



ESTUDIO
DE MERCADO

2024



El mercado de azulejos y revestimientos cerámicos en Croacia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Zagreb

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

25 de junio de 2024
Zagreb

Este estudio ha sido realizado por:

Asier Cerros Rastrollo
Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Zagreb

<http://croacia.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240080

Índice

1. Introducción	5
2. Definición del sector	6
2.1. Tipología del producto	6
2.2. Breve referencia histórica a la cerámica en Croacia	7
2.3. Clasificación arancelaria	7
3. Oferta – Análisis de competidores	8
3.1. Situación actual en Croacia	8
3.2. Oferta en Croacia	9
3.2.1. Exportaciones	10
3.2.2. Importaciones	11
3.3. Principales productores croatas	14
3.4. Competidores extranjeros en Croacia	16
4. Demanda	18
4.1. Evolución del mercado croata	18
4.2. Sector de la construcción en Croacia	19
4.2.1. Volumen de las obras de construcción	20
4.2.2. Permisos de construcción expedidos	20
4.2.3. Edificios y viviendas terminadas	22
4.2.4. Sector turístico	24
5. Precios	26
5.1. Muestra de precios recogidos localmente	27
5.1.1. Listado de precios de Keramital	27
5.1.2. Listado de precios de Credo – Centar	28
6. Percepción del producto español	31
6.1. Comercio bilateral entre España y Croacia	31
6.2. Proyectos en Croacia	32
7. Canales de distribución	35
8. Acceso al mercado – Barreras	37
8.1. Impuestos	37
8.2. Reglamentación específica	37
9. Perspectivas del sector	38
9.1. Perspectiva de futuro	38
9.2. Tendencias	39



9.3. Retos	40
10. Oportunidades	41
11. Información práctica	43
12. Anexo	47

icex



1. Introducción

El presente estudio de mercado tiene como objetivo analizar en profundidad el sector de azulejos y revestimientos cerámicos en Croacia, ofreciendo una visión integral de su estructura y dinámica.

Este análisis se centrará especialmente en identificar las oportunidades y desafíos específicos que se derivan del sector y que puedan ser atractivos para las empresas españolas interesadas en este mercado. A través de un examen detallado de la oferta y la demanda, las tendencias de importación y exportación, y la competencia tanto local como internacional, el estudio proporcionará una base sólida para comprender el panorama actual y futuro del sector en Croacia.

Además, se abordarán aspectos clave del sector de la construcción y del sector turístico. Esto permite identificar las tendencias y necesidades específicas del mercado, facilitando la adaptación de la oferta de azulejos y revestimientos cerámicos a las exigencias de los proyectos de construcción y renovación, lo que a su vez abrirá oportunidades estratégicas para las empresas españolas en Croacia.

Con el fin de aportar la mayor información posible, se llevó a cabo una reunión con la empresa croata Keramital. Esta reunión tuvo como objetivo obtener una perspectiva de primera mano sobre las tendencias actuales del mercado, la percepción de los productos españoles y los desafíos que enfrenta el sector.

Por último, se analizarán los distintos canales de distribución de entrada al mercado croata, así como las barreras de acceso, con el fin de ofrecer una guía completa que facilite la toma de decisiones estratégicas para las empresas españolas que buscan expandir su presencia en este mercado.

2. Definición del sector

El objetivo de este estudio es proporcionar una visión general del sector del azulejo y revestimiento cerámico en Croacia, analizando su evolución a lo largo del tiempo y destacando las oportunidades emergentes en este campo.

2.1. Tipología del producto

Las tipologías más frecuentes de baldosas cerámicas abarcan el gres porcelánico, el azulejo, el pavimento de gres, el gres rústico y otras variedades. A continuación, se proporciona una breve descripción de cada uno de estos tipos:¹

- **AZULEJO:** El azulejo es una baldosa cerámica con alta absorción de agua, prensada en seco y esmaltada. Se fabrica mediante monococción o bicocción y se utiliza principalmente como revestimiento de paredes interiores en locales residenciales o comerciales.
- **GRES PORCELÁNICO:** Es un tipo de baldosa cerámica con muy baja absorción de agua y generalmente no esmaltada. Se utilizan en revestimientos interiores en edificaciones residenciales, comerciales e industriales, así como en suelos exteriores y fachadas. También se emplean en revestimientos de paredes interiores, con acabado pulido.
- **PAVIMENTO DE GRES:** Es una baldosa cerámica con baja o media-baja absorción de agua, ideal para suelos interiores en locales residenciales o comerciales, y en algunos casos para exteriores.
- **GRES RÚSTICO:** Es una baldosa cerámica sin esmalte con baja o media-baja absorción de agua, moldeada por extrusión. Se utiliza en revestimientos de fachadas, suelos exteriores, locales públicos e industriales debido a su superficie irregular y color único.
- **MOSAICO:** El mosaico son piezas generalmente pequeñas, cuadradas o rectangulares, que suelen medir entre 2x2 cm y 5x5 cm. Se presentan pegadas a hojas de papel perforado o a una red textil, de papel o de plástico.
- **BARRO COCIDO:** El término "barro cocido" se utiliza para describir una amplia variedad de baldosas con apariencia rústica, alta absorción de agua y que no están esmaltadas.
- **BALDOSÍN CATALÁN:** El baldosín catalán es una baldosa tradicional con absorción de agua de media-alta a alta, generalmente sin esmalte. Su producción y consumo son estables o ligeramente decrecientes, y se fabrica principalmente en Cataluña. Se utiliza para pavimentar terrazas, balcones y porches, a menudo combinado con olambrillas.

¹ TILE OF SPAIN. *Cerámica española. Tipología*. Disponible en: <https://tileofspain.com/conoce-ceramica/ceramica-espanola/> [Últ. consulta: 24/04/24].

2.2. Breve referencia histórica a la cerámica en Croacia²

La producción de cerámica tiene una historia de unos 4.000 años, pero experimentó una transformación significativa en el siglo XIX con un método de presión entre materiales metálicos, marcando el inicio de la producción cerámica mecanizada. En los siglos XIX y XX, los centros de producción estaban en fábricas de piedra en lugares como Rijeka, Krapina y Zagreb.

Actualmente, la escasez de materias primas de calidad ha llevado a la producción de ladrillos y tejas en diversas ubicaciones en Croacia, como Karlovac, Vinkovci, Našice y Bedekovčina. Azulejos se fabrican en Orahovica, mientras que la porcelana y productos sanitarios se producen en Zaprešić con materias primas importadas.

2.3. Clasificación arancelaria

A continuación, se detallan las partidas arancelarias que han sido objeto de análisis en este estudio. Estas se pueden encontrar en la sección XIII, dentro del capítulo 69, correspondiente a “productos cerámicos”. Cabe recalcar que, hasta el 1 de enero de 2017, las baldosas cerámicas se clasificaban en los epígrafes 69.07 y 69.08. No obstante, a partir de tal fecha todo se organiza bajo el 69.07.

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE LOS PRODUCTOS ANALIZADOS

Partida	Descripción
69.07	Placas y baldosas, de cerámica, para pavimentación o revestimiento; cubos, dados y artículos similares, de cerámica, para mosaicos, incluso con soporte; piezas de acabado, de cerámica.
69.07.21.00	Placas y baldosas de cerámica, para pavimentación o revestimiento, en suelo o en la pared, de un coeficiente de absorción de agua por peso $\leq 0,5$ % (excepto artículos de cerámica refractarios, plaquitas, cubos, dados u artículos similares, de cerámica, para mosaicos, y piezas de acabado de cerámica).
69.07.22.00	Placas y baldosas de cerámica, para pavimentación o revestimiento, en suelo o en la pared, de un coeficiente absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 %, en peso (excepto artículos de cerámica refractarios, plaquitas, cubos, dados u artículos similares, de cerámica, para mosaicos, y piezas de acabado de cerámica).
69.07.23.00	Placas y baldosas de cerámica, para pavimentación o revestimiento, en suelo o en la pared, de un coeficiente absorción de agua superior al 10 %, en peso (excepto artículos de cerámica refractarios, plaquitas, cubos, dados u artículos similares, de cerámica, para mosaicos, y piezas de acabado de cerámica).
69.07.30.00	Cubos, dados y artículos similares de cerámica para mosaicos (excepto artículos de cerámica refractarios, y piezas de acabado de cerámica).
69.07.40.00	Piezas de acabado de cerámica.

Fuente: Elaboración propia a partir del portal de consultas TARIC de la Comisión Europea y de Euroestacom.

² Croatian Encyclopedia, online edition. *Ceramics*. Disponible en: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=31230> [Últ. acceso: 24/04/24].

3. Oferta – Análisis de competidores

3.1. Situación actual en Croacia

La república de Croacia tiene una superficie de 56.594 km² y una población de 3.855.6412 habitantes, según el censo realizado en septiembre de 2023. La capital es Zagreb, centro financiero, económico y comercial del país. El idioma oficial es el croata, aunque la mayor parte de su población habla inglés, italiano o alemán.

Croacia es una república democrática parlamentaria y forma parte de la Unión Europea desde el 1 de julio de 2023.

DATOS ECONOMICOS EN 2023

En millones y miles de euros

Datos macroeconómicos en 2023

PIB – 2023 (en M. de euros)	76.472
Crecimiento del PIB	3,06 %
PIB per Cápita (en miles de euros)	19.847
Inflación	4,5 %
Desempleo	6,1 %
Deuda Externa (en M. de euros)	63.998

Fuente: Oficina de Estadística de Croacia.

DATOS DE COMERCIO EXTERIOR EN 2023

En millones de euros

Datos de comercio exterior en 2023

Exportaciones	23.069
Importaciones	40.009
Saldo	-16.940
Exportaciones a la Unión Europea	15.506
Importaciones de la Unión Europea	30.278
Saldo	-14.772
Exportaciones a España	880
Importaciones de España	228
Saldo	652

Fuente: Oficina de Estadística de Croacia.

Aparte de los datos anuales, es conveniente reseñar la actualidad del país en 2024 en cuanto a la balanza comercial se refiere.

Según los primeros resultados de la Oficina Croata de Estadísticas, la exportación total acumulada ascendió a 3.600 millones de euros en el periodo comprendido entre enero y febrero de 2024. En cuanto a las importaciones, estas alcanzaron los 6.200 millones de euros durante los mismos meses, resultado en un déficit comercial de 2.600 millones de euros. Comparando estos datos con el mismo periodo del año anterior, se observa un incremento tanto del 3,86 % en las importaciones y del 0,04 % en las exportaciones.

3.2. Oferta en Croacia

En este apartado se determinarán los intercambios comerciales de azulejos y revestimientos cerámicos en Croacia. Debe tenerse en cuenta que, tal como se ha indicado anteriormente, hasta el 1 de enero de 2017 estos productos se aglutinaban en las partidas arancelarias 69.07 y 69.08. A partir de ese momento, la partida 69.08 desapareció y sus componentes quedaron aglutinados bajo la partida 69.07.

PERÍODO 2020 – 2023

A continuación, se establece una comparación entre las exportaciones e importaciones de la partida en el período estudiado.

BALANCE COMERCIAL PARA LA PARTIDA 69.07

En miles de euros

	2020		2021		2022		2023		Variación 2022 – 2023 (%)	
Partida arancelaria	Export.	Import.	Export.	Import.	Export.	Import.	Export.	Import.	Export.	Import.
69.07	2.926	72.134	3.861	87.615	3.984	116.101	3.034	113.168	-23,68 %	-2,53 %

Fuente: Eurostatcom.

La cantidad importada supera notablemente a la exportada, siendo aproximadamente 37 veces mayor. Observando la tendencia de los últimos años, las importaciones de la partida analizada aumentan cada año desde 2020 hasta el 2022. No obstante, se ha producido una reducción del -2,53 % en el año 2023. En cambio, las exportaciones croatas de esta partida arancelaria son muy pequeñas y se han mantenido en valores similares desde 2020. Por último, la variación negativa sufrida en el año 2023 con respecto al año 2022 ha sido del 23,68 %.

3.2.1. Exportaciones

EXPORTACIONES CROATAS POR PAÍSES DE LA PARTIDA 69.07

En miles de euros

País / Año	2020	2021	2022	2023	Cuota en 2023 (%)
Eslovenia	725,90	1.359,16	1.252,12	1.111,80	36,65 %
Austria	218,62	905,18	1.329,11	593,76	19,57 %
Bosnia y Herzegovina	386,48	476,77	716,92	573,40	18,90 %
Serbia	351,37	376,68	361,35	391,26	12,90 %
Macedonia del Norte	284,04	26,06	32,67	124,32	4,10 %
Montenegro	51,47	13,62	18,13	61,83	2,04 %
Alemania	4,95	37,25	19,18	48,70	1,61 %
Francia				28,60	0,94 %
Estados Unidos				23,45	0,77 %
Países Bajos		3,59		20,08	0,66 %
Italia	18,17	47,49	8,33	14,63	0,48 %
Turquía				12,96	0,43 %
Malta				8,29	0,27 %
Albania			0,75	6,64	0,22 %
Kosovo	5,17	1,79	29,64	6,12	0,20 %
Subtotal	2.045,17	3.247,59	3.768,20	3.025,84	100 %
Total	2.925,86	3.860,87	3.984,22	3.033,77	100 %

Fuente: Eurostatcom.

Eslovenia es el principal cliente de las exportaciones croatas, con una cuota del 36,65 % sobre el total, seguido de Austria y Bosnia y Herzegovina, con un 19,57 % y un 18,9 % respectivamente. Serbia, como cuarto cliente de las exportaciones croatas, tiene una cuota relativamente considerable del 12,90 %, mientras que, para el resto de los países analizados, el porcentaje de exportaciones sobre el total es bastante menor.

A continuación, se observa la variación interanual por país en las exportaciones entre 2022 y 2023.

VARIACIÓN INTERANUAL DE LAS EXPORTACIONES CROATAS DE LA PARTIDA 69.07

En porcentaje

País	Variación 2022 – 2023 (%)
Eslovenia	-11,21 %
Austria	-55,33 %
Bosnia y Herzegovina	-20,02 %
Serbia	8,28 %
Macedonia del Norte	280,53 %
Montenegro	241,04 %
Alemania	153,91 %
Francia	n.d.
Estados Unidos	n.d.
Países Bajos	n.d.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostatcom.

Tal y como se observa en la tabla anterior, Croacia ha reducido las exportaciones a los principales países de destino, como Eslovenia, Austria y Bosnia y Herzegovina, con una reducción en el valor de las exportaciones del 11,21 %, 55,33 % y 20,02 %, respectivamente.

En cuanto a las variaciones positivas durante el periodo analizado, destacan los aumentos en las compras de la partida 69.07 por parte de países vecinos. Serbia tuvo un incremento del 8,28 %, Macedonia del Norte del 280,53 %, y Montenegro del 241,04 %.

Para concluir, dado que no se dispone de suficientes datos, no ha sido posible obtener la comparación interanual de las exportaciones a una gran parte de países.

3.2.2. Importaciones

IMPORTACIONES CROATAS POR PAISES DE LA PARTIDA 69.07

En miles de euros

País / Año	2020	2021	2022	2023	Cuota en 2023 (%)
Italia	40.611,69	47.274,71	61.092,30	58.591,36	51,77 %
España	13.109,73	15.198,12	21.921,65	22.578,77	19,95 %
India	3.302,75	6.329,27	10.618,96	8.193,27	7,24 %
Serbia	3.423,42	3.774,83	5.277,57	6.712,43	5,93 %
Polonia	3.143,66	3.994,36	4.099,09	4.464,40	3,94 %
Eslovenia	2.493,70	3.627,76	3.905,96	3.059,79	2,70 %
Turquía	2.539,53	2.828,03	3.253,94	2.469,24	2,18 %
Alemania	1.261,20	1.399,14	1.897,74	1.820,64	1,61 %
Bosnia y Herzegovina	563,73	824,87	1.223,08	1.553,40	1,37 %
Bulgaria	852,32	962,54	912,23	1.123,89	0,99 %
Egipto	9,31	n.d.	173,33	905,72	0,80 %

República Checa	247,42	366,95	682,62	677,29	0,60 %
Rumania	6,87	0,33	2,59	163,50	0,14 %
Albania	n.d.	19,56	60,38	143,50	0,13 %
China	337,17	267,40	240,03	121,12	0,11 %
SUBTOTAL	71.902,50	86.867,87	115.361,47	112.578,32	100 %
Total	72.134,44	87.614,56	116.100,74	113.167,79	100 %

Fuente: Euroestacom.

Italia se destaca como el principal proveedor de la partida 69.07, representando el 51,77 % del total de las importaciones croatas. España, por su parte, se posiciona como el segundo mayor suministrador, alcanzando un 19,95 % de cuota sobre el total de las importaciones. Por último, India es el tercer proveedor más importante para Croacia, con una cuota del 7,24 %.

Estos datos subrayan la dependencia de Croacia de Italia y España como sus principales proveedores para la partida 69.07, mientras que India y Serbia también contribuyen significativamente, aunque en menor medida, al suministro de estos productos.

VARIACIÓN INTERNANUAL DE LAS IMPORTACIONES CROATAS DE LA PARTIDA 69.07

En porcentaje

País	Variación 2022 – 2023 (%)
Italia	-4,09 %
España	3,00 %
India	-22,84 %
Serbia	27,19 %
Polonia	8,91 %
Eslovenia	-21,66 %
Turquía	-24,12 %
Alemania	-4,06 %
Bosnia y Herzegovina	27,01 %
Bulgaria	23,20 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euroestacom.

Italia, que encabeza el ranking de importaciones croatas, ha experimentado una variación negativa del 4,09 % en el periodo analizado. A pesar de esta disminución, sigue siendo el principal proveedor de Croacia de la partida analizada. En 2023, Croacia ha incrementado sus importaciones procedentes de España en un 3 %. De esta manera, España se posiciona como el único país entre los tres principales exportadores con un crecimiento positivo. Por su parte, Serbia y Bosnia y Herzegovina, países vecinos de Croacia, han registrado un crecimiento significativo en sus exportaciones, con variaciones positivas del 27,19 % y 27,01 %, respectivamente.

En la siguiente tabla se pueden observar cuáles son los productos más importados por Croacia de la partida 69.07, las cantidades de cada uno de ellos y su cuota en el año 2023.

RANKING DE IMPORTACIONES CROATAS POR PRODUCTOS DE LA PARTIDA 69,07

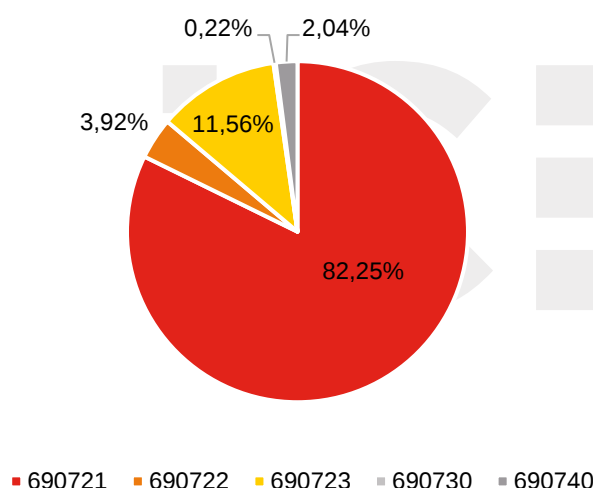
En miles de euros

Partida arancelaria	2020	2021	2022	2023	Cuota en 2023 (%)
690721	54.059,99	68.499,85	94.267,18	93.085,55	82,25 %
690722	3.309,22	3.756,43	4.037,81	4.441,74	3,92 %
690723	12.673,97	13.124,18	15.121,77	13.082,72	11,56 %
690730	349,97	168,35	251,04	249,68	0,22 %
690740	1.741,29	2.065,75	2.422,94	2.308,10	2,04 %
Total	72.134,44	87.614,56	116.100,74	113.167,79	100 %

Fuente: Euroestacom.

CUOTA DE IMPORTACIÓN POR PRODUCTOS DE LA PARTIDA 69.07 EN 2023

En porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euroestacom.

Las partidas analizadas están disponibles en la sección 2.3, donde se detallan las especificaciones de cada producto. Según los datos de 2023, el producto más importado por Croacia fue el de la partida 690721: Placas y baldosas de cerámica, para pavimentación revestimiento, en suelo o en la pared, de un coeficiente de absorción de agua por peso $\leq 0,5$ % (excepto artículos de cerámica refractarios, plaquitas, cubos, dados u artículos similares, de cerámica, para mosaicos, y piezas de acabado de cerámica). De este modo, esta partida representó el 82,25 % del total de las importaciones, lo que confirma su relevancia y su extenso uso en la industria croata.

Por último, en la siguiente tabla se puede observar la variación interanual de las importaciones.

VARIACIÓN INTERANUAL DE LA IMPORTACIÓN POR PRODUCTOS DE LA PARTIDA 69.07

En porcentaje

Partida Arancelaria	Variación 2022 – 2023 (%)
690721	-1,25 %
690722	10,00 %
690723	-13,48 %
690730	-0,54 %
690740	-4,74 %
Total	-8,55 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostatcom.

Durante el año 2023, se observó una disminución en las dos principales partidas, identificadas como 690721 y 690723, con una variación interanual negativa del **-1,25 %** y del **-13,48 %**, respectivamente. Contrariamente, la partida 690722 experimentó un incremento notable, registrando un crecimiento del 10 % en comparación con el año anterior.

3.3. Principales productores croatas

Como se mencionó anteriormente, la capacidad de producción interna de azulejos y revestimientos cerámicos no es suficiente para satisfacer la creciente demanda del mercado en Croacia. A su vez, no se ha encontrado datos de producción de cerámica debido a la escasez de fabricantes en el mercado.

A continuación, se expone una lista con los principales fabricantes de azulejos y revestimientos cerámicos:

- **Keramika Modus**

Especializada en la producción de baldosas cerámicas, es uno de los mayores fabricantes en Croacia y en la región de los Balcanes. Su línea de productos incluye pavimentos y revestimientos prensados, baldosas prensadas para interiores y exteriores y decoraciones y cenefas como detalles de acabado en el espacio.

La compañía es reconocida por su uso de tecnología avanzada en la fabricación de sus productos. Además, realiza inversiones continuas en la modernización de su planta de producción para mejorar tanto la eficiencia como la calidad.

Keramika Modus no solo satisface la demanda del mercado croata, sino que también exporta sus productos a varios países de Europa y otras regiones.

- **Zagorka**

Zagorka fue fundada en 1889 como la primera fábrica de arcilla y productos refractarios en Croacia. Desde 1995, opera como una empresa dedicada a la producción de cerámica. Su gama de productos incluye revestimientos cerámicos para hornos, elementos cerámicos, fachadas cerámicas ventiladas, materiales refractarios prensados y estirados.

- **Ornatus Keramika**

Ubicada en Pula, se especializa en ofrecer una amplia gama de equipamiento para baños y productos relacionados. En su showroom, la empresa proporciona:

- Equipamiento de baño completo, que incluye muebles, sanitarios, grifería, bañeras, platos de ducha y cabinas de ducha.
- Venta de baldosas cerámicas y porcelánicas, adaptadas para pavimentación y revestimiento en proyectos residenciales y comerciales.
- Mosaicos especializados para piscinas y otros usos decorativos.

- **Inter Mozaik**

Venta e instalación de todo tipo de cerámica y piedra natural.

- **Keramika M1**

La empresa croata KERAMIKA M1 se especializa en la producción de una amplia gama de productos cerámicos y de materiales de construcción, destacándose por:

- Baldosas cerámicas tanto para suelos como para paredes, disponibles en una variedad de colores, dimensiones y diseños.
- Decoraciones y cenefas en espacios interiores y exteriores.
- Baldosas y placas cerámicas para una variedad de usos, incluyendo pavimentación y revestimiento en proyectos residenciales, comerciales e industriales.

- **Elro Sanitarije**

Fundada en 2013, se especializa en la producción de una amplia gama de productos cerámicos y de construcción.

- Baldosas y placas cerámicas para diversos usos en pavimentación y revestimiento.

- Fabricación de ladrillos, tejas y productos de arcilla cocida destinados a la construcción, abarcando materiales clave para estructuras arquitectónicas y obras civiles.
- Elaboración de productos de hormigón, yeso y piedra artificial, fundamentales para aplicaciones constructivas y decorativas en edificaciones.

La empresa se distingue por su capacidad para fabricar tanto productos cerámicos no refractarios, utilizados en aplicaciones diversas fuera de la construcción específica, como productos cerámicos refractarios, ideales para entornos que requieren alta resistencia térmica.

3.4. Competidores extranjeros en Croacia

El mercado de azulejos y revestimientos cerámicos en Croacia está profundamente influenciado por sus relaciones comerciales con Italia, su principal socio comercial. Como se ha mencionado, con una cuota en las importaciones croatas superiores al 50 %, los productos italianos tienen una gran presencia en los diversos puntos de venta en Croacia. Aspectos como la calidad, el diseño y los precios son algunas de las claves de esta relación comercial. Además, las sinergias culturales y la proximidad geográfica facilitan la logística y refuerzan los lazos comerciales entre ambos países.

En segundo lugar, España es también un socio comercial significativo para Croacia en el mercado. La relación comercial entre Croacia y España se ha fortalecido gracias a varios factores, como la calidad y el diseño distintivo de los productos españoles, así como las ventajas competitivas en términos de precio y variedad. Además, la creciente urbanización y el auge en la renovación de viviendas en Croacia han impulsado la demanda de productos cerámicos, lo que ha permitido que España aumente su participación en el mercado.

Por último, la presencia de India en el mercado croata ha experimentado un crecimiento notable. Como uno de los principales productores y exportadores mundiales de azulejos cerámicos, India ha logrado penetrar en el mercado croata ofreciendo productos de calidad más baja siguiendo una estrategia basada en la penetración al mercado vía precio.

A continuación, se presenta un listado de algunas de las empresas extranjeras que operan activamente en el mercado croata. La estrategia comúnmente empleada por estas empresas es la comercialización a través de distribuidores locales. Tal y cómo se observa en la siguiente tabla, se ha recopilado un listado con algunos de los distribuidores más relevantes de Croacia. Por otro lado, la implementación de operaciones productivas directas no es frecuente, ya que la mayoría de ellas externalizan sus procesos de producción a otros países para beneficiarse de economías de escala.

LISTA DE EMPRESAS EXTRANJERAS EN CROACIA

Procedencia	Empresa	Distribuidor
Italia	Marazzi	Kera-term, Enmon, Kerlab Porec, STM grupa, Brodometalurgija, Keratom
Italia	Mirage	Credo-Centar
Italia	Infinity	Credo-Centar
Italia	Iris Ceramica	Credo-Centar
Italia	Ston	Credo-Centar, Keratom
Italia	Iris FMG	Credo-Centar
Italia	Globo	Credo-Centar
Italia	Sicis	Credo-Centar
Italia	Zuchetti	Credo-Centar
Italia	Artelinea	Credo-Centar
Italia	Kerakoll	Credo-Centar, Vision Keramika
Italia	Profilpas	Credo-Centar
Italia	Imso Ceramiche	Keratom
Italia	Delconca	Fero-Term, Kimi Commerce, Keratom, Nd Kreiva
España	Cifre Ceramica SL	Keraban, Soto Vento
España	Pamesa Ceramica	Soto Vento
España	Argenta Ceramica SL	Enmon, Feal, Abc Interijer
España	Dual Gres S.A.	Gradja
España	Porcelanosa	Spina, Abc Interijer
España	Vives Azulejos y Gres	Credo-Centar
España	Baldocer	Enmon, Keraban, Kimi Commerce, Abc Interijer
España	Dune	Keramital
España	Halcon Ceramica	Enmon
España	Stn Ceramica	Feal, Pevex, Kimi Commerce
España	Grespania	Feal
España	Keros Ceramica	Feal, Keraban
España	Tau Cerámica	Vision Keramika, Kimi Commerce
España	Apavisa	Keramital
Alemania	Villeroy y Boch	Credo-Centar, Tim Novak
Alemania	Alape	Credo-Centar
Alemania	Easy Drain	Credo-Centar, Petrokov
Alemania	Wedi	Bit Promet
Alemania	Hain NaturBoden	Credo-Centar

Fuente: Elaboración propia.

4. Demanda

4.1. Evolución del mercado croata

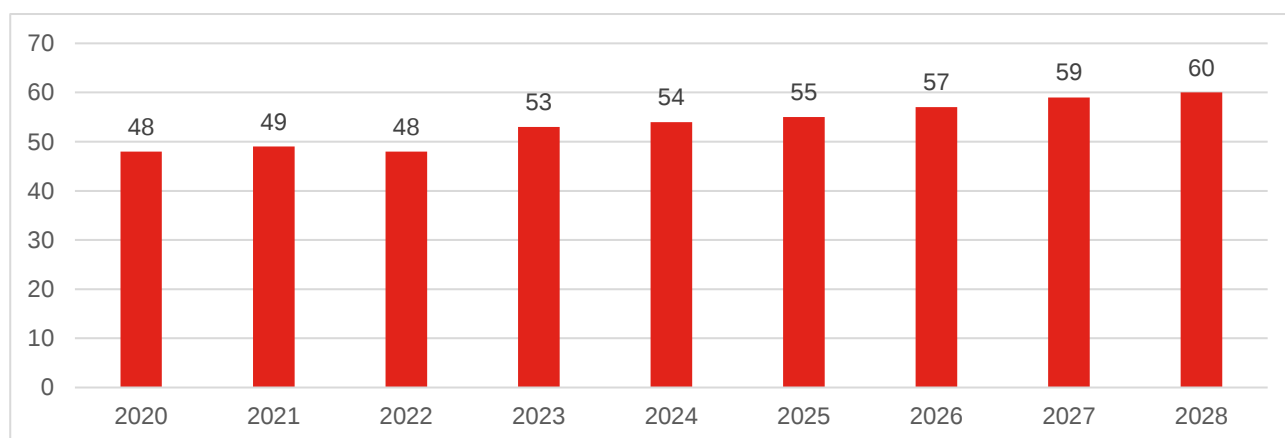
La evolución del mercado croata en el sector de los azulejos y revestimientos cerámicos ha mostrado un desarrollo notable en los últimos años, impulsado principalmente por el crecimiento del sector de la construcción. Además, el hecho de que Croacia sea un destino turístico ha influido significativamente en el aumento de la demanda de estos materiales, utilizados tanto en la construcción de nuevas viviendas, hoteles, resorts y apartamentos turísticos, como en la renovación de edificios existentes. De igual manera y, una vez observado la balanza comercial correspondiente al sector en cuestión, el total de las importaciones croatas aumenta año tras año, reflejando así los pasos que el país está dando tras el periodo de la pandemia y los daños ocasionados a causa del terremoto del 2020.

Conforme a los últimos datos publicados por Statista de marzo de 2024, el sector de revestimientos de suelos y superficies tiene una proyección de ingresos de 54 millones de euros, con unos ingresos per cápita esperados de 13,44 euros para el año 2024. Asimismo, se prevé una tendencia de crecimiento del mercado del 2,88 % para los próximos cuatro años.

En el siguiente gráfico se observa la evolución de los ingresos obtenido por el sector de revestimiento de suelos en los años comprendidos entre 2020 y 2028.

INGRESOS DEL SECTOR DE REVESTIMIENTO DE SUELOS

En millones de euros

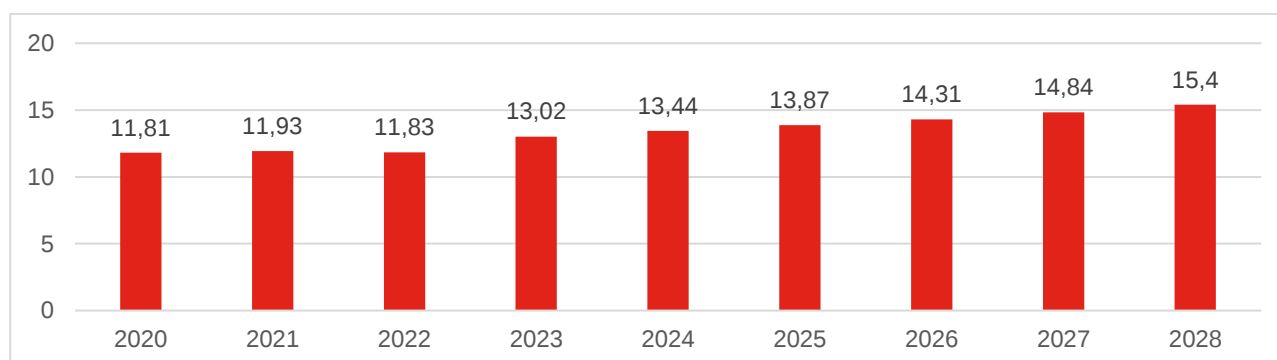


Fuente: Statista 2024.

Por otro lado, la evolución del ingreso medio per cápita en el mercado de azulejos y revestimientos cerámicos de Croacia ha sido positiva hasta el 2024. Además, hay una perspectiva optimista para el futuro, y a medida que el país continúa desarrollándose, se espera que estos ingresos sigan aumentando hasta el 2028, beneficiando tanto a los trabajadores como a las empresas del sector.

EVOLUCIÓN DEL INGRESO MEDIO PER CAPITA

En euros



Fuente: Statista 2024.

4.2. Sector de la construcción en Croacia

La construcción desempeña un papel importante en la economía croata, representando aproximadamente el 5 % del PIB en 2023. El sector ha experimentado un crecimiento en los últimos años, impulsado por la recuperación económica tras la pandemia y el terremoto de 2020. Tras el desastre natural, se ha iniciado un proceso de reconstrucción en las áreas afectadas por los terremotos, con un costo hasta la fecha de 2.6 mil millones de euros. Este crecimiento también ha sido respaldado por otras inversiones privadas y públicas las cuales, han encontrado en Croacia un destino idóneo para invertir. A raíz de esto último, se destaca el Fondo de Solidaridad de la Unión Europea (FSUE), procedente de la Unión Europea, el cual constó de un paquete de 683,7 millones de euros para la reconstrucción debido a los terremotos de Zagreb y Petrinja.

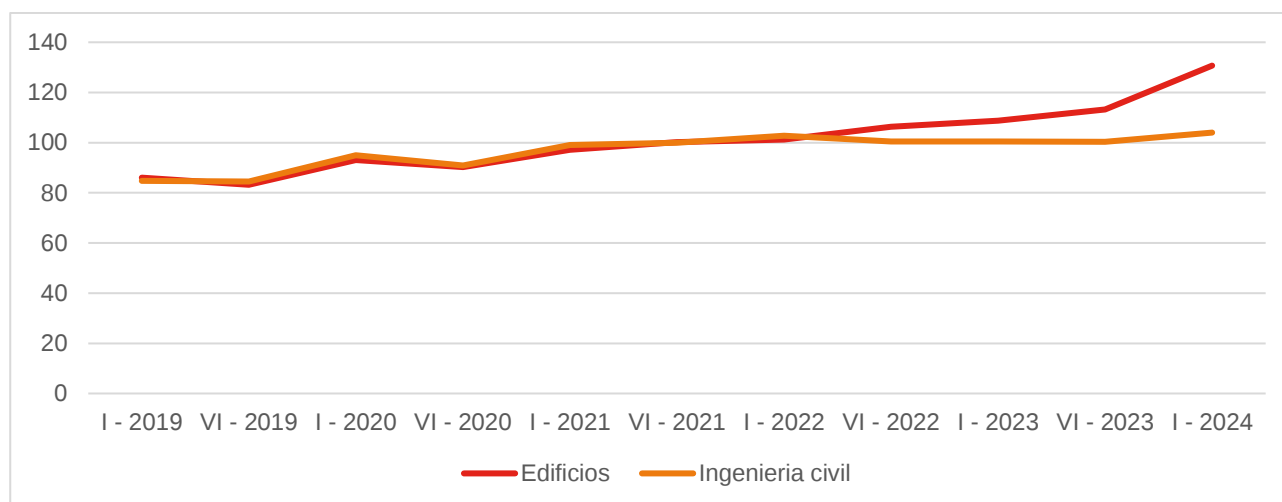
Por otro lado, el mercado inmobiliario croata ha entrado en un nuevo ciclo caracterizado por una desaceleración, principalmente reflejada en la disminución de las ventas de propiedades. Factores como el aumento de las tasas de interés y la disminución del mercado en muchos países de la UE, la insuficiente construcción de nuevos apartamentos para clientes con ingresos medios y bajos, y las expectativas poco realistas de los vendedores, especialmente en edificios más antiguos, han tenido un fuerte impacto en el mercado inmobiliario.

4.2.1. Volumen de las obras de construcción

El volumen de obras de construcción en Croacia ha mostrado una tendencia al alza en los últimos años, reflejando el dinamismo del sector y su contribución al crecimiento económico del país.

ÍNDICES DE VOLUMEN DE LAS OBRAS DE CONSTRUCCIÓN

Índices, 2021 = 100



Fuente: Oficina de Estadística de Croacia.

Se ha experimentado un crecimiento progresivo desde 2019, tanto en las obras en edificios como en las de ingeniería civil. No obstante, a partir de mediados de 2022, la construcción de nuevos edificios ha superado a las obras de ingeniería civil. Durante el período 2023 y 2024, se ha observado un incremento significativo del 20,13 % en la actividad de construcción de edificios, lo que refleja una variación positiva en el sector. Por otro lado, las obras de ingeniería civil registraron un aumento del 3,59 % en el mismo período.

4.2.2. Permisos de construcción expedidos

Los permisos de construcción para viviendas son cruciales para evaluar la demanda de azulejos y revestimientos cerámicos, dado que estos materiales se emplean tanto en la estructura de los edificios como en su aspecto decorativo. La demanda de estos productos proviene principalmente de constructoras y de los compradores finales de las viviendas. La tabla siguiente muestra cómo ha variado el número de permisos de construcción otorgados en Croacia:

LICENCIAS DE OBRAS CONCEDIDAS Y VALOR PREVISTO DE LAS OBRAS

Por tipos de construcciones

	Número de permisos por tipo de construcción			Valor previsto de las obras, en miles de euros			Vivienda
	Total	Edificios	Obras de ingeniería civil	Total	Edificios	Obras de ingeniería civil	Total
2022	11.165	9.715	1.450	5.734.590	4.231.621	1.502.969	18.991
2023	11.564	10.025	1.539	7.014.598	5.164.247	1.850.351	18.803

Fuente: Oficina de Estadística de Croacia.

En 2023 se concedieron un total de 11.564 licencias de obras, un 3,6 % más que en 2022. El 86,76 % de los permisos se expidieron para edificios y el 13,3 % para obras de ingeniería civil. A su vez, el valor previsto de dichas obras en 2023 ascendió a 7.014.598 miles de euros, un 22,3 % más que en 2022, siendo en la construcción de edificios el aumento significativo de 932.626 miles de euros. Por último, se expidieron licencias para la construcción de 18.803 viviendas, un 1 % menos que en 2022.

LICENCIAS EXPEDIDAS PARA CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA

Por condados más destacados, 2023

Condados	Viviendas
Ciudad de Zagreb (Área metropolitana)	3.429
Zadar	2.861
Split - Dalmacia	2.391
Istria	2.657

Fuente: Oficina de Estadística de Croacia.

Estos datos ofrecen una visión significativa sobre la actividad de construcción de viviendas en algunos condados destacados de Croacia durante el año 2023. Zagreb, como capital de Croacia y centro económico – financiero, se posiciona como la zona dónde más licencias para la construcción se expiden con un total de 3.429. Por otro lado, Zadar, Split y la región de Istria atraen a una gran cantidad de turistas a lo largo del año lo que ha generado una creciente demanda de segundas residencias o propiedades destinadas al mercado turístico.

4.2.3. Edificios y viviendas terminadas

Según la Oficina Croata de Estadística (DZS), el último registro de edificios y viviendas terminadas corresponde al año 2022. En las siguientes dos tablas se desglosa:

NÚMERO DE EDIFICIOS TERMINADOS

Por tipo de edificios y tipo de obras, 2022

	Edificios terminados
Total	6809
Edificios nuevos	6080
- Viviendas	5112
Edificios de una vivienda	3177
Edificios de dos viviendas	617
Edificios de tres o más viviendas	1313
Residencia para comunidades	
- Edificios no residenciales	968
Hoteles y edificios similares	105
Edificios de oficinas	45
Edificios comerciales mayoristas y minoristas	111
Edificios de tráfico y comunicaciones ³	111
Naves industriales y almacenes	228
Edificios de espectáculos públicos, de enseñanza, hospitalarios o de atención institucional	61
Otros edificios no residenciales ⁴	307
Ampliaciones (extensiones)⁵	729
Viviendas	548
Edificios no residenciales	181

Fuente: Oficina de Estadística de Croacia.

En 2022, se terminaron 6.809 edificios, 708 más si se compara con el registro de 2021, el cual fue de 6071 edificios. En cuanto al total de edificios de 2022, la gran mayoría, son edificios nuevos, con un total de 6080. A su vez, se observa una diversidad en su uso, siendo la construcción de viviendas la más predominante con 5.112 unidades en comparación con los edificios destinados a usos no residenciales. Aun así, es destacable la versatilidad de los edificios en entornos urbanos con diferentes usos como hoteles, oficinas, locales comerciales, en dónde tanto el azulejo como el revestimiento cerámico también son demandados.

³ Los edificios incluidos en este grupo se refieren sobre todo a garajes de propiedad privada situados junto a viviendas unifamiliares y garajes públicos.

⁴ Este grupo incluye edificios agrícolas, edificios para servicios religiosos, etc.

⁵ Obras que conducen a la creación de nuevos enteros útiles al lado o sobre una construcción ya existente (nuevas viviendas, espacios para actividades económicas y otros espacios).

NÚMERO DE VIVIENDAS TERMINADAS

Por tipo de edificios y tipo de obras, 2022

	Viviendas terminadas
Total	15875
Viviendas en edificios nuevos	14925
- Viviendas	14774
Edificios de una vivienda	3177
Edificios de dos viviendas	1232
Edificios de tres o más viviendas	10365
- Edificios no residenciales	151
Viviendas creadas por ampliaciones	850
Viviendas obtenidas por transformación de una zona no residencial en vivienda	100

Fuente: Oficina de Estadística de Croacia.

De acuerdo con el sector de la construcción de viviendas en 2022, la cantidad total de viviendas terminadas alcanza un total de 15.875 unidades, 3.361 unidades más que en 2021. La mayoría de estas viviendas se encuentran en edificios nuevos, dónde se destaca, la construcción de edificios de tres o más viviendas, con 10.365 unidades, lo que indica una preferencia por proyectos de mayor densidad. Por otro lado, se observa la creación de 850 viviendas mediante ampliaciones, lo que sugiere una tendencia hacia la renovación y expansión de viviendas existentes.

NÚMERO DE EDIFICIOS Y VIVIENDAS TERMINADAS

Por condados más destacados, 2022

	Construcción	
Condado	Edificios	Viviendas
Ciudad de Zagreb (área metropolitana)	481	3.641
Primorje – Gorski Kotar	446	1.380
Zadar	1.026	2.569
Split – Dalmacia	537	1.824
Istria	793	1.562

Fuente: Oficina de Estadística de Croacia.

En primer lugar, la Ciudad de Zagreb muestra una cantidad alta de edificios y viviendas en construcción, con 481 edificios y 3.641 viviendas, lo que realza la actividad constructiva en la capital y sus alrededores. Por otro lado, los condados costeros de Primorje – Gorski Kotar, Zadar, Split – Dalmacia e Istria, también muestran una destacada actividad constructiva, reflejando así un desarrollo activo en estas áreas turísticas.

4.2.4. Sector turístico

En relación con el sector de la construcción, se destaca el turismo en Croacia y la importancia que tiene para la economía representando aproximadamente entre el 20 % y 25 % del PIB total. Cada año, el número de turistas crece y, en 2023, casi 20 millones de visitantes llegaron al país quintuplicando así, la población croata.

En la siguiente tabla se muestra el número total de turistas en los dos últimos años, así como las categorías de alojamiento que eligen para hospedarse. Si bien es cierto que los azulejos y los revestimientos cerámicos se utilizan en todas las categorías mostradas, se presta especial atención a la categoría; hoteles y alojamientos similares. Se trata de un sector muy dinámico en Croacia y representa una gran oportunidad para los exportadores españoles.

LLEGADAS DE TURISTAS

	2022	2023	Variación 2022 – 2023 (%)
Total	17.774.958	19.492.931	9,67 %
Hoteles y alojamientos similares	6.466.444	7.460.069	15,37 %
Alojamientos vacacionales y otros alojamientos de corta estancia	8.014.498	8.564.780	6,87 %
Campings y zonas de acampada	3.288.203	3.461.724	5,28 %
Otros alojamientos	5.813	6 358	9,38 %

Fuente: Oficina de Estadística de Croacia.

En términos generales, el turismo en Croacia experimentó un aumento del 9,67 % en 2023 en comparación con 2022 en todas las categorías de alojamiento. Sin embargo, el crecimiento más destacado se registró en los hoteles y alojamientos similares, con un incremento del 15,37 %, lo que sugiere una preferencia creciente de los turistas por este tipo de alojamiento. Además, el gobierno está respaldando este sector, como lo demuestra la reciente asignación de 3,4 millones de euros por parte del Ministerio de Turismo de Croacia, de los cuales la mitad está destinada a proyectos hoteleros, con el objetivo de mejorar la competitividad de la industria turística del país en 2024.

Esta relación de causa y efecto en el sector hotelero ha generado un aumento en la construcción de hoteles, lo cual conlleva un incremento en la demanda de materiales para la construcción, incluyendo azulejos y revestimientos cerámicos. A continuación, se presentan datos correspondientes a la construcción de hoteles para el periodo comprendido entre 2020 y 2023.



NÚMERO Y TAMAÑO DE LOS HOTELES TERMINADOS

2020			2021			2022		
N.º de hoteles	Superficie m²	Volumen m³	N.º de hoteles	Superficie m²	Volumen m³	N.º de hoteles	Superficie m²	Volumen m³
108	109.975	373.908	62	99.525	355.628	105	115.787	418.765

Fuente: Oficina de Estadística de Croacia.

La construcción de hoteles en Croacia ha mantenido una actividad constante a lo largo de los años, con un número significativo de hoteles completados anualmente. A excepción del año 2021, donde se observó una ligera disminución, en 2022 se construyeron prácticamente la misma cantidad de hoteles que en 2020, lo que indica el dinamismo del sector. Además, el aumento en la superficie total de construcción de hoteles es un indicador positivo para la demanda de azulejos y revestimientos cerámicos.

Dado el atractivo del mercado turístico croata y la necesidad de mantener y construir nuevas instalaciones hoteleras, existe una clara oportunidad para las empresas españolas especializadas en azulejos y revestimientos cerámicos de expandir su presencia en el mercado croata, ofreciendo materiales de alta calidad para proyectos de construcción hotelera en el país.

A raíz de esto, surge un nicho de mercado en los hoteles de lujo, que también están experimentando un gran crecimiento. Con la construcción y renovación continua de estos establecimientos, hay una demanda constante de materiales de construcción premium que cumplan con los estándares de calidad y estética exigidos por este segmento de mercado.

5. Precios

Desde 2020, tras la pandemia, se ha observado un aumento generalizado en los precios de los azulejos y revestimientos cerámicos a nivel global, lo cual también ha afectado a Croacia.

Los precios de los productos españoles, en términos generales, son más altos que los de la competencia. Por ello, el posicionamiento de estos productos se basa en ofrecer elementos de calidad media – alta, dónde la diferenciación reside en la durabilidad, la innovación en los materiales y en el diseño. En contraste, su principal competidor, Italia, mantiene precios más económicos, en gran medida, gracias a su proximidad geográfica, lo que reduce los costos de transporte

De este modo, uno de los puntos cruciales en la competitividad de los productos españoles es el de la logística y los costes de transporte. Aunque los productos españoles pueden tener precios de fábrica muy competitivos, los costos adicionales de transporte debido a la lejanía incurren significativamente en el precio final, llegando a ser más altos que los productos italianos, su principal competidor. Este es un problema logístico considerable que afecta la comercialización de los productos españoles en el mercado croata.

Por otro lado, en escenarios de crisis como la del 2008, la guerra en Ucrania o la pandemia de COVID 19, se ha observado un aumento generalizado de los precios debido a la escasez de energía, como el gas, que es esencial para la fabricación de azulejos y revestimientos cerámicos. Este desequilibrio en el mercado ha resaltado la importancia para los empresarios croatas de ajustar los precios según las necesidades del mercado. Por esta razón, se valora bastante, la flexibilidad por parte de los exportadores extranjeros para ajustar los precios en respuesta a las fluctuaciones del mercado.

Por último, se ha de mencionar de nuevo, la entrada agresiva en el mercado de productos provenientes de empresas indias. Con una diferenciación en precio, se han posicionado como una opción low-cost en el mercado, sustituyendo a China como el gran agente en dichos términos. Sin embargo, esta estrategia lleva consigo un producto de calidad inferior lo que lleva a los fabricantes españoles a diferenciarse en calidad, innovación y diseño.



5.1. Muestra de precios recogidos localmente

5.1.1. Listado de precios de Keramital

FIORANESE:

Dimensiones (cm)	Tipo	Euros/m ²
60 x 120	L Cocci, Calce	45,10

Fuente: Catálogo Outlet de Keramital.

HALCON CERAMICA:

Dimensiones (cm)	Tipo	Euros/m ²
23,3 x 120	Atelier	17,51

Fuente: Catálogo Outlet de Keramital.

OPERA CERAMICA:

Dimensiones (cm)	Tipo	Euros/m ²
45 x 45	Stardust	15,93

Fuente: Catálogo Outlet de Keramital.

VIVA:

Dimensiones (cm)	Tipo	Euros/m ²
80 x 80	99 Volte	39,24

Fuente: Catálogo Outlet de Keramital.

DUNE CERAMICA:

Dimensiones (cm)	Tipo	Euros/m ²
30 x 30	Vitra Cayman Nacar	11,26

Fuente: Catálogo Outlet de Keramital.

EMIL CERAMICA:

Dimensiones (cm)	Tipo	Euros/m ²
20 x 20	Be-square, Concrete mix	29,64

Fuente: Catálogo Outlet de Keramital.



5.1.2. Listado de precios de Credo – Centar

IRIS:

PRECIOS DE AZULEJOS DE CERÁMICA DE IRIS – WHOLE

Dimensiones (cm)	Tipos	Espesor	Euros/m ²
60 x 120	Tabaco, blanco, gris, negro	9 mm	42

Fuente: Credo Centar. Catálogo Online 2024.

PRECIOS DE AZULEJOS DE CERÁMICA DE IRIS – ELEMENTI LAVA

Dimensiones (cm)	Tipos	Espesor	Euros/m ²
60 x 60 cm	Placas monocromáticas	8 mm	65
	Placas con diferentes muestras		74

Fuente: Credo Centar. Catálogo Online 2024.

PRECIOS DE AZULEJOS DE CERÁMICA DE IRIS – ELEMENTI TERRA

Dimensiones (cm)	Tipos	Espesor	Euros/m ²
60 x 60	Placas monocromáticas	8 mm	65
	Placas con diferentes muestras		74

Fuente: Credo Centar. Catálogo Online 2024.

IRIS DIESEL

PRECIOS DE AZULEJOS DE CERÁMICA DE IRIS DIESEL - STAGE

Dimensiones (cm)	Tipos	Espesor	Euros/m ²
30 x 60	Gris, rojo and blue diving	9 mm	69
	Grey gross, red boss and blue boss		73

Fuente: Credo Centar. Catálogo Online 2024.

PRECIOS DE AZULEJOS DE CERÁMICA DE IRIS DIESEL – ALUROCK

Dimensiones (cm)	Tipos	Espesor	Euros/m ²
30 x 60	Blanco, beige claro, acero, índigo y negro.	9 mm	63

Fuente: Credo Centar. Catálogo Online 2024.

PRECIOS DE AZULEJOS DE CERÁMICA DE IRIS DIESEL – LIQUID COSMO

Dimensiones (cm)	Tipos	Espesor	Euros/m ²
37,5 x 75	Gris, morado y verde líquido	6 mm	183,82

Fuente: Credo Centar. Catálogo Online 2024.



VIVES

PRECIOS DE BALDOSAS DE CERÁMICA DE VIVES – KAMALA

Dimensiones (cm)	Tipos	Espesor	Euros/m ²
20 x 20	Blanco, crema, gris y grafito	8 mm	40,05

Fuente: Credo Centar. Catálogo Online 2024.

PRECIOS DE BALDOSAS DE CERÁMICA DE VIVES – MARBLELOUS

Dimensiones	Tipos	Espesor	Euros/m ²
59,3 x 119,3	Arue, Solden, Bukit	11 mm	78,17
	Doney	11 mm	64,11
	Kiruna, Verbier	11 mm	44
	Macao	11 mm	69,68
	Erdek, Wailea	11 mm	64,11

Fuente: Credo Centar. Catálogo Online 2024.

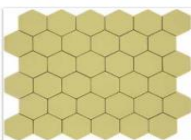
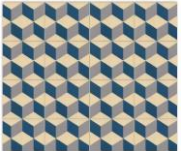
PRECIOS DE BALDOSAS DE CERÁMICA DE VIVES – LAVERTON

Dimensiones	Tipos	Espesor	Euros/m ²
14 x 28	Nieve, arena, beige, natural, gris y grafito	8 mm	37,96

Fuente: Credo Centar. Catálogo Online 2024.

En este apartado se añadirán algunos elementos cerámicos extras contenidos en las listas de precios de Credo Centar en Zagreb, Croacia.

LISTADO DE PRECIOS DE ELEMENTOS CERÁMICOS

Foto	Tipos	Dimensiones (cm)	Euros/m ²
	Mand by Mirage: North Bianco	30 x 45	106
	Pandan by Ston: Mozaik Esa 48		228,58
	Pop Art by Vives: Bethel	15 x 15	65,70
	Finger by Ston: Mozaik Stick		228,58
	1900 by Vives: Panel - Guell		38,36
	Rift & Danxia by Vives: Hexagono Rift	23,3 x 26,8	73,26
	Fence by Iris Diesel	20 x 20	50

Fuente: Credo Centar. Catálogo Online 2024.

6. Percepción del producto español

La percepción del producto español es verdaderamente positiva. Son reconocidos por su calidad, diseño y durabilidad, lo que los convierte en una opción popular entre los consumidores croatas. Además, la gran reputación de la industria cerámica española contribuye a consolidarse como un producto de referencia en el mercado. De este modo son valorados como una opción de alta gama para proyectos de construcción y renovación.

En más profundidad, se caracteriza por su multitud de texturas, colores y tamaños, lo que lo hace accesible para la decoración de espacios diversos. Destaca también su durabilidad y la resistencia a las eventuales inclemencias meteorológicas.

Por otro lado, a la hora de realizar el *store check* en diferentes puntos de venta en la capital del país, Zagreb, se ha observado que los materiales españoles están presentes en todos ellos, lo que subraya su sólida presencia y demanda en el mercado croata.

6.1. Comercio bilateral entre España y Croacia

En la siguiente tabla se observan las exportaciones españolas de la partida 69.07 a Croacia, así como las importaciones que realiza España desde Croacia.

COMERCIO BILATERAL ENTRE ESPAÑA Y CROACIA DE LA PARTIDA 69.07

En miles de euros

Balanza comercial	2020	2021	2022	2023	Variación 2022 – 2023 (%)
Exportaciones	14.350,43	17.105,90	22.323,30	22.275,69	-0,21 %
Importaciones	106,60	411,18	129,40	0,06	-99,95 %

Fuente: Estacom.

Los datos del comercio bilateral entre España y Croacia para la partida 69.07 muestran una tendencia favorable para España en el período de 2020 a 2023. Las exportaciones de España hacia Croacia han mostrado un crecimiento sostenido y significativo desde 2020 con un incremento del 55,23 %, lo que indica una fuerte demanda de productos cerámicos españoles en el mercado croata. Las exportaciones del año 2023 en comparación con las del año 2022, han experimentado una ligera disminución del 0,21 %, sin alterar la tendencia general de los niveles de exportación.

Las importaciones en cambio son mínimas en comparación con las exportaciones. Además, estas importaciones han disminuido drásticamente y en el año 2023 se redujeron en un 99,95 %.

De esta forma, la balanza comercial es muy favorable para España, reflejando así la necesidad de productos españoles en el sector cerámico dentro del mercado croata.

A continuación, se establece un ranking de los productos más exportados por España dentro de la partida 69.07, así como el valor de las exportaciones entre 2020 y 2023.

RANKING DE PRODUCTOS EXPORTADOS POR ESPAÑA A CROACIA

En miles de euros

Partida	2020	2021	2022	2023	Variación 2022 - 2023
690721	5.267,58	7.899,22	12.303,72	15.044,92	22,28 %
690722	2.215,20	2.266,49	2.731,64	1.764,54	-35,40 %
690723	6.632,04	6.839,47	7.163,39	5.330,32	-25,59 %
690730	22,22	16,46	9,84	6,24	-36,59 %
690740	213,40	84,25	114,72	129,67	13,03 %
Total	14.350,44	17.105,89	22.323,31	22.275,69	-0,21 %

Fuente: Estacom.

La partida arancelaria 690721, que abarca placas y baldosas de cerámica para pavimentación o revestimiento, tanto en suelos como en paredes, con un coeficiente de absorción de agua por peso $\leq 0,5$ %, ha emergido como el producto más exportado desde el año 2021. En 2023 en comparación con el año 2022, experimentó un aumento del 22,28 % abarcando la gran parte de las exportaciones a Croacia. En contraposición a este aumento, las partidas 690722, 690723 y 690730 experimentaron una disminución del 35,40 %, 25,40 % y 36,59 %, respectivamente, lo que indica la tendencia del importador croata por las placas y baldosas de cerámica de un coeficiente de absorción de agua por peso por debajo o igual del 0,5 %.

Por último, la partida 690740 (cubos, dados y artículos similares de cerámica para mosaicos) mostró una variación positiva del 13,03 %. No obstante, su impacto global es menor debido a sus valores absolutos relativamente bajos.

6.2. Proyectos en Croacia

Debido a la destacada presencia internacional de España en este sector, numerosas empresas españolas no solo comercializan sus productos a través de distribuidores croatas, sino que también desempeñan un papel activo en diversos proyectos en Croacia, contribuyendo significativamente al desarrollo económico y a la innovación en el país. A continuación, se presentan algunos ejemplos destacados:

Remodelación de las oficinas centrales de Booking por Vives Cerámica.

El Estudio de Interiores de Croacia, denominado Brigada, (centro de operaciones de diseño de productos e instalaciones de retail), ha sido el encargado del proyecto de remodelación de las oficinas centrales de la compañía Booking en Zagreb. El modelo de VIVES Calvet Gris de la serie 1900 y el Hexágono Rift Cemento combinado con el Hexágono Igneus Cemento, han sido elegidos para amenizar diversas de las áreas de la sede destacando sobre el resto del conjunto con sus originales diseños.



Espacios de la oficina de Booking en Zagreb.



Espacios de la oficina de Booking en Zagreb.

Vivienda en Croacia por Pamesa Cerámica.

La empresa española Pamesa Cerámica, reconocida mundialmente, también suministra productos de alta calidad para la construcción de viviendas. En esta vivienda en particular, se han utilizado las series Niro, Pisa y Cadmiae.



Espacios de la vivienda en Croacia.



Espacios de la vivienda en Croacia.

Hotel Hilton Costabella por Porcelanosa.

Un total de 132 habitaciones y 62 villas conforman el hotel Hilton Rijeka Costabella Beach Resort and Spa. Algunos de los revestimientos utilizados en el complejo son: Par – Ker o Marmi China entre otros.



Espacio exterior del hotel.



Espacio interior del hotel.

icex

7. Canales de distribución

Una vez definida la oferta y la demanda del sector de los azulejos y revestimientos cerámicos, se exponen los diversos canales de distribución que existen actualmente en el mercado croata.

Cómo se entra:

- Importador

Los importadores desempeñan un papel fundamental en la distribución de productos en Croacia, especialmente para empresas extranjeras que desean ingresar al mercado. Estos importadores tienen conocimientos sobre el mercado local y poseen una red establecida de contactos comerciales. Trabajar con un importador puede simplificar el proceso de introducción al mercado, ya que se encargarían de la logística de importación, distribución y venta de los productos.

Algunos ejemplos de importadores son; Keratom, Fic, Arhikon, Petrokov, Abc Interijer, B.B. Keramika, Credo – Centar, Fero Term, Keramital, Keraterm, Margor Prom, ND Kreiva, Soto Vento, Tim Novak y Petrokov.

- Agente

Se trata de una buena manera de introducirse en Croacia gracias al conocimiento del mercado que poseen. Cuentan con una oferta de minorista y mayoristas con los que poder contactar con el fin de estrechar lazos comerciales. Su función es la de ser un agente intermediario entre los productores y los minoristas/mayoristas/constructoras. Por otro lado, en algunos casos, los propios mayoristas cuentan con una red de agentes para vender a otros minoristas o constructoras

- Grandes superficies

Las grandes superficies, son otro canal importante para la distribución de azulejos y revestimientos cerámicos en Croacia. Estos establecimientos atraen a una amplia base de clientes y ofrecen una variedad de productos para el hogar y la construcción.

Algunas de las grandes superficies croatas que comercializan este tipo de producto son; Pevex, Fero Term, Profi Baucentar y MDV Centar. Por otro lado, también está muy presente la compañía Alemana Bauhaus con varios puntos de venta en diferentes condados de Croacia.



- Contratistas y constructores

Los contratistas y constructores que trabajan en proyectos de construcción residencial, comercial o público son también importantes clientes para el sector de azulejos y revestimientos cerámicos. En algunos casos, los constructores recurren a la figura del agente para obtener productos específicos como ocurren con los productos procedentes de Italia y España. En otros casos, cuando el proyecto requiere una calidad inferior de azulejos y revestimientos cerámicos, los constructores contactan directamente con los productores extranjeros, evitando la figura del agente. En estos proyectos, la mayoría de los productos solicitados son de origen indio.

Se destacan las croatas Nivogradnja, Heros, Korektor y Graditelj Svratista y la italiana DH Edil Construction.



8. Acceso al mercado – Barreras

Croacia forma parte de la Unión Europea, lo que significa que hay libre circulación de personas, bienes y capitales con otros Estados miembros.

El idioma oficial es el croata. Desde el 1 de enero de 2023, Croacia adoptó el euro como moneda oficial al igual que entró en el espacio Schengen de libre circulación y en la eurozona.

8.1. Impuestos

En Croacia, el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) para los azulejos y revestimientos cerámicos está sujeto a la tasa estándar, el cual es del 25 %.

8.2. Reglamentación específica

Croacia se encuentra dentro de la Unión Europea, lo que implica la libre circulación de mercancías (recogido en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea). Esta libertad elimina cualquier tipo de restricción cuantitativa y posibles derechos de aduana. Aun así, existe una reglamentación específica para este tipo de productos que se desarrollan a continuación:

Marcado CE

Con el objetivo de comercializar de manera homogénea dentro del Espacio Económico Europeo, se debe cumplir con el Reglamento UE 305/2011 para productos de construcción. Los pavimentos y revestimientos cerámicos pueden registrarse dentro de los materiales de construcción, deben colocar el logotipo CE (Aenor, 2020). Este marcado implica que los productos comercializados registran una serie de características y la responsabilidad del distribuidor/fabricantes con la conformidad de las prestaciones

Requisitos específicos

- UNI 14411: Se trata de una certificación de baldosas cerámicas, indicando los requisitos necesarios que tienen que cumplir los productos en cuanto a dimensiones y características intrínsecas (químicas y físicas).

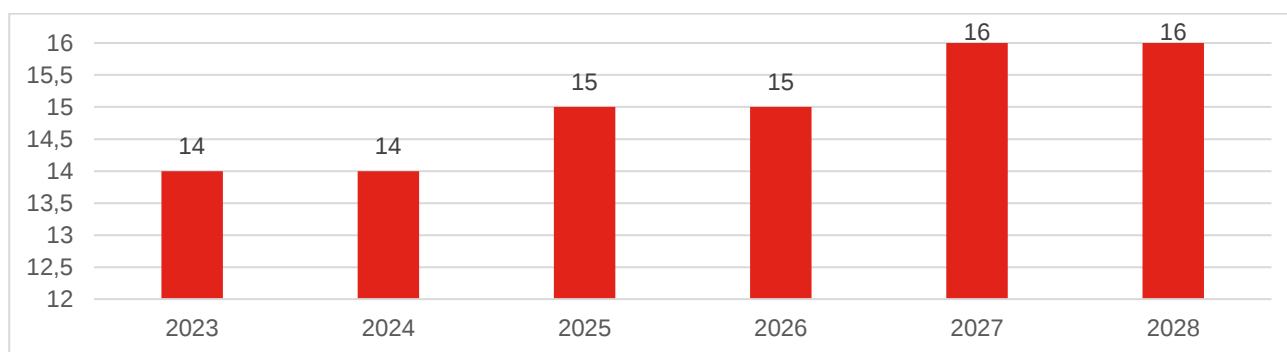
9. Perspectivas del sector

9.1. Perspectiva de futuro

Se espera que el mercado global de los revestimientos cerámicos crezca de los 14 MMEUR en 2024 a los 16 MMEUR en 2028, lo que supone un crecimiento anual del 2,88 %.

INGRESOS DEL SECTOR DE REVESTIMIENTO DE SUELOS

En MM de euros



Fuente: Statista 2024.

Una vez observado las positivas proyecciones del sector a nivel global, Croacia también proyecta una evolución positiva hasta el 2028 situándose en el *ranking* como el país número 33 en cuanto a ingresos del sector de revestimientos de suelos.

RANKING DEL SECTOR DE REVESTIMIENTO DE SUELO PARA 2028

En millones de euros

Ranking	País	Ingresos
1	Estados Unidos	6.094
2	China	1.285
3	Alemania	734
4	Suecia	604
5	Polonia	556
6	Japón	469
7	Rusia	351
8	Turquía	329
9	Austria	323
10	Canadá	318
11	Arabia Saudí	286
12	Francia	279
13	Brasil	276
14	Italia	273

15	Australia	247
16	Corea del Sur	241
17	México	200
18	Chile	172
19	Argentina	170
20	España	164
...		
33	Croacia	60

Fuente: Statista 2024.

9.2. Tendencias

La demanda azulejos y revestimientos cerámicos de colores fríos está disminuyendo, mientras que hay un aumento en la preferencia de colores más suaves y pastel. Además, existe una distinción entre los colores preferidos para diferentes tipos de proyectos, como hospitales o centros comerciales. Para proyectos destinados a entornos más funcionales y neutros, como hospitales, se prefiere una paleta de colores más sobria y tranquila, que transmita una sensación de serenidad y limpieza sin ser llamativa. Mientras tanto, en lugares como centros comerciales, se opta por colores vivos, pero no tan intensos, que proporcionen un ambiente más dinámico, pero sin ser abrumadores.

Con el paso de los años, se está produciendo un cambio en las tendencias de diseño y decoración en el mercado. En comparación con años atrás, actualmente está creciendo la demanda de piezas de mayores dimensiones lo que facilita y reduce el esfuerzo en la instalación además de dotar de una apariencia más limpia y minimalista.

También se destaca la importancia del diseñador como aspecto diferenciador en el sector. Tanto las firmas italianas como las españolas ofrecen un valor adicional con colecciones firmadas por diseñadores, proporcionando así un producto único y distintivo. En un mercado tan saturado como este, el valor añadido que aporta el diseño otorga una gran ventaja competitiva sobre los competidores.

En relación con esto, con el crecimiento del turismo de lujo, los clientes cada vez son más exigente y buscan un producto único, acabados de alta gama y materiales exclusivos y de alta calidad. Esta tendencia hacia un cliente más específico ha aumentado gracias al aumento de los proyectos de alto nivel que se han llevado a cabo, especialmente, en la costa.

9.3. Retos

El sector de azulejos y revestimientos cerámicos presenta una serie de retos y desafíos de mayor y menor medida.

Las tensiones geopolíticas a nivel global impactan en el sector, especialmente en relación con el gas. El aumento del coste de esta energía repercute directamente en los costes de producción de la cerámica lo que genera un incremento en el precio de venta para el consumidor final. Aunque el punto más crítico de esta situación se produjo tras el inicio de la guerra en Ucrania en 2022, el mercado sigue estando vulnerable a futuras escaseces de energía.

Unido a esta incertidumbre, otro aspecto crucial es el periodo de crecimiento continuo del sector de la construcción. Desde 2020, ha experimentado un crecimiento sostenido y exponencial tanto en nuevas construcciones como de remodelaciones, pero inevitablemente alcanzará un punto de estancamiento. Esta situación puede plantear grandes desafíos en el futuro, a la vez que podría dar lugar a nuevas necesidades y oportunidades.

Otro de los desafíos que se afrontan en este sector es la creciente presencia de competidores que ingresan en el mercado con unos precios considerablemente bajos. Esta llegada de nuevos productos y materiales origina una descompensación en cuanto a los márgenes de los distribuidores además de provocar una inestabilidad en el mercado. Adicionalmente, muchos de estos competidores ofrecen condiciones muy económicas a la hora de acceder a un proyecto a gran escala, lo que dificulta a las empresas europeas a competir con ellos. Para ello, los principales productores europeos compiten con factores como la sostenibilidad, la tecnología, el valor añadido y la calidad.

Por otro lado, son numerosas, sobre todo italianas, las marcas que se encuentran operando activamente en el sector. Esta saturación de empresas extranjeras hace que se intensifique la competencia, además de ejercer una presión adicional sobre los márgenes de beneficio.

Por último, muchos distribuidores locales enfrentan dificultades para satisfacer las demandas por parte de clientes con un perfil más tradicional. Esta falta de stock para este segmento de mercado hace que establecimientos menos especializados ganen relevancia en el mercado.

10. Oportunidades

Actualmente, Croacia cuenta con una producción interna de azulejos y revestimientos cerámicos bastante limitada. Es por ello por lo que, las exportaciones croatas de dicho sector son mínimas y las diferentes empresas locales dependen principalmente de producto extranjero. Esta situación representa una oportunidad para las empresas españolas, ya que existe un gran potencial para exportar más productos al mercado croata. Si bien las empresas españolas cada vez exportan más a Croacia en los últimos años, la proyección de los ingresos en el sector es positiva originándose un escenario de crecimiento en el mercado y una posibilidad de seguir aumentando la cuota de mercado para así consolidarse como proveedores clave en esta región de Europa.

En línea con este punto, Croacia se proyecta como el país con mayores ingresos en el sector en la región de los Balcanes. Tal y cómo se ha comentado previamente, Croacia ocupa el puesto número 33 a nivel mundial en ingresos provenientes del sector, por delante de países vecinos como Serbia, Bosnia y Herzegovina, Montenegro o Hungría. Por lo tanto, el posicionamiento de Croacia representa una gran oportunidad para que las empresas españolas se adentren en este mercado, abriendo posibilidades para futuras expansiones.

Por otro lado, desde el terremoto que sacudió el país en 2020, Croacia ha estado inmersa en un proceso continuo de desarrollo urbano y modernización de infraestructuras. Este impulso ha generado un aumento en la construcción de viviendas y el reacondicionamiento de las mismas, creando una oportunidad para las empresas que se dedican a la comercialización de azulejos y revestimientos cerámicos. A su vez, es importante señalar que el mercado está dominado en gran medida por empresas italianas. Sin embargo, el producto español tiene una buena percepción en la mente de los croatas gracias a su calidad, innovación y diseño, lo que permite satisfacer las necesidades del mercado de una manera estética y duradera en diversos proyectos de construcción y remodelación.

El turismo en Croacia se ha consolidado como uno de los motores más importantes de la economía croata. El flujo constante de turistas ha generado ingresos significativos y ha fomentado la inversión tanto nacional como extranjera en infraestructura y servicios turísticos. De esta manera, el sector de la construcción en Croacia ha crecido, impulsando la edificación de hoteles y complejos turísticos, así como el reacondicionamiento de los ya existentes, haciendo que el mercado sea dinámico y atractivo para los inversores extranjeros. Además, la expansión del sector ha contribuido significativamente al crecimiento económico del país, creando numerosos puestos de trabajo y fomentando el desarrollo de habilidades especializadas en la construcción.



Este desarrollo, orientado a consolidar a Croacia como un destino turístico de primer nivel, ha generado una creciente demanda de infraestructuras modernas y atractivas para el visitante. En este contexto, se vislumbran oportunidades en los siguientes ámbitos:

- Construcción de hoteles, resorts, restaurantes y otros complejos turísticos. Todos ellos demandarán productos del sector de azulejos y revestimientos cerámicos, así como otros elementos relacionados.
- Actualización de interiores y exteriores, dónde se requerirán el uso de materiales modernos y duraderos para renovar y modernizar los espacios existentes.
- Proyectos turísticos de alto nivel, donde los constructores buscarán diseños únicos y personalizados. Existen numerosos complejos de lujo y resorts que demandan elementos de alta calidad y de diseño exclusivo.

icex

11. Información práctica

A continuación, se indicará la información práctica más relevante sobre el sector de los azulejos y revestimientos cerámicos.

Ferias

SASO

Dirección	Mjesto održavanja - Split
Teléfono	+385 (0)21 43 55 38 +385 (0)21 43 55 40 +385 (0)21 43 55 41
Idioma contacto	Inglés
Web	www.sasofair.com
Próxima edición	Octubre de 2024
Descripción del evento	SASO 2024, encuentro económico más importante de la región, reúne a expositores de varios países europeos – 10 ferias especializadas, 6 conferencias profesionales, más de 800 marcas, expositores y coexpositores nacionales y extranjeros con más de 20 años de tradición.

PROMOARH

Dirección	Zatika Sports Hall HR-POREČ 52440, Vukovarska 352440
Teléfono	+385 (0)52/427427
Idioma contacto	Inglés
Web	https://www.promoarth.com/en
Próxima edición	18 – 20 de septiembre de 2024
Descripción del evento	La feria es una de las principales exposiciones internacionales de construcción, equipamiento y diseño, y el punto de encuentro de todos los profesionales del sector, tanto regionales como internacionales. Es el único evento de Istria dedicado al sector de la construcción con más de 250 marcas locales e internacionales.

AMBIENTA

Dirección	Zagrebacki Velesajam Avenija Dubrovnik 15 10020 Zagreb
Teléfono	+385 (0)1/6503-111
Idioma contacto	Inglés
Web	https://www.zv.hr/fairs-2863/ambiena-2920/2920
Próxima edición	17 al 20 de octubre de 2024
Descripción del evento	51ª edición de la Feria del Mueble, Interiorismo e Industria Auxiliar.

Fuente: Elaboración propia.

Otras direcciones de interés

Dirección	Teléfono	E-mail	Web
Embajada de España en Croacia	Tuskanac, 21. ^a 10000 Zagreb	(+385 1) 483 4365 / 483 4367 / 484 8950	Emb.zagreb@maec.es link
Oficina Económica y comercial de España en Croacia	Savska cesta 41/1 10000 Zagreb	(+385 1) 6176901 / (+34) 91 7324789	zagreb@comercio.mineco.es link
Cámara de Economía de Croacia	Rooseveltov tfg 2 – 10000, Zagreb	+385 (0) 1 456-1555	hgk@hgk.hr link
Ministerio de Planificación Física, Construcción y Activos Estatales	Ulica Republike Austrije 20 – 10000 Zagreb	+385 1 3782 444	pitanja@mpgi.hr link
Oficina de Estadísticas de Croacia	Ilica 3 – 10000 Zagreb / Branimirova 19 – 10000 Zagreb	(+385 1) 48 06 111 / (+385 1) 48 93 444	Stat.info@dzs.hr link
ICEX España Exportación e Inversiones	P.º Castellana 278, 28046 Madrid	(+34) 913 497 100	Formulario de contacto link

Fuente: Elaboración propia.

ASOCIACIONES PROFESIONALES

- Asociación de cerámica de Croacia

Se trata de una asociación sin ánimo de lucro de ceramistas, alfareros, expertos en arte, galeristas, amantes de la cerámica, instituciones y demás interesados en la promoción y el avance como una forma de arte específica. Sus objetivos son desarrollar y mejorar una amplia gama de actividades relacionadas con la cerámica, fomentar la cooperación entre artistas tanto dentro como fuera de Croacia, etc.

- Sociedad croata de artistas plásticos:

Asociación profesional no gubernamental sin ánimo de lucro, cuyos miembros son artistas de distintas expresiones artísticas. Sus objetivos son el fomento del arte contemporáneo, la promoción y protección de la libertad artística, organización de exposiciones, etc.

RECOMENDACIONES PARA EL PROVEEDOR ESPAÑOL

La producción nacional de azulejos y revestimientos cerámicos en Croacia es insuficiente para satisfacer toda la demanda del sector, por lo que la mayor parte de este tipo de materiales son importados, principalmente de Italia y España. La percepción del producto español es muy positiva, y estos están expuestos en la gran mayoría de puntos de venta. Además, Keramika Modus, el principal productor nacional croata de azulejos y revestimientos cerámicos se inspira en cierto modo

en los diseños españoles. Además, Croacia y España han firmado un Convenio para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal, lo que otorga seguridad jurídica al proveedor español. Más de 15.000 empresas extranjeras han invertido en Croacia hasta la fecha, donde, además, los costes son menores que la media europea, lo que convierte al país en un destino atractivo para exportar.

CULTURA EMPRESARIAL

Los croatas son conocidos por su actitud relajada en el ámbito de los negocios, si bien mantienen un alto nivel de profesionalidad. A pesar de ser amables y dinámicos, necesitan un número alto de visitas para sentirse cómodos con un nuevo contacto.

Estos son algunos de los puntos esenciales a la hora de hacer negocios en Croacia:

- Los saludos deben llevarse a cabo con un firme apretón de manos y contacto visual directo.
- Es necesario mantener contacto visual directo mientras se está hablando.
- Se considera educado hacer gestos de asentimiento con la cabeza mientras se está hablando para demostrar que se está siguiendo y entendiendo la conversación.
- Es preferible la comunicación indirecta en debates de negocio, pues no se considera de buena educación una comunicación directa sin haber tenido al menos una pequeña comunicación previa anteriormente.
- Las primeras reuniones, al ser introductorias, se llevarán a cabo con los mandos intermedios, y suelen ser confirmadas por teléfono o por *email*.
- Se establecen las fechas límite con antelación, pero en muchos casos hay retrasos.
- Debe tenerse en cuenta que muchos de las empresas croatas no contestan a los correos electrónicos, por lo que será necesario utilizar las llamadas para establecer contactos. De hecho, la mayor parte de la comunicación ocurre por teléfono o en encuentros informales.
- La puntualidad es esencial; en los eventos sociales pueden dar un período de gracia de alrededor de 15 minutos, pero en el entorno empresarial la puntualidad se aprecia.
- Los conflictos empresariales se resuelven a través de conversaciones con el objetivo de encontrar una solución aceptable para todas las partes involucradas.
- Los negocios se llevan a cabo de forma lenta, por lo que se recomienda ser paciente.
- Los negocios son más lentos en los meses de enero, julio y agosto.
- Las compañías tienen una estructura jerárquica.
- Es importante contar con una fuerte red social profesional para tener éxito.
- El aspecto social está bastante conectado con los negocios, por lo que los croatas suelen socializar con sus compañeros después del trabajo, o cerrar negocios mientras socializan.
- Es recomendable no organizar reuniones los viernes por la tarde.
- Muchos negocios cierran durante el mes de agosto.
- Pequeños regalos, como un libro o souvenir del país del que la persona de negocios viene se aceptan, si bien no se recomiendan grandes regalos.



- El código de vestimenta es formal en Croacia; los empresarios se visten con traje para ir a la oficina y en encuentros de negocios.
- Se utilizan las tarjetas de visita para hacer negocios.
- Por último, la mayor parte de los croatas hablan inglés correctamente, por lo que los negocios se podrán llevar a cabo en ese idioma.

icex

12. Anexo

Reunión con la distribuidora local Keramital:

La reunión se produjo el 28 de mayo de 2024 a las 10:00 en la oficina de Keramital de Zagreb. Goranka Krnjak, dueña de la empresa, fue quien atendió a la consulta y explicó de manera detallada y profesional sus puntos de vista tanto del sector en general como de la experiencia personal. La reunión se desarrolló en base a los siguientes puntos:

Percepción del producto español

La distribuidora croata Keramital cuenta en su porfolio una gama de diferentes productos de países europeos. La mayoría de ellos son de origen italiano, pero también cuenta con marcas alemanas y dos marcas españolas como Dune y Apavisa con los que lleva teniendo una relación comercial de más de 20 años. Tal y cómo explicaba, su relación con ellos durante estos años ha sido buena, el trato ha sido cordial y los acuerdos comerciales se han producido de una manera beneficiosa para ambas partes. Sin embargo, destacó que, en momento de crisis como la del 2008, derivó en un desacuerdo entorno a los precios de los productos de la marca Apavisa originando un cese de las relaciones comerciales entre ambos. Sin embargo, posteriormente, estas relaciones se reanudaron de nuevo.

En base a esta cartera de productos, Keramital se posiciona como un distribuidor que ofrece un producto de gama media – alta, dónde los productos españoles compiten directamente con los italianos. Esta competencia se da prácticamente en todo el país, y poco a poco las importaciones españolas aumentan, en detrimento de las italianas. La innovación y el diseño de los productos españoles están a la orden del día y, como relataba Goranka, el cliente busca cada vez más productos españoles.

Otro tema clave para las empresas españolas es la desventaja en los costes de transporte en comparación con países más cercanos a Croacia. No obstante, los productos españoles que se comercializan en el país tienen un alto valor añadido, lo que ayuda a mitigar, en parte, el aumento de los costos. Por otro lado, esta pérdida de competitividad es evidente en el mercado y se ha observado que el número de marcas italianas en los diferentes distribuidores croatas son más que las españolas.

Evolución del sector y futuro

Con el crecimiento del sector de la construcción año tras año, Goranka explicó que ha notado un mayor volumen de pedidos, pero manteniéndose con cierta cautela debido a experiencias pasadas. La incertidumbre y la inestabilidad de años anteriores, supone un punto inflexión en el sector el cual

se vio muy restringido debido a la pandemia. Además, las continuas tensiones geopolíticas también representan un riesgo ya que podrían causar escasez de materias primas incurriendo en una subida generalizada de los precios. Desde su perspectiva, Goranka ve con buenos ojos el sector, pero mantiene una actitud cautelosa, debido a que vislumbra un posible estancamiento en la construcción de edificios en los próximos años.

En la reunión, Goranka destacó varias tendencias actuales en la demanda del mercado. Señaló un aumento en los pedidos de azulejos de grandes dimensiones y el cambio de mentalidad en la preferencia de colores, con una mayor comercialización de tonos suaves y menos llamativos. Además, identificó los proyectos de lujo como un nicho prometedor para las empresas españolas las cuales pueden aportar sus diseños y gama de productos de alta calidad a constructoras y arquitectos. Sin embargo, también subrayó que los productos italianos dominan gran parte de estos proyectos.

La presencia online de Keramital está dedicada exclusivamente a mostrar su catálogo de productos y las marcas que comercializan. Su sitio web permite a los usuarios solicitar presupuestos, hacer sugerencias y plantear consultas personalizadas.

Competidores

La entrada de nuevos competidores, especialmente de India, está produciendo cierta inestabilidad en el mercado debido a los precios extremadamente bajos con los que comercializan sus productos. Goranka, no considera a los productos indios como competencia directa, ya que existe una gran diferencia en los estándares de calidad y diseño de unos y otros. Sin embargo, sí que apuntaba que numerosos proyectos están siendo adjudicados a productores indios, principalmente por sus precios. Este cambio hacia productos más austeros y menos personalizados en diversos proyectos afecta directamente la competitividad de la distribuidora croata.

Sostenibilidad e innovación

Por último, se evaluó la percepción de los consumidores sobre las nuevas prácticas de producción sostenible que se están implementando actualmente. Desde la perspectiva del consumidor, este aspecto no es determinante a la hora de tomar decisiones de compra. Goranka lo atribuye principalmente a los procesos de fabricación y la responsabilidad de los productores para seguir siendo competitivos y diferenciarse de la competencia. Sin embargo, tal y cómo comenta, el consumidor final no presta atención al origen ni a la manera en que se trata el producto.



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

