

INFORME SECTOR AZULEJOS Y PAVIMENTOS CERÁMICOS ESPAÑOL

 **solunion**
SOMOS IMPULSO





1 RESUMEN EJECUTIVO

En 2020 el sector bate **récord histórico en exportaciones** (más del 76% de sus ventas), tras crecer un 4,4%.

En el 1T de 2021 destaca una recuperación de los pedidos potenciada por el auge del sector de las reformas. El IPI de azulejos acumula tres meses en positivo y crece +14,8% comparado con el primer trimestre de 2020.

En enero y febrero 2021, las exportaciones crecen un 13,4% con respecto al mismo periodo de 2020, hasta los 518,7 millones de euros. En este periodo, se bate récord de precio por m2. en el exterior: crece un 1,6% respecto a 2020 hasta los 7,1€ el m2.

Desafíos 2021: posible pérdida de competitividad por el elevado coste del gas natural, transporte y derechos de CO2. También, la necesidad de aprovechar economías de escala: fuertes inversiones para el aumento de la capacidad productiva.



España es el **quinto productor mundial**, segundo exportador por volumen y tercer exportador por valor.



El **mercado estadounidense, principal destino, crece un 15%** beneficiado por los aranceles impuestos a China.



El proceso de concentración continúa. En abril de 2021, **ocho grupos acumulaban ya el 60% de las ventas** del sector.



Insolvencias: Tendencia a la baja de los concursos desde el 2017 por un creciente interés en la adquisición de compañías.



2 LA INDUSTRIA AZULEJERA EN ESPAÑA

PRINCIPALES DATOS DEL SECTOR 2020



* Dato 2019.

ESPAÑA ES EL QUINTO PRODUCTOR MUNDIAL de azulejo, segundo exportador por volumen y tercer exportador por valor. El líder indiscutible es China con más de un 47% (*) de la producción mundial y el 33% (*) del volumen de las exportaciones. India es otro de los grandes productores y en el lado de los exportadores destaca Italia.

La industria cerámica representa el 2,7% (*) del PIB Industrial Nacional y el 14,4% (*) del PIB industrial de la Comunidad Valenciana.

El sector azulejero en España es una actividad esencial para la creación de riqueza y empleo en el conjunto del país. La industria tiene un importante efecto multiplicador en los proveedores del sector (de materias primas, de maquinaria, esmalteras etc.) y en sus respectivas cadenas de aprovisionamiento:

EVOLUCIÓN CIFRAS SECTOR CERÁMICO EN ESPAÑA

	2016	2017	2018	2019	2020	VCIÓN. 20 VS 19	
						Vción.	En %
Producción (mill. m ²)	492	530	530	510	488	-22	-4,3%
Ventas nacional (mill. €)	746	824	870	939	901	-38	-4,0%
Exportación (mill. €)	2.570	2.686	2.727	2.818	2.941	123	4,4%
Ventas totales (mill. €)	3.316	3.510	3.597	3.757	3.842	85	2,3%

Fuente: Ascer.

 Por cada euro de PIB directo del sector, la industria del azulejo aporta 2,1 al PIB.

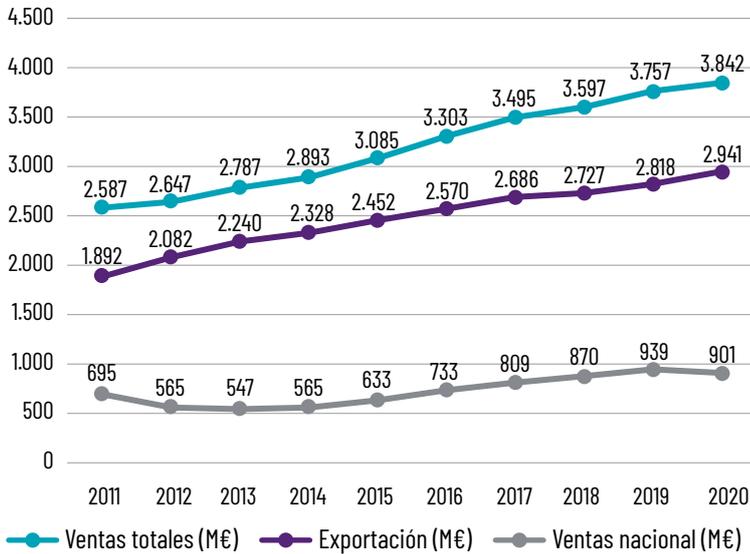
 Por cada empleo directo del sector, aporta 2,8 empleos adicionales.

(*) Dato 2019.



2 LA INDUSTRIA AZULEJERA EN ESPAÑA

EVOLUCIÓN DE LA EXPORTACIÓN SOBRE LAS VENTAS



Aumentar la venta reduciendo la producción es lo que ha permitido a las compañías del sector disminuir sus inventarios, hacer líquidos sus stocks y generar caja”.

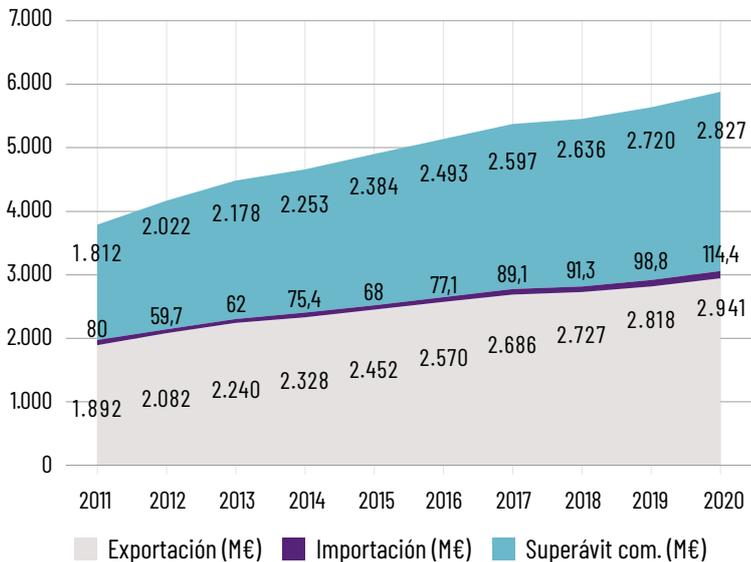
La azulejera, es una industria altamente exportadora que marcó en 2020 su récord histórico en exportaciones, con más del 76% de sus ventas dirigidas al exterior, principalmente a la Unión Europea (cerca del 50%). Los principales países destino fueron:

1. Francia, con el 11,4% sobre el total exportado.
2. Estados Unidos, el 10,8%.
3. Reino Unido, el 6,2%.

Pese a que la producción del ejercicio 2020 cerró en negativo, con un retroceso interanual del 4,3% debido a los efectos de la pandemia, el nivel de exportación del sector cerámico ha demostrado un elevado poder de resiliencia tras crecer un 4,4% interanual, hasta alcanzar prácticamente los 3.000 millones de euros.

Cabe destacar que las cifras de producción industrial de azulejos regresaron a cifras que se sitúan incluso por debajo de las alcanzadas en 2016. Aumentar la venta reduciendo la producción es lo que ha permitido a las compañías del sector disminuir sus inventarios, hacer líquidos sus stocks y generar caja.

SUPERÁVIT COMERCIAL



Fuente: elaboración propia en base a los datos de Ascer.



3 OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS EN ESPAÑA

OPORTUNIDADES



■ AUGE DEL SECTOR REFORMAS Y PLANES DE REHABILITACIÓN DE VIVIENDAS

En el primer trimestre de 2021 destaca una recuperación de los pedidos desde el exterior, principalmente. El clúster se encuentra en un momento de ebullición por lo que muchos fabricantes están optimizando sus plantas en busca de un aumento de su producción. Ello permitirá seguir avanzando en el proceso de internacionalización, incrementando la penetración comercial y productiva en otras regiones y mercados de alto valor fuera de Europa, de manera selectiva. Se genera así un horizonte de optimismo a corto y medio plazo fruto de la actual tendencia al alza del sector y que podría mantenerse durante los dos próximos ejercicios.



■ LA IMPOSICIÓN DE ARANCELES AL MERCADO CHINO ABRE OPORTUNIDADES A LOS ACTORES ESPAÑOLES

El mercado norteamericano, el mayor destino de la cerámica con un 10,8% de la exportación el pasado ejercicio, se ha visto beneficiado por los aranceles impuestos a China, que hasta ahora era el principal exportador a ese país. En 2020 las ventas en Estados Unidos han crecido un 15% y se estima que el impacto en positivo se mantenga durante 2021.



■ EL BAJO COSTE DE LA FINANCIACIÓN CANALIZA UNA MAYOR INVERSIÓN

El sistema financiero está manteniendo en niveles bajos el coste de la financiación, a excep-

ción de las refinanciaciones. La política monetaria expansiva y el alargamiento del plazo de pago en las financiaciones con garantía ICO están facilitando un nivel de liquidez positivo en el sector. Esto ha supuesto más de 180 millones de euros en inversiones en 2020, con otro 60 ya previstos para 2021. Los principales destinos de la inversión han sido la logística, el incremento de la capacidad productiva, la mejora de la eficiencia energética y el gran formato.

DESAFÍOS



■ PERDIDA DE COMPETITIVIDAD

• Duras exigencias de descarbonización de los procesos productivos por la Comisión Europea.

En diciembre de 2020 se publicó el anteproyecto para la creación del Fondo Nacional de Sostenibilidad del Sistema Eléctrico (FNSSE). El texto establece que todas las empresas suministradoras de energía -y no solo a las eléctricas, como sucedía hasta ahora- serán quienes financien los 7.000 millones destinados cada año a las renovables, la cogeneración y la valorización energética de residuos.

En línea con este horizonte verde, hay otras exigencias que afectan a la industria cerámica, una de las más contaminantes (fue la que más emisiones generó en 2019 con un 29,4%). Para cumplir con ellas, serán necesarias tecnologías y alternativas que permitan reducir el impacto medioambiental. Sin embargo, el sobrecoste para el sector cerámico, principalmente por su elevado consumo de gas natural, ascendería a 213,5 millones de euros en el quinquenio 2021-25. Tal cifra equivale a prácticamente todo el beneficio anual del sector. Se estima que la factura energética sectorial se incrementará un 14%.



3 OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS EN ESPAÑA

- **Fin del régimen retributivo de la cogeneración**

España ya está pagando el gas natural más caro de la Unión Europea, principal insumo energético para la producción de baldosas cerámicas, que supone entre un 13% y un 14% del coste de producción. Así, compete en países donde confluyen otros productores con costes energéticos mucho más bajos. De momento, no existen alternativas energéticas que permitan sustituir el gas natural en el proceso productivo. Las opciones de energía alternativas van a tardar al menos más de diez años en ser una realidad.

- **Récord histórico alcanzado por los derechos de emisión de CO2**

En mayo 2021, el coste de los derechos de emisión por tonelada de CO2 se ha más que duplicado tras alcanzar los 50 euros frente a los 20 euros a los que cotizaba en mayo de 2020. Un record histórico justificado por dos factores: el primero, tiene un alto componente especulativo que distorsiona los precios: una parte importante de los derechos subastados están siendo adquiridos por bancos y fondos de inversión que confían en su revalorización; el segundo, la exigencia climática de la Unión Europea con el fin de reducir las emisiones contaminantes antes de 2030 tal y como establece el Acuerdo de París. El mercado asume que seguirá subiendo y que en 2021 se mantendrá por encima de los 50 euros por tonelada.

- **Aumento del coste de transporte por vía marítima**

La subida del precio de los fletes y los retrasos en los mismos, están generando un aumento en los costes de hasta cuatro veces respecto a lo que se pagaba a principios de 2020. Dos terceras partes de la producción se venden por vía marítima, lo que genera una pérdida de competitividad de la industria frente a otros productores más próximos a los mercados de

destino. Se añade a esto el reciente colapso del canal de Suez que afectó a una de las áreas estratégicas del sector (Oriente Próximo).

El 80% del negocio está en manos de tres navieras y los oligopolios no son buenos para el mercado libre. Se estima que a corto plazo la tendencia continúe siendo alcista. El problema es mundial y se resume en que la demanda de contenedores supera con mucho a la oferta disponible.



- **CONCENTRACIÓN DEL SECTOR NACIONAL**

En abril 2021, ocho grupos cerámicos acumulaban ya el 60% de las ventas del sector. Pamesa, Porcelanosa, STN, Victoria Group, Baldocer, Azuliber, Halcón y Argenta lideran el clúster. El proceso de concentración en el clúster cerámico se ha intensificado en los dos últimos años y se ha acelerado con la llegada de la pandemia.



- **ENTRADA DE NUEVOS ACTORES**

En los últimos años han entrado nuevos jugadores, empresas multinacionales y fondos de inversión, que están cambiando las reglas de juego y el estatus quo. La necesidad de aprovechar economías de escala está generando fuertes inversiones para el aumento de la capacidad productiva por los principales actores. Mientras que en las pequeñas y medianas compañías son frecuentes situaciones de sobrecapacidad y dificultades para competir con los precios marcados por los grandes del sector. No obstante, tras un pico de Fusiones y Adquisiciones en 2017 y 2018, parece que el apetito por el sector cerámico está disminuyendo frente a otros como el de la alimentación.



4 PRINCIPALES ACTORES

RANKING MUNDIAL

POSICIÓN	EMPRESA	PAÍS	FACTURACIÓN SEGMENTO CERÁMICO FYE 2019 (M€)	FACTURACIÓN DEL GRUPO FYE 2019 (M€)
1	MOHAWK INDUSTRIES, INC. ⁽¹⁾	Estados Unidos	3.438	9.552
2	PAMESA ⁽²⁾	España	796	987
3	PORCELANOSA ⁽³⁾	España	610	860
4	GRUPO LAMOSA ⁽¹⁾	México	607	799
5	RAK CERAMICS PJSC	Emiratos Árabes Unidos	542	573
6	VICTORIA PLC	Gran Bretaña	407	702
7	STN GROUP	España	308	328
8	KAJARIA CERAMICS ⁽⁴⁾	India	296	296
9	SCG CERAMICS	Tailandia	293	296
10	CERAMICA CARMELO FIOR LTDA	Brasil	153	153

⁽¹⁾ FYE 2020.

⁽²⁾ Tras la compra del 50% del capital social de Argenta + Cifre en 2020. Adelanta del séptimo lugar al segundo.

⁽³⁾ Considerando la incorporación de 33 compañías como controladas al perímetro con fecha efecto 31/12/2019.

⁽⁴⁾ FYE 03/2018 Información más reciente disponible.

⁽⁵⁾ GRUPO CEDASA INCOPISOS podría formar parte de este ranking pero ha sido excluida por no disponer de cifras.

Fuente: Solunion, elaboración propia.

RANKING NACIONAL

RANKING	EMPRESA	FACTURACIÓN SEGMENTO CERÁMICO FYE 2019 (M€)	FACTURACIÓN DEL GRUPO FYE 2019 (M€)
1	PAMESA ⁽¹⁾	796	987
2	PORCELANOSA ⁽²⁾	610	860
3	STN CERÁMICA	308	328
4	KERABEN + SALONI	236 ⁽³⁾	702
5	BALDOCER	170	170
6	HALCON CERÁMICAS	149	149
7	AZULIBER	94	110
8	GRESANIA	87	239
9	MARAZZI ⁽⁴⁾	78	9.552
10	ROCERSA + AZULEV	77	77

⁽¹⁾ Tras la compra del 50% del capital social de Argenta + Cifre en 2020.

⁽²⁾ Considerando la incorporación de 33 compañías como controladas al perímetro con fecha efecto 31/12/2019.

⁽³⁾ Por ser un grupo Británico (Victoria PLC), hemos considerado la facturación de las dos filiales españolas: Cerámica Saloni, S.A. + Keraben Grupo, S.A. FYE 03/2020.

⁽⁴⁾ Por ser un grupo Estadounidense (MOHAWK INDUSTRIES, INC), hemos considerado la facturación de la filial española Marazzi Iberia, S.L.U.

Fuente: Solunion, elaboración propia.



5 PREVISIONES ECONÓMICAS PARA LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

LOS PRIMEROS DATOS DEL AZULEJO ESPAÑOL de 2021 demuestran que se avanza tanto en exportación como en valor de producto.

Al cierre del primer trimestre, el índice de producción industrial de azulejos acumula tres meses en positivo y se sitúa en un crecimiento del 14,8%, en comparación con el mismo periodo de 2020.

En el inicio de 2021, el precio medio de exportación ha alcanzado su máximo nivel, con un crecimiento del 1,6% respecto a 2020 hasta alcanzar los 7,1€ el metro cuadrado.

En la clasificación mundial, el sector azulejero español se posiciona en el segundo puesto en términos de precio medio de venta al exterior, aún lejos de Italia, que se mantiene en la primera a posición con un valor medio por encima de los 13 euros el metro cuadrado.

El alza del precio también ha ido acompañada de un mayor volumen de exportación, que en febrero aumentó un +13,4% con respecto al mismo periodo del año anterior, hasta los 518,7M€.

En los primeros meses de 2021 se avanza tanto en exportación como en valor de producto”.

(*) Dato 2019.

Fuentes: Ministerio de Industria, Ascer, INE.



Tendencia a la baja en el número de concursos desde 2017 tras un creciente interés por parte de sociedades de capital riesgo o los grandes operadores en adquirir compañías”.

En el periodo comprendido entre 2017 y 2020 tuvieron lugar 17 concursos en el sector, de los cuales, un 71% se produjo en la Comunidad Valenciana.

Por años, observamos que en 2017 se alcanzó el récord de los últimos cinco años con un total de siete concursos. Desde entonces, la tendencia ha sido claramente decreciente con seis concursos en 2018, tres en 2019 y tan solo uno en 2020. Esta tendencia se explica por dos razones:

1. Un importante número de Private Equity se ha ido posicionando dentro del capital de las compañías. De hecho, el 28,9%(*) del EBITDA del sector está en manos de compañías con accionariado no familiar.

2. Los principales actores industriales continúan realizando adquisiciones selectivas con el objetivo de ganar cuota de mercado y eliminar sobrecapacidad.

Además, se estima que el 90% de las empresas del clúster mantendrán o ampliarán su plantilla en 2020.

DATOS Y PREVISIONES A JUNIO 2021.

Autora: Sara Vicent, Responsable de Equipo de Analistas de Información Zona Levante. Solunion España.

**ADVERTENCIA:**

Algunas de las afirmaciones contenidas en el presente documento pueden tener la naturaleza de meras expectativas o previsiones basadas en opiniones o puntos de vista actuales de la Dirección de la Compañía. Estas afirmaciones implican una serie de riesgos e incertidumbres, tanto conocidos como desconocidos, que podrían provocar diferencias importantes entre los resultados, actuaciones o acontecimientos reales y aquellos a los que explícita o implícitamente este documento se refiere. El carácter meramente provisional de las afirmaciones que aquí se contienen puede derivarse tanto de la propia naturaleza de la información como del contexto en el que se realizan. En este sentido, las construcciones del tipo “puede”, “podrá”, “debería”, “se espera”, “pretende”, “anticipa”, “se cree”, “se estima”, “se prevé”, “potencial” o “continúa” y otras similares, constituyen la expresión de expectativas futuras o de meras previsiones.

Los resultados, actuaciones o acontecimientos reales pueden diferir materialmente de aquellos reflejados en este documento, debido, entre otras causas a **(I)** la coyuntura económica general; **(II)** el desarrollo de los mercados financieros y, en especial, de los mercados emergentes, de su volatilidad, de su liquidez y de crisis de crédito; **(III)** la frecuencia e intensidad de los siniestros asegurados; **(IV)** la tasa de conservación de negocio; **(V)** niveles de morosidad; **(VI)** la evolución de los tipos de interés; **(VII)** los tipos de cambio, en especial el tipo de cambio Euro-Dólar; **(VIII)** la competencia; **(IX)** los cambios legislativos y regulatorios, incluyendo los referentes a la convergencia monetaria y la Unión Monetaria Europea; **(X)** los cambios en la política de los bancos centrales y/o de los gobiernos extranjeros; **(XI)** el impacto de adquisiciones, incluyendo las integraciones; **(XII)** las operaciones de reorganización y **(XIII)** los factores generales que incidan sobre la competencia, ya sean a nivel local, regional, nacional y/o global. Muchos de estos factores tienen mayor probabilidad de ocurrir o pueden ser de carácter más pronunciado, en caso de actos terroristas.

La compañía no está obligada a actualizar las previsiones contenidas en el presente documento.