

JORGE TUÑÍ SOCIO DE LIVINGSTONE PARTNERS Experto en banca de inversión y asesoramiento en transacciones, asegura que el interés en la cerámica española sigue latente y descarta un acelerón en las deslocalizaciones

«No es tan fácil mover la producción de un país a otro»

DANIEL VICENTE CASTELLÓN

Pregunta.— El sector azulejero español está asistiendo a una grave crisis de costes y de demanda. ¿La coyuntura puede afectar a operaciones empresariales como concentración o entrada de fondos de inversión?

Respuesta.— Sí, sin duda. La subida de los costes de producción, tanto la subida directa como la indirecta, derivada de la subida del coste de la energía: gas y electricidad y también del resto de materias primas y del transporte, ha provocado un encarecimiento muy relevante del coste total de producción en el sector azulejero. A lo largo del 2022, los fabricantes no han tenido más remedio que subir significativa y continuamente el precio de venta para vender con márgenes positivos. Y aunque a principios de 2022 el nivel de actividad se mantuvo, con el paso de los meses sí se ha producido una contracción de la demanda (caída de pedidos de ventas), más notable si cabe en los últimos meses del año 2022. En consecuencia, con elevados costes desde principios de 2022 y con la demanda a la baja especialmente desde verano de 2022, algunas empresas han tenido que parar la producción total o parcialmente, lo que además ha provocado que, con un menor volumen de producción, los costes fijos tengan un peso todavía más relevante sobre el total de costes, mermando aún más si cabe la rentabilidad de las empresas.

Por lo tanto, la coyuntura actual, con elevada inflación y temores de recesión, tiene un impacto directo para la materialización de transacciones corporativas, pues los potenciales inversores quieren esperar para ver cuándo se recuperarán las empresas del sector azulejero, gracias a una reactivación de la actividad productiva que se producirá siempre que se pueda fabricar con unos costes estables y menores (y la consiguiente mejora de rentabilidad) y siempre que se reactive la demanda. Respecto a esto, es interesante destacar que Italia no está sufriendo tanto, porque su Gobierno está subvencionando los costes energéticos, lo que indica que si hay demanda de azulejos. En España, mientras no se recupere la demanda, habrá menos inversores interesados en el sector y,

los que mantienen su interés, son inversores oportunistas que tratan de adquirir alguna compañía del sector azulejero a buen precio; pero estas ofertas, si se producen, habitualmente son rechazadas por los potenciales vendedores, que también esperan a que pase la tormenta y vengan tiempos mejores para plantearse una potencial transacción corporativa a un precio que encaje mejor con sus expectativas de valor. Los vendedores habitualmente miran atrás para defender que el 2020 y 2021 fueron muy buenos años, y confían en volver a obtener dichas ventas y rentabilidad. Los compradores miran al futuro con mayor escepticismo, por lo que es complicado alinear los intereses del vendedor con los del comprador o viceversa.

P.— ¿El interés de estos fondos o empresas extranjeras puede verse mermado por la situación de la cerámica? ¿Qué perfiles seguirán interesados en la cerámica y de qué países?

R.— Por supuesto. El interés en el sector cerámico sigue, tanto por parte de inversores nacionales como internacionales, pero muchos de estos inversores están a la espera de ver cómo evoluciona el sector y la economía a nivel macroeconómico; es decir, los inversores son profesionales que no quieren probar suerte y lanzar ofertas a la baja sabiendo que no van a ser bien recibidas y muchos de ellos prefieren esperar.

Dicho esto, también hay inversores especializados en adquirir empresas en rentabilidad, pero que, por las circunstancias especiales del momento, están pasando por momentos delicados. Estos inversores pueden aportar valor a las empresas, sobre todo, gracias a una buena gestión y planificación financiera y gracias a su experiencia en procesos de adquisición de empresas en situaciones similares, aunque sean de otros sectores distintos a la cerámica. Sí que estamos notando un interés creciente de este tipo de inversor en el sector en los últimos meses.



C. A. D.

En España, mientras no se recupere la demanda, los que mantienen su interés son inversores oportunistas que tratan de adquirir alguna compañía del sector a buen precio»

Las empresas españolas son una referencia a nivel mundial. La optimización de la producción es un hecho, con empresas especializadas capaces de producir a menor coste»

P.— ¿Cree que la deslocalización en la producción a otros países con costes más baratos será inevitable?

R.— No, para nada pienso que sea así. No es tan fácil de hoy para mañana mover la producción de un país a otro. Es cierto que hay países en el mundo donde el coste laboral o la mano de obra es más barata, por lo que a priori, puede parecer que tiene sentido fabricar allí para ahorrar, pero hay muchos otros riesgos de otra índole que hay que valorar también, como por ejemplo, el elevado riesgo de inflación en otros países, la posibilidad de que otros países reciban aranceles a la importación, el riesgo de la elevada variación del coste de producción, que depende de commodities muy oscilantes, como

el gas o el petróleo, entre otros, todo esto hace que sea difícil planificar la inversión y plantearse producir en otros países en lugar de hacerlo en España. Además, hay que considerar el coste de la inversión y el tiempo necesario para tener fábricas en el extranjero que puedan producir la cantidad de azulejos que se producen en España, todo sumado, no es fácil. No obstante, sí que es cierto que se puede perder parte de la producción realizada en España en el medio y largo plazo. Podría planificarse y desviarse parte de la producción para fabricar en otros países, pero el clúster cerámico de Castellón tiene un gran poder y hay una capacidad de producción y un *know-how* que se admira en todo el mundo. Es importante, no obstante, recibir el apoyo de los políticos, subvenciones y ayudas europeas cuando la situación se pone difícil, puesto que de lo contrario, algunos fabricantes, especialmente los más grandes, podrían plantearse invertir en fábricas en el extranjero y sería una lástima.

P.— ¿Cómo prevé 2023 para la industria? ¿Cuáles son los retos?

R.— Pues a finales de 2022 todo eran nubarrones y las perspectivas eran muy negativas. Parecía que no iba a haber gas en invierno y que nos íbamos a congelar y que las fábricas no podrían seguir produciendo con los costes de la energía tan elevados (esto último sí es cierto), pero por suerte, y tras un segundo semestre

de 2022 muy duro, los costes de energía están bajando a principios de 2023 y esto afecta implícitamente al coste de las materias primas y a toda la cadena de suministro. Si hace un año el reto era mantener la rentabilidad y se ha demostrado que era misión imposible con todo lo sucedido en 2022, el reto ahora es reactivar la producción con un nivel de costes sostenible y que esto venga acompañado de la recuperación de las ventas, tanto en el mercado nacional como en las exportaciones. Luego el reto ahora es doble, por un lado, producir con costes estables en niveles sostenibles y por otro, conseguir que se reactive la demanda, cuanto antes mejor. También las ayudas del Gobierno comunicadas en Navidades alivian algo al sector azulejero, aunque parece que, en otros países como en Italia, las ayudas han satisfecho algo más a los italianos de lo que han satisfecho aquí a los españoles.

Por lo tanto, el 2023 parece que irá de menos a más, lo cual es una buena noticia y ojalá la recuperación se produzca lo antes posible.

P.— Asistimos a un crecimiento mundial de la cerámica. ¿Qué ventajas considera que tienen las empresas españolas?

R.— Sí, sin duda. En los últimos años la tendencia de producción de azulejos, no sólo en España sino a nivel global, sigue una evolución creciente. Están incrementando las exportaciones desde España y se están abriendo nuevos mercados, también en algunos mercados se aprecia una tendencia a sustituir determinadas superficies de suelo como las moquetas o el parquet por azulejos.

En términos de ventajas para la producción de azulejo, las empresas españolas son una referencia a nivel mundial. La optimización de la producción es un hecho en España, con empresas especializadas capaces de producir a menor coste que otros países europeos, lo que les permite vender producto de altas prestaciones fabricado a un coste menor.

P.— ¿Cree que es un buen momento para que las empresas fabricantes inviertan en la compra de maquinaria que les permita, por ejemplo, reducir el estocaje y ser más flexibles?

R.— El problema es que, si inviertes en maquinaria, normalmente es para mejorar e incrementar tu capacidad productiva. Por lo tanto, con mayor capacidad productiva, si no acompañan las ventas, el stock de producto terminado incrementa. Para que esto no suceda, tienes que parar líneas de producción, realizar despidos, ERTE o ERE... Por lo tanto, es frustrante invertir en maquinaria para luego tenerla parada, o si no parada, duele no verla al 100% de lo que podría producir. Los empresarios seguro que se lo piensan 2 veces antes de invertir, más aún en un entorno donde el sector está sufriendo y a nadie la sobra un euro.

Dicho esto, si pensamos a largo plazo, sí que es importante seguir invirtiendo en maquinaria con tecnología más avanzada para optimizar la producción y reducir costes de producción, tanto en la parte de consumo de gas, como en la parte de investigar fuentes de energía alternativa.