



Estudios de Mercado

El mercado de pavimentos y revestimientos en Bélgica

Octubre 2015

Este estudio ha sido realizado por
Alberto Contessotto, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bruselas

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	4
2. DEFINICIÓN DEL SECTOR	7
1. Alcance	7
3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES	10
1. Producción local	10
1.1. Perspectivas de evolución del sector de la construcción en Bélgica	11
2. Comercio exterior mundial	11
2.1. Comercio mundial belga de revestimientos y pavimentos	11
2.2. Comercio mundial belga por partidas arancelarias:	13
4. DEMANDA	16
1. Factores decisorios en la compra	16
1.1. Aspectos técnicos	16
1.2. Aspectos sanitarios	17
1.3. Aspectos ecológicos	18
1.4. Aspectos económicos	18
1.5. Aspectos estéticos	18
2. Importación mundial belga por valor y volumen incluyendo todos los códigos taric del conjunto del sector	19
5. PRECIOS	20
1. Precio de pavimento y revestimiento en Bélgica	20
1.1. El coste de los revestimientos en parqué y piedra	20
1.2. El coste de los revestimientos de baldosas y hormigón	20
1.3. El coste de otros tipos de revestimientos	21
2. Precios del comercio internacional belga de pavimentos y revestimientos	22
6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	23
7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	25
1. Principales canales de distribución	25
2. Distribución geográfica de los comercios y distribuidores de revestimientos y pavimentos en Bélgica	27
8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS	29

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

1. Impuestos	29
2. Normativa europea	29
3. Idioma	29
4. Requisitos comerciales y técnicos	30
9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR	31
10. OPORTUNIDADES	32
11. INFORMACIÓN PRÁCTICA	33
1. Ferias	33
2. Publicaciones del sector	35
3. Asociaciones	35
4. Recomendaciones para el exportador	36

1. RESUMEN EJECUTIVO

Definición del sector

Este estudio de mercado abarca el sector de pavimentos y revestimientos, pero debido a la amplia gama de materiales que lo componen, el estudio se centra en los principales materiales empleados en el sector. Para determinarlos nos hemos basado en los datos de la importación mundial belga obtenidos en Euroestacom. Así a lo largo del estudio se analizan los datos y características del mercado belga para los pavimentos y revestimientos de:

- Piedra natural
- Cerámica
- Plástico y otros materiales

A pesar de que Bélgica sea un país con una población de apenas 11 millones de habitantes, su situación estratégica en el centro de Europa, rodeado por algunas de las economías más importantes del mundo lo convierten en un punto estratégico de acceso para exportar productos a Europa Occidental y Central, y gracias a sus buenas comunicaciones funciona como “hub” para más de 500 millones de potenciales clientes.

Datos de comercio

Los datos de comercio mundial del sector de pavimentos y revestimientos en Bélgica muestran que los materiales que han tenido más importancia históricamente son la piedra de talla así como las baldosas y losas cerámicas, pero durante los años de crisis en el sector de la construcción en Bélgica, ambas sufrieron un descenso significativo en las importaciones. El mercado belga de revestimientos y pavimentos se desplazó durante estos años hacia materiales plásticos y sintéticos, más económicos y fáciles de instalar, en línea con el aumento de la actividad de rehabilitación de viviendas. Sin embargo en los datos de 2014 se aprecia una recuperación en las importaciones de piedra natural y productos cerámicos. Estos datos demuestran la recuperación del sector de la construcción de nueva vivienda en Bélgica, además, los materiales plásticos también han seguido creciendo a lo largo de este mismo año.

Producción local

Basándonos en los datos del servicio de estadísticas del gobierno belga de producción local, en Bélgica se fabrican pavimentos y revestimientos de los tres tipos de materiales principales, pero en mucha mayor medida de elementos de material plástico con un valor de 900 millones de euros, frente a los 350 M€ de baldosas cerámicas y los 170 M€ de piedra natural.

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

Los dos principales países suministradores para Bélgica son China e Italia, que con un 30% y un 20% respectivamente copan la mitad de las importaciones del sector. Además de estos dos países, dependiendo de los materiales, los principales países que suministran a Bélgica son Francia y Luxemburgo para materiales plásticos, India y Vietnam para adoquines y losas de piedra natural, y España y Turquía para baldosas y losas cerámicas.

Los principales países a los que se dirigen las exportaciones belgas, en todos los materiales analizados, son los países vecinos: Francia, Alemania, Países Bajos y Luxemburgo.

Los datos de movimiento en frontera muestran que Bélgica actúa principalmente como importador y exportador de materiales de construcción, distribuyendo desde todo el mundo a los países vecinos, pero también tiene productores locales de pavimentos y revestimientos.

Canales de distribución

La gran mayoría de distribuidores de pavimentos y revestimientos en Bélgica (ya sean cerámicos, de piedra natural o de revestimientos plásticos) incluyen en sus catálogos productos internacionales, por lo que actúan como importadores o bien adquieren materiales de fabricantes extranjeros a través de intermediarios.

La distribución se realiza principalmente mediante:

- Grandes distribuidores de materiales de construcción con cadenas de tiendas propias y que realizan operaciones de importación directa.
- Importadores que actúan como mayoristas.
- Distribuidores locales con cadena de tiendas propias pero que operan a través de intermediarios.

Distribución geográfica

El mayor número de empresas del sector se encuentra en la región de Flandes, pues entre las provincias de Amberes (que cuenta con 358 empresas), Flandes Oriental (con 289 empresas) y Flandes Occidental (con 266 empresas) se encuentran el 50% de las empresas del país. Además en la ciudad de Bruselas (123 empresas) también hay una alta concentración de empresas del sector. En la región valona, Lieja es la primera provincia en número de empresas, con 125, y el resto de la región apenas implica el 15% de la distribución de estos materiales en el país.

Esto demuestra el mayor peso y dinamismo de la región de Flandes dentro de la economía belga, pues la actividad industrial del país y los principales puertos comerciales están concentrados en esta región.

Percepción del producto español

La percepción del producto español en el mercado belga difiere según el tipo de material:

- En los revestimientos y pavimentos plásticos, en los que el cliente, en general, no otorga gran valor al origen de los materiales, pero sí al precio y acabado final. España no cuenta actualmente con marcas que sean conocidas en Bélgica dentro de este tipo de materiales y la mayoría de productos de este sector provienen de China, debido a su buena relación calidad-precio.

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

- En el sector de la piedra natural se otorga una mayor importancia al origen del material y calidad de los productos. El producto español es percibido como un producto de buena relación calidad-precio, con una amplia gama cromática y con la ventaja de cercanía geográfica respecto a los nuevos competidores del sudeste asiático. Estas características han permitido posicionar los productos de piedra natural española en el segmento medio-alto, compitiendo con los productos de origen italiano, que en el mercado belga son percibidos como productos con un diseño y una calidad ligeramente superiores, lo que les permite mantener un nivel de precios algo más elevado que los productos españoles.
- En los revestimientos cerámicos, el producto español es percibido como un producto de buena calidad por el canal prescriptor, pero por ahora el “Made in Italy” sigue siendo considerado el alto de gama, permitiéndoles vender productos cerámicos, de calidad y diseño similares, a precios superiores. China sigue siendo el producto más importado, pues a pesar de no tener notoriedad, ofrece un producto con una calidad algo inferior pero con un precio muy reducido.

Precios

Al analizar los precios de este sector, vemos que varían tanto como los diferentes tipos de materiales que lo componen. Cuando el precio es factor determinante de compra, la moqueta y el PVC son los más interesantes en términos de presupuesto, pero si tenemos en cuenta otras características, la piedra natural o las baldosas cerámicas serán los más interesantes según la función del pavimento, aunque tengan un precio más elevado. Respecto al país de origen, Italia presenta un precio más elevado, asociado al alto de gama, países como España, Francia y Turquía tienen una buena relación calidad-precio y países como China e India, tienen una mayor importancia en productos de coste mucho más reducido, como los revestimientos plásticos.

Las principales ferias internacionales del sector en Bélgica son:

- Batibouw (Bruselas)
- Bouw&Reno (Amberes, Flandes)
- Pro2build (Namur, Valonia)

2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

1. ALCANCE

El Pavimento o Revestimiento es una capa de cualquier material utilizada para proteger o adornar una superficie, siendo Pavimento el nombre dado al revestimiento específico para suelos.

Pueden clasificarse según se el material del que estén realizados (piedra o materias análogas, productos cerámicos y materias plásticas) o su ubicación en el espacio (techos, suelos o paredes), ya que para cada una de ellas las exigencias serán diferentes.

Las baldosas cerámicas consisten en mezclas de arcilla, sílex y feldespato, pudiéndose añadir caolín para dar un color blanquecino a los azulejos. Posteriormente la masa es moldeada, secada, cocida y, si requerido, esmaltada.

Las baldosas cerámicas no esmaltadas se someten a una cocción única mientras que las esmaltadas reciben una cubierta vitrificable entre una primera y una segunda cocción (bicocción) o antes de la única cocción (monococción).

No hay definiciones ni denominaciones normalizadas o generalmente aceptadas de los diferentes tipos de baldosas cerámicas, por lo que al utilizar las denominaciones que se proponen puede ser necesario hacer las precisiones oportunas.

Azulejo: Denominación tradicional de baldosas cerámicas con alta absorción de agua, prensadas en seco y esmaltadas. Su fabricación puede ser por monococción o bicocción. Sus características técnicas los hacen particularmente adecuados para revestimiento de paredes interiores en locales residenciales o comerciales.

Pavimento de gres: Denominación más frecuente de las baldosas cerámicas de absorción de agua baja o media-baja, conocidas también como “pavimento cerámico”.

Gres porcelánico: Denominación generalizada de las baldosas cerámicas de muy baja absorción de agua y no esmaltadas. Obtienen su color de la adición a su masa de colorantes. Estas baldosas pueden utilizarse tal y como resultan tras su cocción o someterse la cara vista a un proceso de pulido, que le da brillo y lisura. Además, la cara vista puede tener relieves con fines decorativos o antideslizantes.

Gres rústico: Denominación usual de las baldosas cerámicas con absorción de agua baja o media baja, moldeadas por extrusión, y generalmente no esmaltadas.

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

Barro cocido: Denominación más común de una gran variedad de productos con características muy diferentes, coincidentes sólo en su apariencia rústica, frecuentemente fabricados en pequeñas unidades productivas y con medios artesanales.

Baldosín catalán: Es el nombre tradicional de baldosas con absorción de agua desde media-alta a alta o incluso muy alta, extrudidas, generalmente no esmaltadas.

Mosaico: Es el nombre aplicado a las piezas generalmente cuadradas y pequeñas, considerando como tales a las que pueden inscribirse en un cuadrado de 7x7cm, aunque generalmente miden entre 2x2cm y 5x5cm. La denominación mosaico solo hace referencia a las medidas de las piezas pero no a la clase de material.

En Bélgica, la palabra “carreau” designa una pequeña placa cerámica, de mármol, de vidrio, etc. que se emplea en cierta cantidad para constituir un revestimiento. La palabra “faïence” designa a la cerámica constituida a base de una pasta arcillosa, blanda, porosa, recubierta de una capa impermeable y opaca (fuente: diccionario Larousse).

Por lo tanto, los términos “carreau de faïence” o “carreau céramique” serían los equivalentes a “azulejo” y “baldosa”.

Debido a esta variedad, la clasificación de este sector contiene varios códigos Taric:

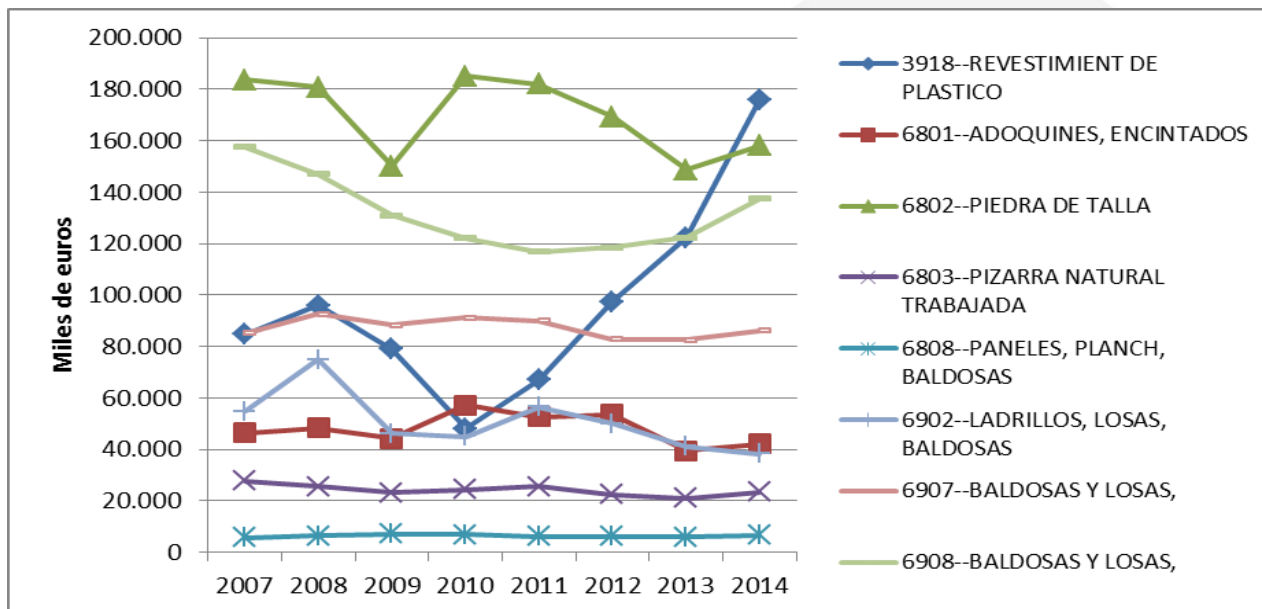
3918	Revestimientos de plástico para suelos, incluso autoadhesivos, en rollos o losetas; revestimientos de plástico para paredes o techos.
6801	Adoquines, encintado (bordillos) y losas para pavimentos, de piedra natural (excepto la pizarra).
6802	Piedras de talla o de construcción trabajadas (excluida la pizarra) y sus manufacturas (excepto las de la partida 6801); cubos, dados y artículos similares, para mosaicos, de piedra natural, incluida la pizarra, aunque estén sobre soporte; gránulos, tasquiles (fragmentos) y polvo de piedra natural, incluida la pizarra, coloreados artificialmente.
6803	Pizarra natural trabajada y manufacturas de pizarra natural o aglomerada.
6808	Paneles, placas, losetas, bloques y artículos similares, de fibra vegetal, paja o viruta, de plaquitas o partículas, o de aserrín o demás desperdicios de madera, aglomerados con cemento, yeso fraguable o demás aglutinantes minerales.
6901	Ladrillos, placas, baldosas y demás piezas cerámicas de harinas silíceas fósiles (por ejemplo: kieselguhr, tripolita, diatomita) o de tierras silíceas análogas.
6902	Ladrillos, placas, baldosas y demás piezas cerámicas análogas de construcción, refractarios, excepto los de harinas silíceas fósiles o de tierras silíceas análogas.
6907	Placas y baldosas, de cerámica, sin barnizar ni esmaltar, para pavimentación o revestimiento; cubos, dados y artículos similares, de cerámica, para mosaicos, sin barnizar ni esmaltar, incluso con soporte.
6908	Placas y baldosas, de cerámica, barnizadas o esmaltadas, para pavimentación o revestimiento; cubos, dados y artículos similares, de cerámica, para mosaicos, barnizados o esmaltados, incluso con soporte.

Tabla 1 Códigos Taric abarcados en el estudio

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

Para decidir sobre cuáles centrar el estudio de mercado nos hemos basado en las importaciones totales belgas de todos los TARICs englobados en este sector:

Los resultados obtenidos se pueden ver en la tabla del Anexo 1, y en la siguiente gráfica se puede apreciar la evolución a lo largo de los últimos años:



Estos datos reflejan los materiales que más se importan en Bélgica en este sector, y en orden de importancia los que hemos seleccionado son:

- **6802 - piedra trabajada o de talla**, su importante volumen se debe a que no se limita a pavimentos y revestimientos por lo que estos datos los analizaremos en un apartado con un breve análisis del sector.
- **3918 - revestimientos de plástico para suelos** que han experimentado un importante repunte desde 2010 hasta colocarse como primero en valor de las importaciones
- **6907 y 6908 - las baldosas y losas de cerámica (6908 y 6907)** que son el principal pavimento importado si unimos los datos de las esmaltadas y no esmaltadas
- **6801- los adoquines encintados y losas para pavimentos (6801)**

3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES

1. PRODUCCION LOCAL

Según los datos aportados por el servicio de estadísticas del Gobierno belga, en el país se fabrican pavimentos y revestimientos de los tres materiales principales, es decir, de piedra natural, de materiales plásticos y de minerales.

En el sector de la construcción vemos que los que más importancia tienen por valor son los elementos de hormigón, pero si nos centramos en los materiales para pavimentos y revestimientos, en la producción local belga tiene una importancia destacada los elementos de material plástico, con una producción de un valor algo inferior a los 1.000 millones de euros anuales.

Producción local Material de Construcción - Millones de euros						
Cód. NACE	MATERIAL DE CONSTRUCCION	2010	2011	2012	2013	2014
0811	Piedras de construcción	163	176	179	174	167
2223	Elementos de material plástico	774	993	1.001	900	901
2332	Baldosas y ladrillos de arcilla	349	382	363	338	374
2361	Elementos de hormigón	946	1.115	1.132	1.079	1.062
2362	Elementos de yeso	125	133	133	131	130

Tabla 2 Fuente: Estatbel.gov - Producción local

Al analizar los precios de la producción belga de materiales de construcción, vemos que el más económico es el hormigón, donde el precio por kilo es inferior a 0,3 euros. Y podemos apreciar que el coste del metro cuadrado de revestimientos plásticos es aproximadamente el doble del de productos de yeso, pero sus características y versatilidad lo hacen el más importante de la producción actual en el país.

PRECIO UNITARIO PRODUCCION LOCAL €/t. €/Kg.							
23611	Elementos de hormigón	248	241	253	257	259	€/t
222311	Revestimientos plásticos, en rollos o paneles	3,4	3,7	4,1	4,9	4,7	€/M2
2362	Elementos de yeso	1,8	1,9	1,9	2,0	2,1	€/M2

Tabla 3 Fuente Estatbel.gov - Elaboración propia

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

1.1. Perspectivas de evolución del sector de la construcción en Bélgica:

A medio plazo (2014-2017), se espera que la construcción residencial en Bélgica experimente un crecimiento medio (1,3%), algo superior al de los últimos años, y cercano al de la primera década de los 2.000. Esta evolución se sitúa en un contexto de relativa mejora del poder adquisitivo de las familias belgas, gracias a una recuperación de la confianza (pues la tasa de paro espera un descenso de los años 2015 a 2017. Y aunque las tasas hipotecarias también subirían algo, sería de forma muy gradual, y cercanos aún a unos mínimos históricos muy bajos.

EVOLUCIÓN ANUAL DE LA CONSTRUCCIÓN RESIDENCIAL EN BÉLGICA							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Construction	3,3	-0,9	1,4	1,6	1,7	1,8	2,3

Tabla 4 Fuente: Bureau fédéral du Plan.be

2. COMERCIO EXTERIOR MUNDIAL:

Tras haber analizado los productos más importados en Bélgica, pasamos a analizar el origen de las importaciones por países. En las siguientes tablas se puede ver un ranking por países y la evolución de las exportaciones e importaciones de los últimos 5 años del sector en su conjunto y los distintos códigos taric:

*Metodología empleada para el cálculo de la evolución de las exportaciones e importaciones:

Se realiza el PROMEDIO (2010-2012) y PROMEDIO (2012-2014), para calcular la variación inter-anual. Posteriormente la evolución se muestra en forma de flechas:

↗ Incremento 10%, ↗↗ Incremento 20%, → Entre -5 y 5%, ↘ Descenso 10%, ↘↘ Descenso 20%

2.1. Comercio mundial belga de revestimientos y pavimentos

Importación mundial belga por valor del conjunto del sector (m€)

PAISES	Nº	2010	2011	2012	2013	2014	Cuota %	EVOLUCIÓN 2010-2014	
		Millones de Euros						%	%
China	1	156	155	170	154	189	30%	7%	↗
Italia	2	110	113	112	119	127	20%	7%	↗
India	3	43	41	38	30	36	6%	-14%	↘↘
Francia	4	30	33	29	29	32	5%	-3%	→
España	5	26	25	25	24	30	5%	3%	→
Vietnam	6	29	33	26	24	29	5%	-9%	↘
Alemania	7	26	25	26	27	28	4%	4%	→
P. Bajos	8	24	27	29	26	25	4%	1%	→
Turquía	10	24	24	26	23	23	4%	-2%	→
EEUU	11	6	10	13	9	9	2%	7%	↗
Total		548	564	571	556	639	100%	5%	→

Tabla 5 Fuente: Euroestacom

Basándonos en los datos de Euroestacom, España es el 5º país del que más importa Bélgica dentro del conjunto del sector de revestimientos y pavimentos. Los grandes competidores y que copan el 50% del mercado son Italia y China. Italia gracias a su alta calidad y notoriedad, mientras

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

que China sigue aumentando su cuota de mercado gracias al precio reducido. España se sitúa inmediatamente después de India y Francia, pero a diferencia de estos dos, España presenta una evolución positiva estos últimos años, por lo que de continuar así podría situarse pronto como el tercer país del que más importa Bélgica en el sector.

Exportación mundial belga por valor conjunto del sector (m€):

	2010	2011	2012	2013	2014	Cuota	EVOLUCIÓN 2010-2014		
PAISES	Millones de Euros						%	EVOLUCION	
Alemania	1	93	100	121	118	160	25%	27%	↗↗↗
Francia	2	98	116	134	140	158	25%	24%	↗↗
Reino Unido	3	36	47	50	50	63	10%	23%	↗↗
P. Bajos	4	57	56	59	59	60	10%	3%	→
EE UU	5	34	26	18	30	34	5%	5%	→
Rusia	6	12	24	26	29	28	4%	34%	↗↗↗
Rep. Checa	7	5	6	8	10	12	2%	58%	↗↗↗↗↗
Luxemburgo	8	8	7	9	14	9	1%	33%	↗↗↗
A. Saudita	9	3	6	7	8	7	1%	38%	↗↗↗↗
Italia	10	3	6	4	4	7	1%	15%	↗
España	11	7	4	5	5	7	1%	6%	→
Total		423	465	514	541	628	100%	20%	↗↗

Tabla 6 Fuente: Euroestacom

Los principales países a los que Bélgica exporta pavimentos y revestimientos son sus países vecinos, la mitad de las exportaciones belgas van destinada a Francia y Alemania. España se sitúa en el puesto 11 de las exportaciones belgas, y con un valor que no ha variado mucho los últimos años, se puede apreciar un descenso durante los años de crisis que se ha recuperado durante el último dato registrado de 2014.

Exportación mundial belga por peso conjunto del sector (miles t):

	2010	2011	2012	2013	2014	EVOLUCION 2010-2014		
PAISES	Peso miles de Toneladas						%	EVOLUCION
Francia	1	117	131	137	105	105	-10%	↗
Alemania	2	122	155	143	104	100	-17%	↗↗
P. Bajos	3	118	109	104	68	63	-29%	↗↗↗
Luxemburgo	4	19	20	19	13	29	5%	↗
EE UU	5	19	13	8	17	22	18%	↗↗
Rusia	6	8	15	15	18	18	34%	↗↗↗
Total		460	500	487	383	396	-13%	↘

Tabla 7 Fuente: Euroestacom

A la hora de analizar la exportación por peso, vemos que los principales países son similares, y de los datos podemos deducir que las exportaciones a Alemania tienen un precio algo mayor que las realizadas a Francia, pues tienen las posiciones intercambiadas en peso y valor. España no está entre los principales países de exportación belga en peso, por lo que también podemos saber que el valor de los productos exportados a España es algo más elevado.

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

2.2. Comercio mundial belga por partidas arancelarias:

Revestimientos de plástico para suelos, paredes o techos. 39.18

IMPORTACIÓN MILLONES EUR		39.18 - REVESTIMIENTOS DE PLASTICO						
	PAIS	2010	2011	2012	2013	2014	%	EVOLUCION
1	China	12,5	26,3	50,1	58,3	84,6	117%	↗↗↗↗
2	Luxemburgo	0,5	0,7	0,3	14,2	23,9	>1000%	↗↗↗↗↗↗
3	Francia	8,3	8,3	9,3	11,2	14,8	36%	↗↗
4	Países Bajos	9,7	13,1	13,0	10,8	11,5	-1%	→
5	Estados Unidos	4,5	5,2	6,9	6,3	7,5	24%	↗
6	Alemania	2,8	3,9	3,2	3,6	7,2	42%	↗↗↗
7	Eslovenia	0,0	0,0	0,0	2,9	6,9	>1000%	↗↗↗↗↗↗
8	Corea del Sur	1,6	2,6	4,0	3,7	4,7	50%	↗↗↗↗
9	Taiwán	0,9	1,6	4,8	3,3	3,2	54%	↗↗↗↗
10	España	0,1	0,0	0,2	0,4	2,5	>1000%	↗↗↗↗↗↗
Total		48	66,9	97,3	122,2	176,3	87%	↗↗↗↗

Tabla 8 Fuente: Euroestacom

El principal suministrador de Bélgica en revestimientos de plástico es China, casi con el 50% del total, sin embargo, por la situación estratégica de Bélgica, gran parte de estos materiales son re-exportados a países vecinos. España se encuentra por primera vez entre los 10 primeros, gracias a una importante evolución en las importaciones del último año.

EXPORTACIONES MILLONES EUR		39.18 - REVESTIMIENTOS DE PLASTICO						
	PAIS	2010	2011	2012	2013	2014	%	EVOLUCION
1	Francia	49,1	63,4	78,3	92,3	111,5	48%	↗↗↗↗
2	Alemania	39,3	50,5	74,4	75,4	111,5	59%	↗↗↗↗↗↗
3	Reino Unido	32,7	43,3	46,0	46,4	59,5	25%	↗↗
4	Estados Unidos	33,5	25,2	17,4	28,1	32,3	2%	→
5	Rusia	12,6	23,1	26,3	28,7	28,0	34%	↗↗↗
6	Países Bajos	14,9	16,7	22,8	27,2	26,7	41%	↗↗↗↗
7	República Checa	5,2	6,2	7,9	10,3	11,4	54%	↗↗↗↗↗↗
8	Arabia Saudita	3,6	6,6	7,4	8,3	7,5	31%	↗↗↗
9	España	4,4	4,3	4,8	5,3	6,8	26%	↗↗
10	Italia	2,7	3,0	3,1	4,1	6,7	59%	↗↗↗↗↗↗
Total		241,3	286,8	337,0	388,2	465,8	38%	↗↗↗

Tabla 9 Fuente: Euroestacom

En cuanto a las exportaciones, en su conjunto son mucho mayores que las importaciones, lo que denota que hay una importante producción local de estos materiales. Los principales países a los que se exporta son los países vecinos. España está en el puesto 9, con una ligera, pero constante evolución a lo largo de los últimos años.

Estos materiales plásticos, debido a su menor precio y fácil aplicación, han experimentado una creciente importancia en el sector durante los años de crisis, pues las importaciones se han cuadruplicado y las exportaciones se han duplicado en 5 años.

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

Revestimientos de adoquines y losas de piedra natural. 68.01

IMPORTACIÓN MILLONES EUR		68.01 - ADOQUINES Y LOSAS DE PIEDRA NATURAL						
	PAIS	2010	2011	2012	2013	2014	%	EVOLUCION
1	China	97,5	93,6	92,8	73,9	78,0	-14%	↘
2	India	42,2	40,0	36,6	29,5	35,1	-15%	↘
3	Vietnam	28,9	33,0	24,6	21,3	25,7	-17%	↘↘
4	Italia	14,4	10,3	9,1	9,1	9,1	-19%	↘↘
5	Turquía	11,4	10,6	9,6	6,7	7,7	-24%	↘↘
6	Irlanda	6,6	6,4	7,1	6,6	6,1	-1%	→
7	Países Bajos	5,0	4,5	6,4	6,1	5,8	15%	↗
8	Sudáfrica	4,2	3,4	5,6	4,5	4,8	12%	↗
12	España	5,1	3,9	3,8	2,8	2,9	-25%	↘↘
Total		242,1	234,4	222,9	188,1	200,9	-13%	↘

Tabla 10 Fuente: Euroestacom

En el caso de los adoquines y piedra natural, el país del que más importa Bélgica también es China, pero en este caso la evolución es negativa, aunque ha ocurrido así en el conjunto de las importaciones de este tipo de materiales. Esto se puede asociar a su mayor precio y al periodo de crisis de los últimos años, en el 2014 se aprecia una recuperación en los principales países.

EXPORTACIÓN MILLONES EUR		6801 - ADOQUINES Y LOSAS DE PIEDRA NATURAL						
	PAIS	2010	2011	2012	2013	2014	%	EVOLUCION
1	Francia	39,3	38,2	42,3	37,6	39,8	0%	→
2	Alemania	34,6	36,1	33,3	26,0	30,2	-14%	↘
3	Países Bajos	37,3	31,5	29,3	22,2	22,0	-25%	↘↘
4	Luxemburgo	6,7	5,5	7,5	4,9	6,9	-2%	→
5	Reino Unido	3,2	3,2	3,1	2,6	2,6	-13%	↘
6	Polonia	1,4	1,7	1,1	0,7	1,8	-16%	↘↘
7	Estados Unidos	0,9	1,0	0,9	1,7	1,8	54%	↗↗↗↗↗
8	Suiza	0,5	0,7	0,8	0,6	0,6	-4%	→
9	Italia	0,2	0,4	0,6	0,5	0,4	28%	↗↗↗
14	España	2,5	0,5	0,3	0,2	0,2	-77%	↘↘↘↘↘↘↘
Total		130,6	121,6	122,1	99,0	108,5	-12%	↘

Tabla 11 Fuente: Euroestacom

En cuanto a las exportaciones, una vez más, los principales clientes de Bélgica son los países vecinos: Francia, Alemania y los Países Bajos representan casi el 90% de las exportaciones belgas.

Tanto en la evolución de las exportaciones como de las importaciones, se puede apreciar como hubo una caída del comercio de adoquines y losas de piedra natural durante los años de 2010 a 2013. Debido a los efectos de la crisis en el sector de la construcción y en detrimento de materiales más económicos, como los pertenecientes a la anterior partida arancelaria.

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

Pavimentos de baldosas y losas de cerámica para pavimentación. 69.01

IMPORTACIÓN MILL €		69- BALDOSAS Y LOSAS CERAMICAS PARA PAVIMENTACION						
	PAIS	2010	2011	2012	2013	2014	%	EVOLUCION
1	Italia	92,9	98,2	97,9	103,3	113,5	9%	↗
2	España	20,7	20,8	20,9	20,5	24,0	5%	→
3	China	40,9	29,0	21,6	18,0	21,2	-34%	↘↘↘
4	Turquía	12,6	13,4	14,7	13,7	15,1	7%	→
5	Francia	8,0	8,2	7,0	8,5	9,3	7%	→
6	Alemania	10,0	9,3	8,7	8,9	9,0	-5%	→
7	Países Bajos	7,2	7,5	8,1	7,1	6,3	-6%	↘
8	Portugal	8,1	8,2	6,4	5,7	6,2	-19%	↘
9	República Checa	0,7	1,5	2,8	3,9	4,7	130%	↗↗↗↗
10	Vietnam	0,1	0,2	1,9	3,7	3,4	306%	↗↗↗↗↗↗
Total		213,3	206,9	201,4	204,7	223,6	1%	→

Tabla 12 Fuente: Euroestacom

Si analizamos los datos de Euroestacom de las importaciones belgas de baldosas y losas de cerámica para pavimentación, vemos que Italia, con más del 50 % del total, es el principal suministrador, presentando además una evolución positiva. España se sitúa en 2ª posición, por delante de China.

EXPORTACION MILL €		69- BALDOSAS Y LOSAS CERAMICAS PARA PAVIMENTACION						
	PAIS	2010	2011	2012	2013	2014	%	EVOLUCION
1	Alemania	16,3	9,9	10,1	12,2	13,2	-2%	→
2	Países Bajos	4,6	6,6	6,2	8,0	9,8	38%	↗↗↗
3	Francia	5,1	6,7	3,9	2,7	2,1	-45%	↘
4	Luxemburgo	1,7	1,2	1,3	1,1	1,4	-7%	↘
Total		30,4	26,5	24,1	27,5	28,6	-1%	→

Tabla 13 Fuente: Euroestacom

Los países con mayor valor de exportaciones desde Bélgica, son una vez más los países colindantes, principalmente Alemania y Países Bajos, entre los que copan el 90% de las exportaciones belgas. Aunque en mucha menor medida, este material también ha sufrido un descenso durante los años 2010-2013, y se aprecia una leve mejora en el último periodo con datos recogidos.

Tras analizar los datos de Euroestacom del comercio exterior belga en el sector de pavimentos y revestimientos, podemos concluir que durante los años de crisis (2010-2013), el volumen de construcción en Bélgica ha descendido, y el precio se ha vuelto un factor más importante. Este factor ha provocado que China aumente mucho su cuota de mercado belga en los materiales más económicos. En el caso de los productos españoles, los de material cerámico en los que tienen mayor reconocimiento han podido aguantar estos años de crisis y ha recuperado una evolución positiva en 2014. En el caso de los materiales de piedra natural, cuyo precio es más elevado, los productos españoles han sufrido un descenso acorde al resto de países y también se ha recuperado a lo largo del último año. Y este último año sitúa además a los productos españoles como una de las 10 primeras opciones para los revestimientos plásticos.

4. DEMANDA

1. FACTORES DECISORIOS EN LA COMPRA:

Según un estudio del Instituto de Bruselas para la gestión del medio ambiente, los factores decisivos que tienen en cuenta los belgas a la hora de elegir un revestimiento son los siguientes:

1.1. Aspectos técnicos:

En la siguiente tabla podemos ver las características técnicas y el acabado de los revestimientos:

Material/ Características Técnicas	Resistencia a la humedad	Resistencia al desgaste	Aplicación	Exigencias de la superficie	Acabado	Calefacción por suelo	Duración de vida	Mantenimiento
Vinilo	2	3	Cualquier lugar	Seco, duro y muy plano	Nada	1	1	3
Linóleo	2	3	Lugares poco húmedos, de paso frecuente.	Seco, duro y muy plano	Proceso de limpieza neutro	2	2	3
Corcho	3	2	Cualquier lugar	Seco, duro y muy plano	Aceite y cera o barniz	1	3	3
Baldosas piedra natural	3	3	Cualquier lugar	Nada	Los poros se rellenan con aceite de fondo, pulido y encerado	3	3	3
Baldosas cerámicas	3	3	Cualquier lugar	Si se encolan: Seco, duro y muy plano	Proceso de limpieza neutro	3	3	3
Hormigón	3	3	Lugares poco húmedos (no baño)	Pulir inmediatamente después de instalación	Pulido y encerado	3	3	2
Parqué	2	2	Lugares poco húmedos (no baño)	Nada	Aceite, cera, barniz	1	3	2
Parqué multicapa	1	2	Lugares poco húmedos (no baño)	Nada	Barniz	2	2	3
Parqué laminado	1	1	Lugares poco húmedos (no baño)	Nada	Nada	3	1	3
Moqueta	1	1	Lugares secos (excepto lana oveja)	Seco, plano y duro	Nada	1	1	1

Tabla 14 Características técnicas Fuente: IBGE

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

El material debe elegirse en función de su localización en la vivienda: por ejemplo en el vestíbulo, el revestimiento sufrirá un mayor desgaste que en un dormitorio. Por lo que la duración estimada y el mantenimiento necesario son factores importantes.

Colocar un determinado revestimiento en una u otra ubicación depende de la resistencia del material al desgaste y a la humedad. Así por ejemplo, un revestimiento de linóleo resistente al desgaste es ideal para un pasillo muy frecuentado pero menos para una zona húmeda.

Antes de instalar un revestimiento blando, hay que asegurarse que la superficie es completamente plana, pues cualquier irregularidad se verá con el revestimiento, o las baldosas se quebrarán.

Los revestimientos con mayor estabilidad térmica son más convenientes para una calefacción por el suelo, ya que se contraerán y dilatarán menos con el calor.

1.2. Aspectos sanitarios:

En el siguiente cuadro podemos ver las características generales sanitarias y ambientales según el material del revestimiento:

Material/ Aspectos ambientales y sanitarios	Evacuación vapores (Respiración)	Conservación térmica	Confort acústico	Anti estática	Emissiones durante la fase de uso	Posibles alergias	Contenido ener- gético	Tratamiento de residuos
Vinilo	①	①	②	①	COV***, formaldehído, gas tóxico en caso de incendio	①	①	Combustión
Linóleo	②	①	③	③	Nada	③	③	Combustión
Corcho	③	①	③	③	Según acabado: Barniz natural, cera o aceite: sin emisiones nocivas. Otros:COV	③	③	Recuperación y reciclaje
Baldosas piedra natural	②	③	①	②	Posible radón	③	③	Reciclaje (Gravilla, muro insonorizador)
Baldosas cerámicas	③*	③	①	②	Posibles metales pesados	③	③	Reciclaje (gravilla), los metales pesados pueden contaminar
Hormigón	①	③	①	②	Posible radón	③	③	Reciclaje (gravilla, hormigón, metal)
Parqué	③	①	②	③*	Nada (salvo barniz)	③	③	100% compostable si el acabado es a base de producto ecológico
Parqué multicapa	③	①	②	③*	Nada (salvo barniz)	②	②	100% compostable si el acabado es a base de producto ecológico
Parqué laminado	①	①	①	①	COV, formaldehído	①	①	Desechos, combustión
Moqueta (lana)	③	②	③	③	Biocidas, contaminantes, microorganismos	①	①	Reciclable

Tabla 15 características sanitarias y ambientales Fuente: IBGE

*Las baldosas barnizadas no evacuan los vapores.

**El uso eventual de barniz implica una carga estática del revestimiento.

***Compuestos Orgánicos Volátiles.

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

La elección de los materiales, de su acabado (por ejemplo, barnizado) y el modo de instalación (fijación mecánica, encolado...) influyen notablemente el ambiente interior. Estos materiales están en contacto, directo o indirecto, con los ocupantes y pueden tener un impacto en su salud. Por lo que el comprador también tiene en cuenta el etiquetado de garantía de materiales sanos, como la ecoetiqueta europea *Ecolabel* o *Natureplus*.

Evacuación de vapores y conservación térmica: los materiales que dejan pasar el vapor están cada vez más presentes en la construcción ecológica, pues contribuye a la comodidad de los habitantes por su efector “transpirable” y regulador de la humedad en el ambiente interior. Neutralizando variaciones rápidas de la humedad. Los materiales con mayor conservación térmica almacenan dicho calor para luego liberarlo gradualmente.

Confort acústico: El aislamiento acústico está determinado principalmente por las capas, más que por el propio material. Una capa intermedia plástica, entre el revestimiento y la superficie implica un mayor aislamiento.

1.3. Aspectos ecológicos:

El consumidor belga también otorga importancia a la elección de materiales cuyo impacto sobre el medio ambiente sea menor tras el ciclo de vida completo: desde su extracción hasta su eliminación, pasando por la producción.

1.4. Aspectos económicos:

Uno de los factores fundamentales es el coste del material, en función de su aplicación y duración estimada.

MATERIALES ECOLÓGICOS	€/m ²
Baldosas piedra natural	60 – 80
Baldosas cerámicas (Terra cota)	33 – 50
Baldosas cerámicas (Gres)	20 – 40
Linóleo (2'5mm)	± 22
Corcho	18 – 30
Parqué Madera	17 – 72
Multicapa	±50

Tabla 16 Coste Materiales ecológicos. Fuente: VIBE vzw

1.5. Aspectos estéticos:

El aspecto visual del acabado es uno de los criterios de decisión importantes, que depende exclusivamente del gusto del ocupante y de las tendencias.

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

2. IMPORTACIÓN MUNDIAL BELGA POR VALOR Y VOLUMEN INCLUYENDO TODOS LOS CÓDIGOS TARIC DEL CONJUNTO DEL SECTOR

Importación mundial belga por valor (Millones de Euros)

PAÍSES		2014	2013	2012	2011	2010	EVOLUCIÓN 2010-2014	
		Mill. €	Mill. €	Mill. €	Mill. €	Mill. €		
China	1	190	155	171	156	157	7%	↗
Italia	2	127	119	113	114	111	7%	↗
India	3	37	31	39	41	43	-14%	↘
Francia	4	33	30	30	34	31	-3%	→
España	5	30	24	25	25	26	3%	→
Vietnam	6	29	25	27	34	29	-9%	↘
Alemania	7	28	27	26	26	27	4%	→
P. Bajos	8	26	26	30	27	25	1%	→
Luxemburgo	9	25	15	2	2	1	834%	↗↗↗↗↗↗↗
Turquía	10	24	24	26	25	24	-2%	→
Total		640	556	572	565	548	5%	→

Tabla 17 Fuente: Euroestacom

Importación mundial belga por peso (Miles de Toneladas):

PAÍSES		2010	2011	2012	2013	2014	Evolución 2010-2014	
		Peso T	Peso T.	Peso T.	Peso T.	Peso T.	%	
China	1	556	576	511	406	445	-17%	↘↘
Vietnam	2	149	181	108	126	148	-13%	↘
India	3	143	138	128	88	105	-21%	↘↘
Turquía	4	73	76	78	64	70	-7%	↘
Noruega	5	41	43	42	56	48	17%	↗↗
P Bajos	6	19	17	50	32	28	28%	↗↗↗
Alemania	7	27	22	19	24	21	-6%	↘
Irlanda	8	39	42	42	40	18	-18%	↘↘
Italia	9	20	16	16	19	15	-3%	→
Francia	10	23	26	19	15	14	-29%	↘↘↘
España	17	7	5	6	4	5	-22%	↘↘
Total		1216	1236	1123	960	996	-14%	↘

Tabla 18 Fuente: Euroestacom

Analizando la demanda belga mediante los datos de las importaciones del conjunto del sector de los últimos años, unido al análisis realizado para cada uno de los principales códigos Taric que abarca este estudio, podemos concluir que la demanda en Bélgica ha disminuido, debido a la bajada que la crisis ha generado en la construcción.

Durante el periodo 2010-2013 las importaciones habían aumentado en productos más económicos y de origen chino, pero en el año 2014 los síntomas de recuperación de la construcción en Bélgica se revelan en un aumento de las importaciones en peso, que en este sector se identifica con productos cerámicos y de piedra natural.

5. PRECIOS

1. PRECIO DE PAVIMENTO Y REVESTIMIENTO EN BÉLGICA

El precio de los pavimentos y revestimientos varía tanto como la variedad de pavimentos en sí mismo. Diferentes materiales, acabados y la puesta in situ explica la diversidad de tarifas de precios. Como es lógico, el precio de un revestimiento en PVC distará mucho de uno en mármol. Para determinar los precios indicativos en Bélgica, hemos elaborado este panel con los datos de la guía práctica de suelos de comprendrechoisir.com, teniendo en cuenta los precios medios en proyectos de casas y apartamentos de mediana envergadura. Estos precios son con la entrega incluida (excepto mención) e IVA no incluido.

1.1. El coste de los revestimientos en parqué y piedra

Cada tipo de madera, implica un precio distinto, además puede ser en tablas originales o laminado para su fácil colocación. Un parqué de haya o teca en estado natural, costará unos 70€/m², hasta 100 € si está barnizado. Sin embargo si es flotante, es decir en láminas de fácil colocación, costará en torno a un cuarto del parqué original.

Si se trata de parqués por capas, el precio será mucho más atractivo, pero al no ser íntegramente de madera, no tendrá las mismas propiedades que el original, por lo que los más puristas, no lo consideran un parqué completamente. El precio en este caso variaría de los 10 a los 40 €/m² según el material.

En el caso de la piedra natural ocurre lo mismo, se puede encontrar revestimientos en piedra natural a partir de 35€/m², dependiendo del acabado de la piedra, la región de origen, y la apariencia del material en cuestión. Por ejemplo si la preferencia es una piedra como la “Chassagne”, que es la empleada en el museo del Louvre, el precio alcanza 70€/m². Una vez más hay que ajustar presupuesto y preferencias. Para hacernos una idea, la pizarra varía de 30 a 60€/m², el granito entre 60 y 150€/m² y el mármol entre 45 y 140€/m².

1.2. El coste de los revestimientos de baldosas y hormigón

En el caso de las baldosas, el precio también varía mucho según el material y acabado elegidos. La loza en Bélgica cuesta entre 20 y 120€/m², la terracota entre 40 y 60€/m², el gres cerámico entre 20 y 150€/m². Como se puede ver, la variable de precios es muy elevada ya que son muchas las variables a la hora de decidir un tipo de revestimiento. En cuanto al hormigón, la opción más costosa es lógicamente el hormigón natural, que va de los 100 a los 250 €/m², incluyendo la puesta in situ, y la opción más económica sería el hormigón alisado que va de 70 a 100€/m².

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

1.3. El coste de otros tipos de revestimientos

En este sector, los precios más económicos son los de moquetas y revestimientos de PVC, que varían en el caso del PVC desde 2€ hasta 50 €/m² y para la moqueta el precio oscila entre los 3 y los 200 €/m², las fibras vegetales van de los 7 a los 40€/m², en el caso de elegir un pavimento metálico el precio ronda los 55€/m² y en el caso del vidrio, el presupuesto ha de ser más elevado, pues el precio es a partir de los 650€/m².

Revestimiento	Resistencia		Manteni- miento	Precio / m ²	Características:
	Desgaste	Manchas			
SOLS SOUPLES					
PVC	x	xxx	xxx	2 a 50 €	Diseño, simula materiales nobles
Moqueta	xx	x	x	3 a 200 €	Gran comodidad
Lino	xxx	xxx	xxx	20 a 60 €	Ecológico, gran variedad de estilos
Fibras vegetales	xx	xxx	xx	7 a 40 €	Conveniente estancias húmedas
Cuero	xx	x	xx	200 a 250 €	Revestimiento lujoso
Corcho	xx	xx	xx	15 a 30 €	Muy buen aislante térmico
PARQUET					
Parqué tradicional	xxx	xx	xx	50 a 150 €	El parqué de madera por excelencia
Parqué láminas	xx	xx	xx	30 a 150 €	Puesta simple y rápida
Baldosas					
Gres cerámico	xxx	xxx	xxx	20 a 150 €	Varios estilos
Arcilla	xxx	x	xx	40 a 60 €	Cálido
Cemento	xxx	xxx	xxx	20 a 80 €	Decorativo: varios motivos, tintes...
Terracota hexagonal	xxx	x	xx	30 a 100 €	Autenticidad
Loza	x	x	xx	20 a 150 €	Muy estética
Mosaico	xxx	xxx	xxx	10 a 60 €	Original, diversos materiales: vidrio, mármol...
PIEDRA NATURAL					
Piedra Blanca	x	x	xx	50 a 120 €	Piedra cálida
Pizarra	xxx	xxx	xxx	30 a 60 €	Colores: desde gris oscuro a negro
Granito	xxx	xxx	xxx	60 a 150 €	Piedras de gran belleza, antideslizante
Mármol	x	x	xxx	45 a 140 €	Gran variedad de aspectos y colores
PIEDRA RECONSTITUIDA					
Piedra reconstituida	xxx	x	xxx	50 €	Simula piedra natural
HORMIGÓN					
Hormigón en obra	x	xx	xxx	100 a 200 € p.i	Práctico
Hormigón baldosas	xxx	xx	xxx	80 a 200 € p.i	Práctico
Hormigón encerado	xxx	x	xxx	100 a 180 € p.i	Muy buen acabado
Hormigón alisado	xxx	x	xxx	70 a 100 € p.i	Aspecto espumoso, en ocasiones brillante
Hormigón compues- to	x	x	xxx	60 a 100 € n.i	Apariencia de hormigón natural

Teniendo en cuenta las características analizadas, si el factor determinante es el precio, la moqueta y el PVC son los más interesantes en términos de presupuesto, pero si tenemos en cuenta otros factores, la piedra natural, el parqué auténtico o las baldosas cerámicas serán los más interesantes según la función del pavimento.

2. PRECIOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL BELGA DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS

PRECIO IMPORTACIONES CONJUNTO DEL SECTOR					
€/kg	2010	2011	2012	2.013	2014
Italia	6,3	9,1	9,5	8,7	10,5
España	3,8	5,5	4,7	6,5	7,7
Alemania	1,2	1,4	2,3	1,7	2,6
Países Bajos	1,5	2,1	0,6	0,9	1,0
China	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4
Turquía	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3
India	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Vietnam	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2

Si se hace un cálculo del precio medio del sector según el origen de las mercancías importadas, lo que podemos deducir, más que el precio real, es el tipo de material que se importa según el país de origen, así Italia y España aparecen con un precio mucho más elevado, que reflejan que tienen mayor importancia en la importación de piedra natural y baldosas cerámicas, mientras países como China e India, que aparecen como principal origen de muchas importaciones, tienen una mayor importancia en productos de coste mucho más reducido, como los revestimientos plásticos.

6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Este estudio abarca varios tipos de revestimientos y pavimentos, por lo que a la hora de considerar la percepción del producto español tenemos que diferenciar entre los tres principales materiales en los que hemos basado el informe.

Así, en los revestimientos y pavimentos plásticos, el cliente no valora el origen de los materiales y sí el precio y acabado, por lo que, con diseños adecuados al mercado y un precio competitivo respecto a los productos procedentes de China, que copan actualmente el mercado de revestimientos plásticos, el consumidor belga no tendría inconveniente en comprar un producto “Made in Spain”. Pero actualmente, España no tiene notoriedad, ni marcas que sean conocidas en Bélgica dentro de este tipo de materiales.

En el sector de la piedra natural, se le otorga una mayor importancia al origen del material y calidad de los productos. El producto español tiene buena aceptación en el mercado belga y tiene como características principales una buena relación calidad-precio, cercanía geográfica respecto a los nuevos competidores del sudeste asiático, una amplia gama cromática y buena imagen.

Por lo general, la piedra natural española tiene una buena imagen en Bélgica, es percibida como un producto de buena calidad por profesionales y clientes finales. Este hecho les ha permitido posicionarse en el segmento medio-alto, compitiendo con los productos de origen italiano, que ofrecen un diseño y una calidad ligeramente superiores, pero que no pueden competir en precio con los españoles. Para llevar a cabo la promoción de la piedra natural en el mercado belga es crucial mantener una colaboración permanente con los grandes fabricantes, distribuidores e ingenierías.

En el cómputo global de exportaciones de cerámica, España ocupa la tercera posición y continúa basando su pujanza en su dominio del mercado de baldosas esmaltadas, por detrás de Italia y China. Esta situación se mantiene en 2014, si bien la evolución de las exportaciones españolas de baldosa no esmaltada ha permitido recortar un poco la distancia con Italia y reforzar su posición respecto a la partida 6908.

Ahora bien, si se analiza con más cuidado la situación, se puede ver que:

- a) Italia se estabiliza en ventas de azulejo, pero lleva a cabo una estrategia de especialización en el segmento más alto del mercado. Italia es capaz de vender productos cerámicos de calidad y diseño similares a los de España, pero a precios superiores, situándose en el segmento de mayor “exclusividad” dentro del mercado de azulejo.
- b) El mercado de revestimiento porcelánico no representa un volumen tan grande como el de azulejo, pero sigue creciendo más rápido que éste y tiene perspectivas de seguir hacién-

dolo. Los revestimientos porcelánicos son el segmento del mercado de baldosas cerámicas que más crece vinculado a obra nueva y es a través de ésta por donde más van a crecer las importaciones de porcelánico. Por otra parte, fiel a su estrategia de especialización en el segmento alto, Italia domina el mercado de importación de la gama más cara de este material, el llamado “porcelánico técnico” o “sal y pimienta”.

Lógicamente, el segmento más alto del mercado de baldosas (el “top-end”), en que se especializa Italia, crece de manera mucho más moderada que el segmento medio y medio-alto, en el que se concentra la oferta española. Esto explica parcialmente el estancamiento italiano en venta de azulejo. Pero por otro lado, es mucho más sencillo que este segmento crezca en precios y no en metros cuadrados, lo que también es una ventaja para los exportadores.

También es percibido como un producto de calidad por el canal prescriptor. Conceptos como innovación, tecnología y vanguardia son ahora relacionados con el azulejo español, lo que ha abierto nuevos horizontes para su utilización en proyectos de mayor envergadura y visibilidad.

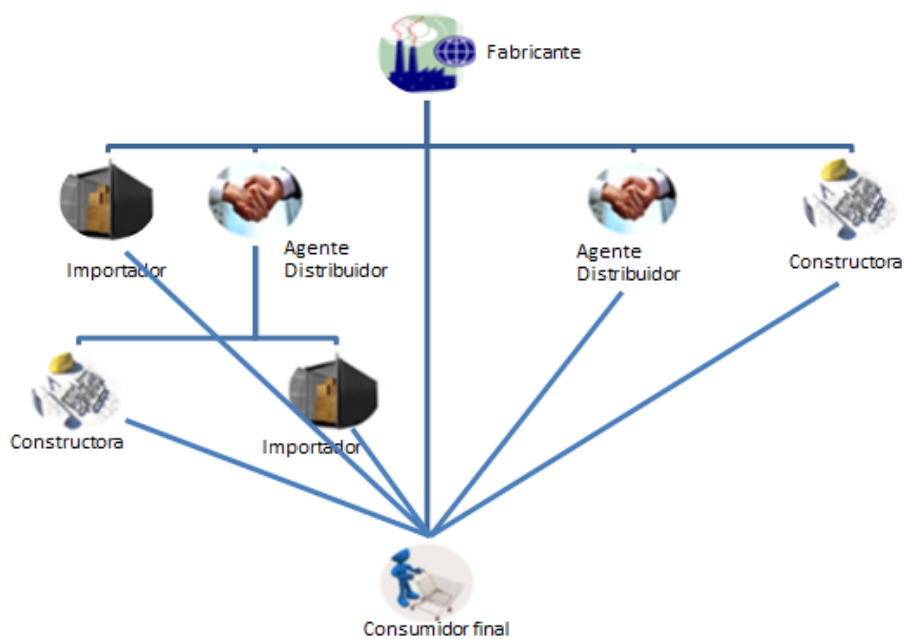
Cabe destacar el liderazgo en el segmento medio-alto de las baldosas esmaltadas españolas.

7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

1. PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La gran mayoría de distribuidores de revestimiento cerámico, de piedra natural o de revestimientos plásticos en Bélgica incluyen en su catálogo productos materiales de importación, por lo que la mayoría de los distribuidores son importadores o adquieren materiales de fabricantes extranjeros a través de intermediarios. Por ello, podemos describir la distribución de materiales de revestimiento del siguiente modo:

- Grandes distribuidores de revestimientos y materiales de construcción con cadena de tiendas propia y que realizan operaciones de importación directa.
- Importadores que actúan como mayoristas, dedicándose básicamente a la intermediación.
- Distribuidores locales de revestimiento con cadena de tiendas propias pero que operan a través de intermediarios.



EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

Además de estos actores principales, existen otros que hay que tener en cuenta para analizar la distribución de materiales de revestimientos y pavimentos:

- **Agentes:** Con una posición intermedia entre el fabricante y los distribuidores finales evitan el coste de información a las empresas que desean iniciar en el mercado belga, entrando directamente con varias posibilidades de distribución por el conocimiento previo del agente. Por el tamaño del mercado belga, no es una figura demasiado necesaria si se realiza una buena búsqueda de distribuidores, evitando así la competencia con otros de sus fabricantes representados y la intermediación.
- **Arquitectos y diseñadores:** Actúan como prescriptores de materiales y marcas. No suelen ser el cliente directo del fabricante, pero en muchos casos sí son los que eligen los materiales de un proyecto, ya sea de obra nueva o de reforma, en el caso de que los particulares que la llevan a cabo contraten los servicios o la opinión de estos expertos. En un proyecto de obra nueva, el arquitecto suele ser quien elige los materiales que se van a utilizar, aunque no tanto de dónde se compran.
- **Empresas de construcción:** Cada vez en mayor medida estas empresas llevan a cabo el proyecto completo, desde la elección de los materiales. Intentando comprarlos directamente del fabricante para reducir los costes, realizando ellos la importación en caso de ser fabricantes extranjeros.

Canal	Características
Venta directa	<ul style="list-style-type: none"> • Limitada a proyectos importantes y a productores con marcas de prestigio. • Acordada con prescriptores involucrados en el diseño del edificio más que con los constructores encargados del proyecto.
Almacenista especializado	<ul style="list-style-type: none"> • Canal responsable de la distribución de la mayor cuota de mercado. • Existen tanto empresas que operan a nivel nacional como regional. • Suelen tener un salón de exposición y una o varias zonas de almacenaje de materiales. • Amplia gama de materiales de construcción complementarios. • Tienen necesidad de un amplio fondo de maniobra ya que conceden crédito a los constructores con un período medio de cobro mayor al de pago a los proveedores. • A menudo realizan venta minorista en su salón de exposición y ofrecen servicios de decoración o de instalación.
Cadenas minoritarias	<ul style="list-style-type: none"> • Suelen contar con grandes superficies comerciales vendiendo exclusivamente los productos que tienen en exposición. • Localización entorno a grandes zonas urbanas • Aunque su cliente objetivo es el consumidor final pueden vender a profesionales independientes, pequeñas obras... • Su gama se centra en los productos de bricolaje y decoración • No poseen una fuerza de ventas externa ni conceden créditos. • En general cada tienda es responsable de la reposición del stock pero los precios son fijados previamente por el gestor del producto
Minoristas tradicionales	<ul style="list-style-type: none"> • Gran número de pequeñas tiendas con poco valor residual en el mercado • No tienen una relación directa con los productores. El suministro es efectuado por los grandes distribuidores. • Sus clientes son profesionales independientes y el consumidor final • Relación de proximidad entre vendedor y comprador

Tabla 19 Principales características de los canales de distribución del sector de la construcción

2. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS COMERCIOS Y DISTRIBUIDORES DE REVESTIMIENTOS Y PAVIMENTOS EN BÉLGICA:

	PROVINCIA	Nº EMPRESAS	%	FACTURACIÓN Mill.€	%
1	Amberes	358	20%	62	21%
2	Flandes oriental	289	16%	52	18%
3	Flandes Occidental	266	15%	35	12%
4	Limburgo	181	10%	22	7%
5	Brabante Flamenco	148	8%	19	6%
6	Lieja	125	7%	29	10%
7	Bruselas	123	7%	36	12%
8	Henao	118	7%	18	6%
9	Brabante Valón	63	4%	6	2%
10	Namur	49	3%	11	4%
11	Luxemburgo	34	2%	5	2%
TOTAL		1754		300	

Tabla 20 Distribución geográfica comercio revestimientos en Bélgica. Fuente: Trendstop.be

En la tabla 20 se pueden apreciar los distribuidores de materiales para pavimentos y revestimientos clasificados por regiones. Siendo Amberes (358) y Flandes Oriental (289) las que tienen un mayor número de empresas, seguidas muy de cerca por Flandes Occidental (266) Entre estas tres provincias suman el 50% de las empresas del país. En Valonia, Lieja es la primera provincia en número de empresas (125), por detrás de todas las provincias de Flandes. Además en la ciudad de Bruselas (123) también hay una alta concentración de empresas del sector.

Mediante estos datos podemos apreciar la importancia económica que tiene la región de Flandes dentro de la economía belga, en esta región se encuentran la mayoría de las empresas del sector de pavimentos y revestimientos. Sin embargo en la región de Valonia, el número de empresas es mucho más reducido. Esto se debe principalmente a que la actividad industrial del país está concentrada en la región de Flandes y a las excelentes comunicaciones por mar de los puertos de norte de Bélgica, por donde se importa gran cantidad de materiales provenientes de todo el mundo, como hemos analizado en el apartado del comercio internacional.

Los principales puertos de Bélgica son los de Amberes, Gante, Zeebrugge y Ostende. Bélgica utiliza tanto sus 66,5 Km. de costa como sus 1.528 Km. de vías navegables en el interior del país. El principal puerto del país es el de Amberes, el cual es el segundo puerto más grande de la Unión Europea, después del puerto de Rotterdam, en los Países Bajos.

En Bruselas, el número de empresas no es el más elevado pero debido a la menor extensión del territorio y a la alta densidad de población del mismo, la concentración de empresas del sector es la más elevada del país.

Con estas características regionales, es imprescindible tener como preferencia las zonas del norte del país a la hora de comercializar productos del sector de pavimentos y revestimientos, teniendo siempre en cuenta que en esta región, la lengua principal es el neerlandés, aunque en un ambiente profesional, el inglés, y en ocasiones el francés, son comúnmente empleados.

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

En el siguiente mapa se pueden ver las zonas en las que hay una mayor y menor concentración de empresa de pavimentos y revestimientos:

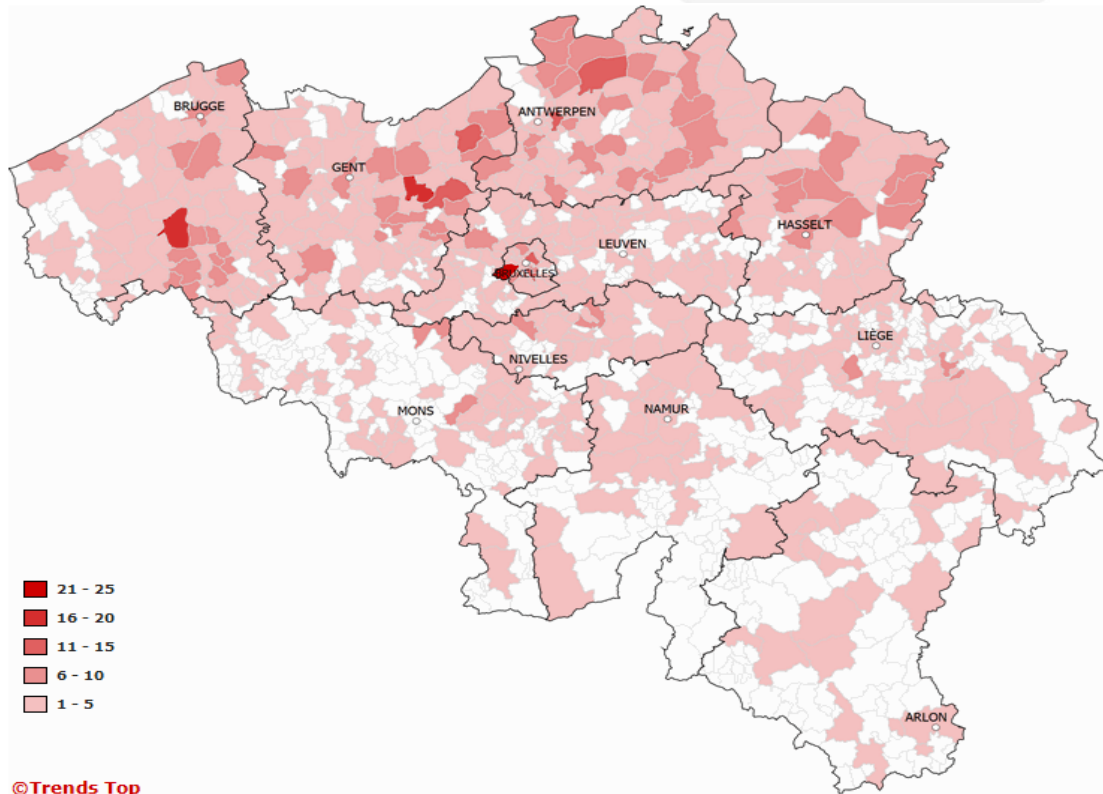


Ilustración 1- Mapa de concentración de empresas por zona geográfica. Fuente: Trendstop.be

Bélgica se constituye en un importante punto de acceso para productos a Europa Occidental y Central. El puerto de Amberes registró un volumen de comercio de mercancías marítimas superior a 200 millones de toneladas en el 2014, convirtiéndose de esta manera en el segundo puerto en volumen de Europa, y en el decimosexto del mundo.

Algunos de los principales distribuidores e instaladores de revestimientos y pavimentos en Bélgica son

-
- Pierre et Sol
- Daniel Moquet (Valonia)
- Zamex bvba
- Technicarro
- Heroni
- Beba SPRL
- Revetements du nord.fr
- Gerfloor - The flooring group

8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

1. IMPUESTOS

Bélgica, como Estado Miembro de la Unión Europea no impone barreras arancelarias a la importación proveniente de España, aunque es necesario tener en cuenta determinados aspectos de la legislación nacional, como el IVA. El IVA, TVA aplicado es del 21%. Si se trata de importación extracomunitaria, se debe pagar el IVA del país de origen, que será deducible luego en Bélgica.

2. NORMATIVA EUROPEA :

En el sector de la construcción, el distribuidor es quien pone los materiales de construcción a disposición, y como eslabón de la cadena de aprovisionamiento, tiene que asegurarse de que el producto cumple con las exigencias del reglamento europeo (UE) n°305/2011:

- Que lleve, en los casos que sea necesario, el etiquetado CE.
- Que vaya acompañado por los documentos ad hoc (declaración de rendimiento, manual, lista de sustancias peligrosas...)
- Contener instrucciones e información de seguridad, en la lengua del país* y que sean comprensibles por los usuarios. Todas las obligaciones del distribuidor están reflejadas en el artículo 14 del Reglamento.

3. IDIOMA

*Uso de las lenguas en Bélgica: Los productos distribuidos en Bélgica tienen que estar conformes con la ley belga del 6 de abril de 2010 relativas a las prácticas del mercado y a la protección del consumidor. El artículo 10 de esta ley exige que las menciones obligatorias, parte del etiquetado, como el modo de empleo y la garantía, tengan que aparecer etiquetados al menos en la lengua o las lenguas de la región lingüística donde los productos sean puestos en el mercado:

- El flamenco tiene que estar presente en los productos destinados a la región flamenca.
- El francés tiene que estar presente en los productos destinados a la región Valona.
- El francés y el flamenco tienen que estar presentes en los productos destinados a la región de Bruselas.
- El alemán tiene que estar presente en los productos destinados al territorio de Eupen-Malmédy.

Fuente: <http://economie.fgov.be/>

4. REQUISITOS COMERCIALES Y TÉCNICOS

Los requisitos aplicables a productos españoles son los comunes a todos los Estados Miembros de UE, y vienen determinados por su propia normativa, algunos aspectos relevantes:

La norma **UNE EN 14411** agrupa estos tipos de baldosas en dos clasificaciones.

En función del tipo de moldeo se clasifican en:

A.- Extruidas: Baldosas cuya masa se moldea en estado plástico mediante una galletera, y la cinta obtenida se corta en piezas de longitud determinada. En este grupo de baldosas incluiríamos a algunos tipos de gres porcelánico, el baldosín catalán, el gres rustico y el barro cocido.

B.- Prensadas en seco: Baldosas formadas de una masa reducida a polvo o pequeños granos y moldeadas en matrices a alta presión. En este grupo incluiríamos a los azulejos, gres esmaltado y algunos tipos de gres porcelánico.

En función de la absorción de agua clasificaremos las baldosas en tres grupos:

Grupo I. Baja absorción ($E < 3\%$)

Grupo II. Media absorción ($3\% < E \leq 10\%$)

Grupo III. Elevada absorción ($E < 10\%$)

La norma divide los dos primeros grupos (I y II) en dos subgrupos. En la tabla I de la misma se agrupan todas las clasificaciones en función de su moldeo y absorción.

Campo de aplicación de la norma UNE EN 14411/2006.

La norma se aplica a las baldosas cerámicas extruidas y prensadas en seco de primera calidad comercial y las que no son de primera calidad (aunque a estas únicamente les aplica el anexo Q de la misma)

La instrucción establece una serie de nomenclaturas a tener en cuenta:

A.- Baldosa extruida.

B.- Baldosa prensada en seco.

(GL).- Baldosa esmaltada (de cubierta vitrificada)

(UGL).- Baldosa no esmaltada.

Porcelánico: Baldosa vitrificada de absorción muy baja ($E < 5\%$)

Baldosa con engobe: Baldosa con cubierta o terminación a base de arcilla con acabado mate, permeable o impermeable.

Pulido: Superficie de baldosa, esmaltada o no, a la que se le ha dado un acabado brillante mediante un pulido mecánico después de la capa de cocción.

9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

Para la renovación de viviendas se ha extendido el uso de materiales más económicos como los revestimientos plásticos, por lo que se espera que la venta de estos se mantenga elevada durante los próximos años. Pero como podemos apreciar en la tabla 17, la tendencia de los últimos años en Bélgica hacia la compra de vivienda usada se ha visto revertida en 2014 y 2015, y así se espera que se mantenga también durante los próximos años.

EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DE COMPRA SEGÚN TIPO DE VIVIENDA EN BÉLGICA %								
AÑO	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Vivienda nueva	29,3	28,0	27,2	24,9	24,9	24,8	25,1	25,5
Vivienda usada	70,7	72,0	72,8	75,1	75,1	75,2	74,9	74,5

Tabla 21 Fuente: <http://bestat.economie.fgov.be>

Este aumento de la compra de vivienda nueva ofrece una oportunidad a los fabricantes de revestimientos y pavimentos que quieran introducir sus productos en el mercado belga. Y esta tendencia viene acompañada por un aumento de los precios en la vivienda, que excepto en los primeros años de la crisis (2009 y 2010) se ha mantenido como una constante y se espera que así continúe durante los próximos años.

En la tabla 22 vemos cómo el índice de precios de producción en la construcción ha mantenido un crecimiento constante durante los años más recientes, a pesar de la situación del sector de la construcción en Bélgica:

Índice (2010=100)	I	II	III	IV	Anual
2008	99,9	101,2	101,0	102,3	101,1
2009	101,0	99,7	100,5	98,9	100,0
2010	99,4	99,8	100,0	100,8	100,0
2011	102,9	103,2	104,5	105,1	103,9
2012	105,7	106,1	106,0	105,6	105,9
2013	105,4	105,4	106,7	107,1	106,1
2014	107,3	107,2	107,4	107,6	107,4
2015	108,6	108,8			108,7

Tabla 22 Fuente: economie.fgov.be/ Índice de precios de producción en construcción en Bélgica (2Q 2015)

Los índices de precios de producción en la construcción sirven para estimar los índices de costes de la construcción. Reflejan el precio pagado por el cliente a las empresas de construcción.

10. OPORTUNIDADES

El sector de pavimentos y revestimientos plásticos en Bélgica ha crecido mucho a lo largo de estos últimos años de crisis económica, esto se debe, en parte al aumento de compra de vivienda usada y en parte a la elección de materiales más económicos en la construcción de vivienda nueva. Este es por lo tanto un nicho en el que los productores españoles tienen una oportunidad de introducirse, actualmente estos materiales provienen de China, y el precio es el factor determinante, no hay una gran notoriedad de marcas y el origen de los productos no es tan importante como en el caso de los revestimientos cerámicos o de piedra natural.

Con un precio competitivo y aportando diseño e innovación, se podrían introducir nuevas marcas y productos en este mercado que tanto está creciendo en Bélgica.

En cuanto a los productos de piedra natural y de cerámica, tienen una nueva oportunidad por las expectativas de la recuperación del mercado inmobiliario de nueva vivienda en Bélgica, y el precio no es un factor tan decisivo como el origen, el diseño y la calidad de los materiales. Esto se debe a que, a pesar de la disminución en la construcción de vivienda nueva, los precios de este mercado no han bajado de la misma forma. Por lo que es importante permanecer posicionado en un sector de gama media-alta, manteniendo un precio competitivo respecto a los productos de gama alta (italianos) y una calidad y acabado mejores que los productos más económicos provenientes de Asia.

En los datos de 2014 y 2015 ya se aprecia un aumento en las ventas de vivienda nueva y se espera que los próximos años aumente también la construcción de vivienda nueva.

En Bélgica siempre es interesante la gran oportunidad que implican el alto número de licitaciones de obra pública que existen, ya que estos proyectos muchas veces son de grandes dimensiones y emplean materiales con una buena relación calidad precio, que es donde se sitúan los productos españoles.


11 . INFORMACIÓN PRÁCTICA

1. FERIAS.

En Bélgica hay un gran número de ferias en el sector de la construcción, algunas de ellas dirigidas a profesionales y otras al cliente final. Por lo que tanto las de carácter nacional como internacional pueden resultar una buena forma de darse a conocer en el mercado belga.

La más destacada por su importancia internacional y número de visitantes es la feria de Batibouw, que tiene lugar de forma anual en los meses de febrero o marzo.

Nombre	Batibouw 2016	 BATIBOUW
Bruselas - Salón internacional de construcción, renovación y acondicionamiento interior		
Fecha	25/02/2016 - 6/03/2016	
Organizador	Fisa- Brussels Expo - Place de Belgique 1, 1020 Bruxelles	
Web	www.batibouw.com	
Teléfono	02/474 82 63	
Mail	sales@bruexpo.be	

Nombre	Pro2build 2015	 PRO2BUILD
Primera exposición en Valonia destinada a los suministradores de equipamiento, materiales y servicios para los profesionales de la construcción.		
Fecha	17/11/2015 - 18/11/2015	
Organizador	Expansion Partners	
Web	www.pro2build.be	
Teléfono	04 233 62 97	
Mail	info@pro2build.be	

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

Nombre	Louvexpo	
La Louvière		
Fecha	7-8/11	
Organizador	Rue du Hocquet 7 7100 La Louvière Belgique	
Web	www.louvexpo.be	
Teléfono	064/88.51.45	
Mail	info@louvexpo.be	

Nombre	Hout & Habitat	
Amberes		
Fecha	19/11/2015 - 22/11/2015	
Organizador	Artexis Easyfairs Antwerp Expo (Artexis Group - E & C Centres)	
Web	www.houtenhabitat.be	
Teléfono	03/260 81 22	
Mail	info@antwerpexpo.be	

Nombre	Bouwexpo 2015	
Kortrijk		
Fecha	27/11/2015 - 29/11/2015	
Organizador	Kortrijk Xpo Organizations - Doorniksesteenweg 216 8500 Kortrijk	
Web	www.bouwexpo.be	
Teléfono	056/24 11 11	
Mail	info@kortrijkxpo.com	

Nombre	Batireno 2016	
Namur - Feria de renovación y construcción		
Fecha	9/01/2016 - 11/01/2016	
Organizador	Artexis Expo Namur Expo	
Web	www.batireno.be	
Teléfono	081/47 93 47	
Mail	artexisexpo@artexis.com	

EL MERCADO DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS EN BÉLGICA

Nombre	Wonen 2016	
Bruselas - Salón de construcción y decoración		
Fecha	23/01/2016 - 31/01/2016	
Organizador	Expo+ asbl - Nekkerhal - Brussels North	
Web	www.wonen.eu	
Teléfono	015/55 10 01	
Mail	nekkerhal@artexis.be	

Nombre	Batirama 2016	
Tournai		
Fecha	23/01/2016 - 31/01/2016	
Organizador	Tournai-Expo Kain	
Web	www.batirama.be	
Teléfono	069/25 71 11	
Mail	valerie.moulin@comexpo.be	

Nombre	Bouw & Reno 2016	
Amberes - Salón de construcción y renovación		
Fecha	9/01/2016 - 17/01/2016	
Organizador	Artexis Easyfairs - Antwerp Expo (Artexis Group - E&C Centres)	
Web	www.bouwreno.be	
Teléfono	03/260 81 22	
Mail	info@antwerpexpo.be	

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR.

La publicación en formato papel más destacada en Bélgica del sector de pavimentos y revestimientos es “Polycaro”, con una publicación trimestral. Son especialistas en piedra natural, cerámica y cuarzo. También disponible en versiones para tableta, Smartphone y ordenador.

www.polycaro.be/fr/

3. ASOCIACIONES.

<http://www.fema.be/fr>

<http://bmpmc.be/fr/>

<http://www.ecobuild.brussels/fr/professionnel/ecobuild-brussels>

4. RECOMENDACIONES PARA EL EXPORTADOR.

En Bélgica existen dos lenguas oficiales (neerlandés y francés), pero no está homogeneizado, y a la hora de establecer los primeros contactos comerciales, bien por vía telefónica, electrónica o personalmente, es conveniente tener en cuenta el idioma de cada región.

Si el contacto comercial está establecido en Bruselas o Valonia se debería contactar en francés, si bien el inglés está comúnmente admitido como la lengua para los negocios luego no es de extrañar que las comunicaciones se hagan en inglés.

En el caso de Flandes, cuyo idioma es el flamenco, el contacto se deberá hacer preferiblemente en inglés antes que en francés.

Aunque son profundamente tradicionales en muchos sentidos, los belgas son flexibles y tienen perspectivas internacionales. Bélgica puede resultar pequeña e internamente complicada, pero también está definitivamente abierta a los negocios.

Para introducirse en el mercado belga, se pueden manejar las siguientes opciones:

- Intermediarios que revendan sus productos en Bélgica.
- Emplear agentes nacionales.
- Nombrar en el mercado extranjero un representante de la empresa (contrato laboral) o un agente (contrato de agencia: cobra por medio de comisiones en función de lo que vende).
- Implantarse en el mercado extranjero creando una sucursal o filial comercial

La fórmula más común es la contratación de un agente. Una forma de contactar con algún agente es a través de la Federación Nacional de Agentes Comerciales:

Teléfono: + 32 234 445 45 Contacto: ubac@skynet.be

<http://www.comagent.com/implication-internationale-federation-nationale-des-agents-commerciaux/33-federation-internationale--belgique.html>

A pesar de que la población de Bélgica es de únicamente 11 millones de habitantes, el país se encuentra en el centro de la Unión Europea, funcionando como "hub" estratégico para más de 500 millones de clientes en Europa.

Bélgica aloja un moderno entorno comercial con muchas normas y un alto nivel de burocracia, por lo que es importante conocer los procedimientos locales o contar con la colaboración de un agente o del propio cliente, que tenga un conocimiento previo del país y de sus regiones.