

# La baldosa de gran formato domina el mercado de los recubrimientos

► Los informes del Instituto de Tecnología Cerámica muestran el creciente interés de los consumidores por los productos cerámicos que ofrezcan beneficios asociados al bienestar

DANIEL LLORENS. CASTELLÓ

■ Los informes elaborados por el Observatorio de Mercado del Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) señalan que el gran formato «es el protagonista actualmente en la comercialización de cerámica, tanto fabricantes como consumidores reclaman su importancia en el mercado», señala Marta Lázaro, técnico del ITC en inteligencia de mercado. En esta investigación, entre los argumentos de venta más importantes utilizados por los comerciales de tienda encontramos: «el producto en el que no se ve la junta», o «gran variedad de acabados y efectos».

En la distribución de cerámica, según subraya Lázaro, «también nos encontramos que hay una necesidad latente de este producto, pero se deben mejorar algunos aspectos como por ejemplo, el transporte en cajones de madera sin una devolución y con un coste muy elevado, o la falta de personal cualificado para la manipulación y colocación de dicho material como se afirma desde la Asociación Profesional de Alicatadores Soladores (Proalso)».

Además, también subraya de manera especial que la pandemia ha llevado a los consumidores «a buscar una mejor higiene tanto en el hogar como en el espacio público. En respuesta, los fabricantes cerámicos están desarrollando cada vez más productos nuevos e innovadores que ofrezcan beneficios adicionales, asociados al bienestar, más



Marta Lázaro, técnico de inteligencia de mercado del ITC.

LEVANTE-EMV

allá de aspectos estéticos y prestaciones. Se están creando materiales y revestimientos con acabados antibacterianos para brindar mayor tranquilidad a los consumidores, con nuevas actualizaciones en direcciones estéticas e innovaciones que amplían el atractivo del mercado. Además, cada vez los prescriptores valoran estas propiedades para sus proyectos en la búsqueda de nuevos nichos como el contract y los

espacios públicos». También afirma que, actualmente, «estamos viviendo una ola creciente de fabricantes de baldosas cerámicas diseñando productos sostenibles e innovadores».

Algunos de los argumentos de venta de comunicación verde a la hora de la comercializar el producto son 'La cerámica es un material sostenible', dado que se caracteriza por ser un material natural. Y ser un

«producto de proximidad», ya que la práctica totalidad de la producción cerámica nacional se concentra en la provincia de Castelló, frente a otros materiales competidores fabricados en puntos más alejados.

En este sentido, Lázaro subraya que, en lo que respecta a los consumidores finales, «todavía no eligen la cerámica por su sostenibilidad, sino que centran en otros valores funcionales como la limpieza, la calidad y el mantenimiento, como analizamos en el informe del consumidor del Observatorio de Mercado».

Una de las tendencias que hemos venido observando en los últimos años, ha sido el boom del DIY (Do It Yourself-Hazlo tú mismo) en el hogar; y que se ha disparado durante la pandemia. Actualmente las reformas domésticas están en pleno apogeo y ofrecen enormes oportunidades a las marcas cerámicas. El 23% de los consumidores españoles han comprado algún artículo de bricolaje por Internet durante el último año, según los datos de la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores (Aecoc). «Respecto al DIY está teniendo un boom, estando ya el 43% de los compradores muy interesados en aprender habilidades y técnicas de bricolaje», afirma Lázaro.

«El boom del DIY tiene un gran impacto para los principales fabricantes de productos para la mejora del hogar, aumentando las ventas un 25 % respecto a 2019 y alrededor de un 20 % respecto al 2020, según los datos obtenidos por las Asociación de Fabricantes de Bricolaje y Ferrería. Si nos centramos en el bienestar, el 27 % de los consumidores afirman que su salud mental ha mejorado con la reforma de su nuevo hogar, de acuerdo al Informe Life at Home 2021 de Ikea», explica la experta del centro tecnológico castellanense.

«Vivimos una ola creciente de fabricantes de baldosas que diseñan productos sostenibles e innovadores»