituyendo a otros materiales, lo que se observa en el aumento constante en el consumo per cápita anual, que sin embargo aún es bastante inferior a la media europea. Al mismo tiempo, la actividad constructora, en crisis desde principio de los años 90, se está reactivando

Sin embargo, hay que tener en cuenta que Suecia constituye un mercado bastante pequeño (Noruega, con la mitad de población importa una cantidad similar de pavimentos y revestimientos cerámicos, alrededor de 8 millones de metros cuadrados) y está dominado por las importaciones italianas, que se aprovecha de una mejor logística, que facilita la importación de pequeñas cantidades de diferentes productores y la entrega rápida de los pedidos. Al mismo tiempo, el incremento de las importaciones de azulejos producidos en Turquía o China (en este último caso a través de agentes españoles o italianos, ya que las empresas suecas del sector carecen del tamaño necesario para importar directamente de fabricantes chinos) amenaza las exportaciones de productos cerámicos de rango medio-bajo.

II. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Este estudio analiza el mercado sueco de pavimentos y revestimientos cerámicos, tanto aquellos barnizados o esmaltados (partida arancelaria 6908) como aquellos sin barnizar o esmaltar (partida 6907).

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

69.07	PLACAS Y BALDOSAS, DE CERAMICA, SIN BARNIZAR NI ESMALTAR, PARA PAVIMENTACION O REVESTIMIENTO; CUBOS, DADOS Y ARTICULOS SIMILARES, DE CERAMICA, PARA MOSAICOS, SIN BARNIZAR NI ESMALTAR, INCLUSO CON SOPORTE:
6907.10.00.00	Plaquetas, cubos, dados y artículos similares, incluso de forma distinta de la cuadrada o rectangular, en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm.
6907.90	Los demás:
6907.90.10.00	Baldosas dobles del tipo 'Spaltplatten'.
	Los demás:
6907.90.91.00	De gres.
6907.90.93.00	De loza o de barro fino.
6907.90.99.00	Los demás.

EL MERCADO CERÁMICO EN SUECIA

69.08

PLACAS Y BALDOSAS, DE CERAMICA, BARNIZADAS O ESMALTADAS, PARA PAVIMENTACION O REVESTIMIENTO; CUBOS, DADOS Y ARTICULOS SIMILARES, DE CERAMICA, PARA MOSAICOS, BARNIZAODS O ESMALTADOS, INCLUSO CON SOPORTE:

6908.10

Plaquitas, cubos, dados y artículos similares, incluso de forma distinta de la cuadrada o rectangular, en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm:

6908.10.10.00

De barro ordinario.

6908.10.90.00

Los demás.

6908.90

Los demás:

De barro ordinario:

6908.90.11.00

Baldosas dobles del tipo 'Spaltplatten'.

Los demás, cuyo mayor espesor sea:

6908.90.21.00

Inferior o igual a 15 mm.

6908.90.29.00

Superior a 15 mm.

Los demás:

6908.90.31.00

Baldosas dobles del tipo 'Spaltplatten'.

Los demás:

6908.90.51.00

De superficie inferior o igual a 90 cm².

Los demás:

6908.90.91.00

De gres.

III. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Partida 6907, miles de coronas suecas

	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento periodo
Producción	68.366	58.437	63.642	68.359	n.d.	-0,01%
Importaciones	41.526	42.976	63.089	83.150	97.889	135,73%
Exportaciones	21.451	30.521	25.951	35.278	39.840	85,73%
Indicador de consumo aparente	88.441	70.892	100.780	116.231	n.d.	31,42%

Fuente:SCB

Partida 6908, miles de coronas suecas

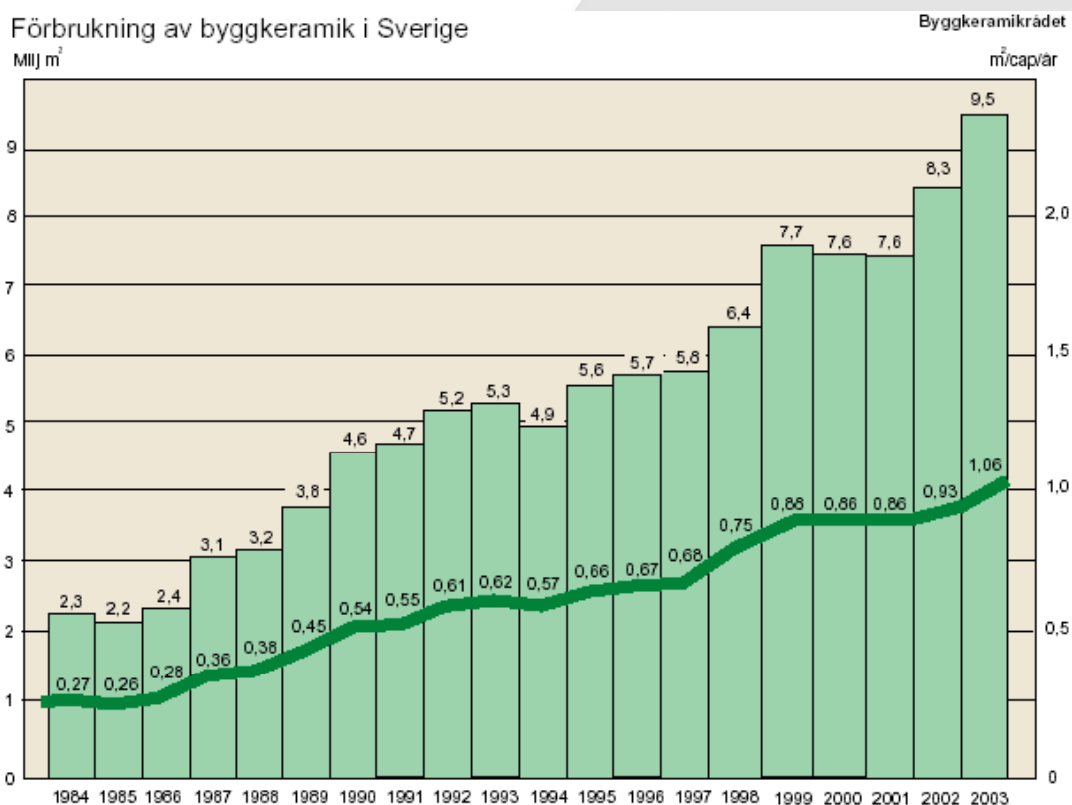
	1999	2000	2001	2002	2003	Crecimiento periodo
Producción	5.664	3.286	8.821	5.845		3,20%
Importaciones	366.995	390.301	451.338	478.038	509.925	38,95%
Exportaciones	26.627	28.410	30.774	28.303	25.694	-3,50%
Indicador de consumo aparente	346.032	365.177	429.385	455.580	n.d.	31,66%

Fuente: SCB

Como se puede ver en el gráfico inferior, el consumo de cerámica para la construcción ha aumentado constantemente durante los últimos 20 años, tanto en términos absolutos como per cápita, aunque todavía está lejos del consumo medio de la Unión Europea en 2003, de 2,71 m² por persona y año¹.

¹ Fuente: ASCER (Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos)

Consumo de cerámica para construcción en Suecia



Fuente: Byggkeramikrådet

2. PRODUCCIÓN LOCAL

La producción local es mínima en el caso de cerámica esmaltada o barnizada (PA 6908) y de mayor importancia en el caso de cerámica sin barnizar o esmaltar (PA 6907), aunque en este caso apenas llega a constituir la mitad del consumo local, muy inferior al de cerámica esmaltada, como se puede apreciar en las estadísticas anteriormente expuestas.

La producción cerámica sueca se concentra en el sur del país, en el noroeste de Skåne. El principal productor es la empresa CC Höganäs, perteneciente al grupo italiano Ricchetti. Es líder del mercado sueco en azulejos “clinker” con una cuota del 25% y una capacidad de producción de 350.000 metros cuadrados.

EL MERCADO CERÁMICO EN SUECIA

3. IMPORTACIONES

Italia es líder indiscutible en las importaciones suecas de cerámica, con España ocupando el segundo lugar en las exportaciones de cerámica esmaltada y el cuarto en cerámica no esmaltada. En el conjunto de las exportaciones españolas de cerámica, Suecia ocupó en el año 2003 el puesto 30 en los mercados de exportación españoles para cerámica esmaltada con más de 11,6 millones de euros y 1,85 millones de metros cuadrados, lo que representó el 0,63% de las exportaciones españolas por valor y el 0,57% por superficie. En cerámica no esmaltada, se exportaron a Suecia 9.200 metros cuadrados por valor de 109.500 euros, lo que constituyó el 0,1% en superficie y 0,15% en valor de las exportaciones de esta partida y por lo que Suecia se encuentra en la posición 64 en los mercados de exportación españoles.

IMPORTACIONES SUECAS DE CERÁMICA ESMALTADA, PARTIDA 6908

Año 1999, miles de coronas suecas

País	Valor	% cuota importación
1 Italia	175.454	47,81%
2 España	77.380	21,08%
3 Finlandia	23.784	6,48%
4 Turquía	22.317	6,08%
5 Alemania	17.787	4,85%
6 Rep. Checa	12.690	3,46%
7 Portugal	12.368	3,37%
8 Dinamarca	6.247	1,70%
9 Reino Unido	4.044	1,10%
10 Irlanda	3.922	1,07%
Total 10 principales	355.993	97,00%
Resto	11.002	3,00%
Total importaciones	366.995	

Fuente:SCB

Año 2000, miles de coronas suecas

País	Valor	% cuota importación
1 Italia	180.297	46,19%
2 España	77.817	19,94%
3 Turquía	22.559	5,78%

EL MERCADO CERÁMICO EN SUECIA

4 Alemania	21.261	5,45%
5 Finlandia	19.293	4,94%
6 Portugal	16.365	4,19%
7 Rep. Checa	12.172	3,12%
8 Irlanda	11.369	2,91%
9 Dinamarca	8.307	2,13%
10 Francia	3.679	0,94%
Total 10 principales	373.119	95,60%
Resto	17.182	4,40%
Total importaciones	390.301	

Fuente: SCB

Año 2001, miles de coronas suecas

País	Valor	% cuota importación
1 Italia	210.506	46,64%
2 España	85.862	19,02%
3 Dinamarca	37.902	8,40%
4 Turquía	26.600	5,89%
5 Alemania	22.601	5,01%
6 Finlandia	15.314	3,39%
7 Rep. Checa	13.129	2,91%
8 Portugal	11.698	2,59%
9 Francia	5.814	1,29%
10 Holanda	4.925	1,09%
Total 10 principales	434.351	96,24%
Resto	16.987	3,76%
Total importaciones	451.338	

Año 2002, miles de coronas suecas

País	Valor	% cuota importación
1 Italia	216.050	45,20%

EL MERCADO CERÁMICO EN SUECIA

2 España	95.658	20,01%
3 Turquía	36.658	7,67%
4 Dinamarca	24.789	5,19%
5 Finlandia	21.016	4,40%
6 Alemania	19.833	4,15%
7 Portugal	17.487	3,66%
8 Rep. Checa	14.594	3,05%
9 Reino Unido	6.166	1,29%
10 Holanda	5.418	1,13%
Total 10 principales	457.669	95,74%
Resto	20.369	4,26%
Total importaciones	478.038	100%

Fuente:SCB

Año 2003, miles de coronas suecas

País	Valor	% cuota importación
1 Italia	242.123	47,48%
2 España	86.717	17,01%
3 Turquía	42.301	8,30%
4 Alemania	28.312	5,55%
5 Dinamarca	23.027	4,52%
6 Finlandia	20.921	4,10%
7 Portugal	19.343	3,79%
8 Rep. Checa	12.675	2,49%
9 Holanda	8.068	1,58%
10 Reino Unido	4.849	0,95%
Total 10 principales	488.336	95,77%
Resto	21.589	4,23%
Total importaciones	509.925	100%

EL MERCADO CERÁMICO EN SUECIA

IMPORTACIONES CERÁMICAS NO ESMALTADA 6907

Año 1999, miles de coronas

País	Valor	% cuota importación
1 Italia	18.472	44,48%
2 Alemania	9.621	23,17%
3 Finlandia	4.468	10,76%
4 España	3.780	9,10%
5 Dinamarca	2.851	6,87%
6 Francia	650	1,57%
7 Irán	500	1,20%
8 Holanda	404	0,97%
9 Turquía	277	0,67%
10 Noruega	182	0,44%
Total 10 principales	41.205	99,23%
Resto	321	0,77%
Total importaciones	41.526	

Fuente: SCB

Año 2000, miles de coronas

País	Valor	% cuota importación
1 Italia	19.133	44,52%
2 Alemania	9.676	22,51%
3 España	4.690	10,91%
4 Dinamarca	3.872	9,01%
5 Portugal	999	2,32%
6 Holanda	989	2,30%
7 Finlandia	819	1,91%
8 Irlanda	653	1,52%
9 Noruega	472	1,10%
10 Polonia	329	0,77%

EL MERCADO CERÁMICO EN SUECIA

Total 10 principales	41.632	96,87%
Resto	1.344	3,13%
Total importaciones	42.976	

Fuente:SCB

Año 2001, miles de coronas suecas

País	Valor	% cuota importación
1 Italia	31.010	49,15%
2 Alemania	10.582	16,77%
3 España	5.226	8,28%
4 Dinamarca	4.558	7,22%
5 Portugal	3.684	5,84%
6 Reino Unido	2.575	4,08%
7 Holanda	1.770	2,81%
8 Turquía	784	1,24%
9 Grecia	666	1,06%
10 Francia	663	1,05%
Total 10 principales	61.518	97,51%
Resto	1.571	2,49%
Total importaciones	63.089	

Fuente:SCB

Año 2002, miles de coronas suecas

País	Valor	% cuota importación
1 Italia	40.464	48,66%
2 Alemania	13.477	16,21%
3 España	7.580	9,12%
4 Finlandia	6.985	8,40%
5 Portugal	5.455	6,56%
6 Dinamarca	3.546	4,26%
7 Holanda	2.332	2,80%

EL MERCADO CERÁMICO EN SUECIA

8 Francia	911	1,10%
9 Rep. Checa	593	0,71%
10 Turquía	446	0,54%
Total 10 principales	81.789	98,36%
Resto	1.361	1,64%
Total importaciones	83.150	100,00%

Año 2003, miles de coronas suecas

País	Valor	% cuota importación
1 Italia	45.879	46,87%
2 Alemania	20.828	21,28%
3 Finlandia	13.081	13,36%
4 España	6.457	6,60%
5 Dinamarca	3.553	3,63%
6 Portugal	2.951	3,01%
7 Holanda	1.692	1,73%
8 Rep. Checa	767	0,78%
9 Francia	660	0,67%
10 Polonia	403	0,41%
Total 10 principales	96.271	98,35%
Resto	1.618	-98,35%
Total importaciones	97.889	

IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

La demanda de cerámica para construcción en Suecia se ha incrementado como consecuencia directa de la superación de la crisis en la actividad constructora de principios de los años 90.

Durante la recesión internacional de comienzos de los años 90, cuando en Suecia se produjo el estallido de una gran burbuja financiera e inmobiliaria, todo el sistema de financiación de la construcción residencial cambió. Se recortaron los subsidios a la vivienda como parte de una reforma tributaria a gran escala en 1990 y 1991. Los alquileres aumentaron rápidamente. Al mismo tiempo, el porcentaje de stock de viviendas dedicadas a alquileres era muy alto en términos históricos. La eliminación de los subsidios, que estaban especialmente dirigidos a viviendas de nueva construcción, llevó a un descenso dramático en la construcción residencial. La construcción de viviendas por año cayó de 69.000 en 1991 a 12.000 en 1993. Al mismo tiempo, también disminuyó dramáticamente el nivel de renovaciones.

El sistema de vivienda sueco es bastante complejo. Hay cuatro tipos de ocupación: vivienda unifamiliar en propiedad, cooperativas de propietarios y alquiler público y privado. 42% del total de viviendas son viviendas unifamiliares en propiedad, 18% están comprendidas dentro del sector de las cooperativas y 40% están alquiladas, la mitad en el sector privado. La proporción de casas unifamiliares en propiedad ha crecido desde principios de los años 80, cuando representaba el 35% del total de viviendas.

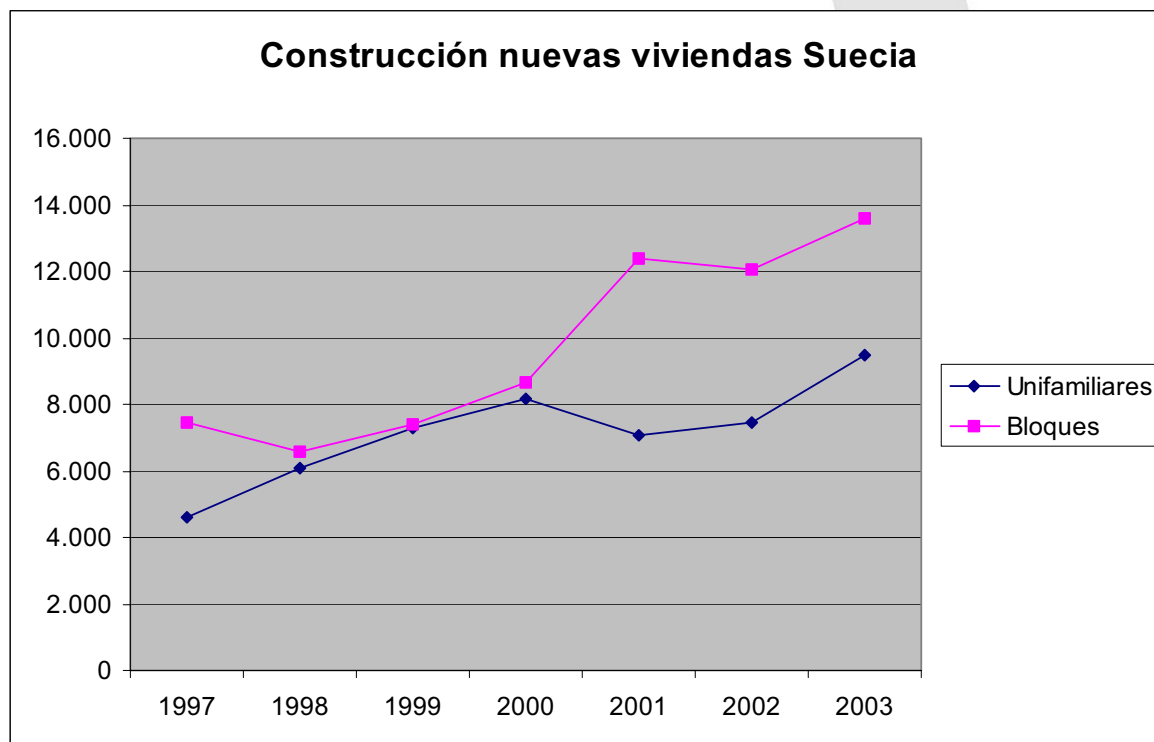
Los costes de construcción son altos, alrededor del 30% por encima de la Unión Europea (aunque son todavía mayores en Alemania y Dinamarca). La OCDE atribuye estos mayores costes de construcción a estructuras de mercado que evolucionaron en la época de altos subsidios, **escasa introducción de empresas extranjeras de construcción y regulación excesiva**.

La construcción residencial se limita principalmente a las mayores ciudades y a otros centros de crecimiento. Aparte de un pequeño porcentaje de viviendas en alquiler en residencias de estudiantes y alojamientos para ancianos, prácticamente todo lo construido en la actualidad en Suecia consiste en viviendas unifamiliares y bloques de pisos en régimen de cooperativa de propietarios.

La inversión en renovación de viviendas también cayó abruptamente a comienzos de los años 90 (a causa de la reforma fiscal de 1990-91 que recortó los subsidios a la construcción residencial y estableció el tipo máximo de IVA para trabajos de renovación y construcción) y no se ha recuperado desde entonces. Alrededor de 20.000 viviendas son modernizadas al año en Suecia.

EL MERCADO CERÁMICO EN SUECIA

Como se puede ver en el gráfico adjunto, se ha producido una cierta recuperación, aunque la inversión en construcción todavía están muy lejos de los niveles anteriores a 1990 o de la media de la OCDE².



Fuente:SCB

El tamaño más usual para azulejos en Suecia es 15x15 cm. Este tipo de azulejos se puede traer de países “baratos” como Turquía, China o Brasil o, en caso de buscar una mayor calidad, de Portugal o España. La razón de su popularidad es su bajo precio, por lo que son los más utilizados en la construcción. Este tipo de productos proporciona un margen pequeño para el mayorista, las personas que compran azulejos directamente para renovaciones eligen piezas más grandes. Para Kakelspecialisten (mayor importados como empresa con una sola sede, no cadena) aproximadamente el 40-50% de sus ventas corresponden a ese formato pequeño (15x15).

En Suecia existe poca tradición de uso de pavimentos cerámicos, aunque está empezando a cambiar. Si hace 10 años sólo el 20% de la cerámica importada eran pavimentos, ahora constituyen cerca de un 30% de las importaciones.

Los clientes particulares que acuden a comprar a tiendas especializadas suelen buscar información con bastante anterioridad en revistas especializadas, informarse de las tendencias, etc.

² La inversión media de la OCDE en vivienda es el 5% del PIB, mientras que en Suecia apenas supone un 1,5% del PIB. Fuente: Swedish Institute.

EL MERCADO CERÁMICO EN SUECIA

La tendencia en los últimos años es hacia un cierto minimalismo, hacia diseños simples, sin mucha decoración (sin listeles, dibujos...). Para pavimentos se prefiere estilo rústico, piedra, no pavimentos brillantes o imitando mármol.

V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Los márgenes para el sector oscilan entre un 30 y un 60% sobre el precio de venta del mayorista (es decir, si el precio de fábrica “ex works” es 100, un margen del 30% implica un precio de venta de 143, con un margen del 50% el precio de venta es 200 y con un margen del 60% el precio de venta es 250), dependiendo del producto, tipo de cliente, etc. Se considera que el margen mínimo aceptable es un 30% y que un menor margen no cubriría los costes. Los mayoristas pueden recibir “precios recomendados de venta” del fabricante, aunque no siempre coincide con el precio que aplica el mayorista.

VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Los productos cerámicos españoles son considerados de forma positiva por los profesionales del sector en Suecia. Aprecian que la calidad de la producción española y la italiana, líder del mercado sueco con una cuota de alrededor de un 40%, es sustancialmente la misma, diferenciando claramente los productos de ambos países de aquellos que provienen de países que compiten en precio (Turquía, China, Brasil...).

Los compradores de azulejos italianos y españoles buscan calidad y diseño. Los miembros del sector cerámico en Suecia saben que la diferencia en calidad se da entre diferentes productores dentro de cada país, no en el agregado nacional. Aunque las empresas españolas son generalmente de más reciente creación, la maquinaria usada en ambos países es la misma, por lo que tampoco señalan diferencia alguna en la técnica entre España e Italia, que conjuntamente representan el 64,5% de las importaciones de cerámica esmaltada y el 53,5% de la cerámica sin esmaltar.

La gran diferencia entre la cuota de mercado italiana y española se debe por tanto a cuestiones de logística y a la mayor tradición exportadora italiana.

Los importadores suecos de cerámica española eligen grandes cantidades en containers y transporte marítimo, mientras que desde Italia utilizan el transporte por vía férrea.

A la hora de comprar desde España los importadores utilizan pocos suministradores y compran grandes cantidades. Tanto en España como en Italia hay una gran concentración geográfica de las industrias de azulejos (Castellón y Emilia-Romagna), pero en España no se puede comprar en pequeñas cantidades debido a la logística.

VII. DISTRIBUCIÓN

En Suecia el mercado de pavimentos y revestimientos cerámicos se organiza, fundamentalmente, a través de la figura del importador.

Los principales importadores suecos de cerámica para la construcción se agrupan en **Kakelföreningen**. Esta asociación se fundó en 1.989 y acoge a un total de 51 miembros entre importadores, fabricantes y distribuidores de pavimentos y revestimientos cerámicos, herramientas y accesorios. Su objetivo es el de fomentar el uso de productos cerámicos de alta calidad e incrementar el consumo de este tipo de artículos en Suecia.

Los importadores son los que se encargan, posteriormente, de distribuir los pavimentos y revestimientos cerámicos a las cadenas y establecimientos de bricolaje y material de construcción, y a los profesionales especializados en los trabajos de colocación de los mismos.

Estos últimos se agrupan en la denominada **Plattsättningsentreprenörers (PER)**, asociación fundada en 1.954 que congrega a 111 empresas especializadas en trabajos de revestimiento con productos cerámicos. Estas empresas no importan generalmente de manera directa sino que las compras las hacen a través de los importadores.

Tanto Kakelföreningen como PER son asociaciones que están bajo el amparo de **Byggkeramikrådet**, Consejo Sueco de Cerámica de Construcción. Este organismo se constituyó en 1.989 y actúa como portavoz y promotor de ambas asociaciones.

Las tres asociaciones están recogidas bajo una misma dirección postal (ver anexo).

Por su parte, las cadenas y establecimientos de bricolaje y material de construcción normalmente realizan sus compras a través de importadores aunque, en determinadas ocasiones, también pueden importar directamente. La importancia de este canal de distribución en el mercado es bastante pequeña y los grandes distribuidores de azulejos españoles e italianos no los perciben como una amenaza, a pesar de sus menores precios, ya que su cuota de mercado es muy pequeña y se dirige a un tipo de consumidor muy concreto, que no necesita asesoramiento.

También se puede acceder al mercado sueco a través de **Svensk Byggtjänst**.

Svensk Byggtjänst es el salón de exposiciones permanentes especializado en materiales de construcción más grande de Suecia. En sus instalaciones no sólo se llevan a cabo exposiciones, sino que también se organizan ferias, seminarios y presentaciones monográficas.

EL MERCADO CERÁMICO EN SUECIA

Svensk Byggtjänst expone productos relacionados con el sector de la construcción: azulejos, saneamientos, accesorios de baño y cocina, etc. Normalmente son los propios importadores los que alquilan *stands* para exponer sus artículos.

Otra opción que ofrece este centro consiste en el alquiler de sus locales por parte de países para llevar a cabo promociones de su producción nacional con el objetivo de conseguir representantes en Suecia. En estos casos, son los propios países los encargados de contactar con las empresas suecas y asociaciones de interés, encargándose Svensk Byggtjänst de la disposición de las instalaciones.

VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Dado que España y Suecia pertenecen a la Unión Europea, existe libre movimiento de bienes (ausencia de cuotas o aranceles).

Las empresas españolas no pueden competir en precio con las importaciones de países como China o Turquía, por lo que deben optar por la innovación, la calidad y el diseño.

Las empresas suecas no realizan sus compras en épocas concretas, la decisión de compra depende de la evolución de sus stocks y de las novedades que observan en las **ferias** del sector, en especial **Cersaie**, aunque también bastantes importadores suecos acuden a **Cevisama**. Por lo tanto aquellos productores españoles que quisieran introducirse en el mercado sueco podrían iniciar contactos con empresas de su interés con anterioridad a la celebración de una feria en la que expongan, bien sea Cevisama o Cersaie e invitar al importador sueco a visitar su *stand*.

Al competir con empresas italianas del sector, las empresas españolas deben tener en cuenta que el coste de transporte en contenedores es menor desde España que desde Italia (aproximadamente 650 coronas por tonelada desde España por vía marítima, 860 coronas por tonelada desde Italia en tren), pero por vía terrestre el precio desde España se dispara (120-130 euros por tonelada en truck lleno, hasta 200 euros en carga agrupada, frente a los 85 euros por truck desde Italia). También los tiempos de suministro son menores desde Italia (8-15 días) que desde España (30 días, vía marítima).