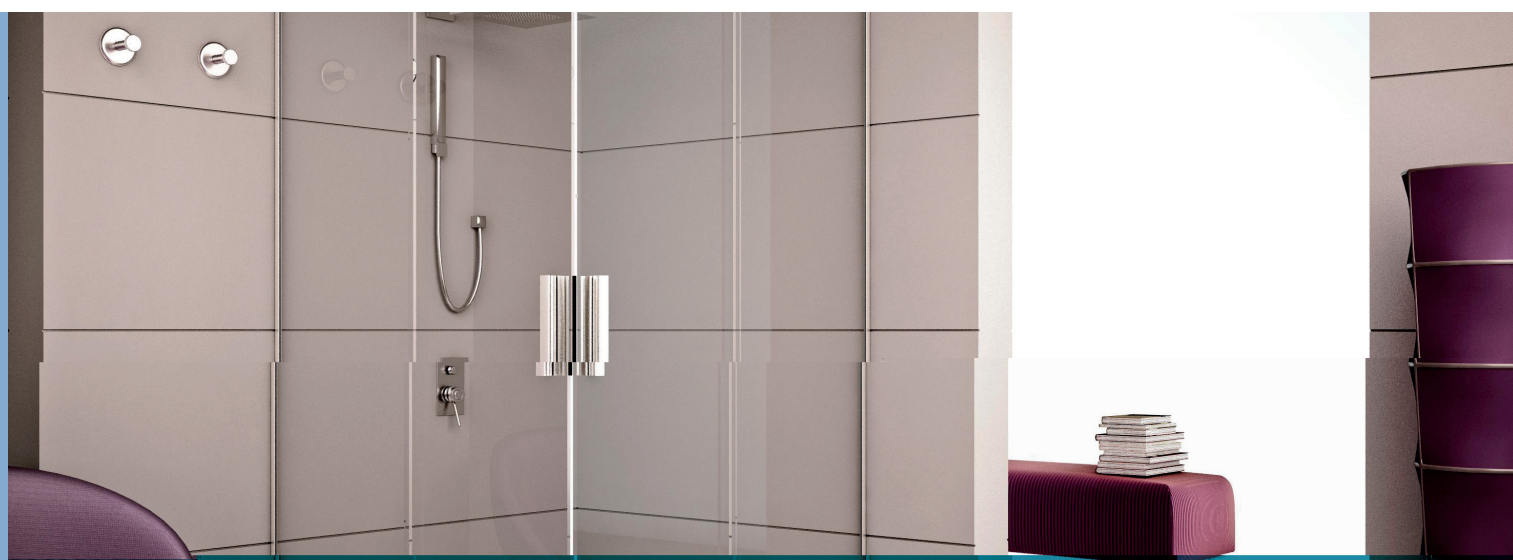


Siguen los reajustes

Aunque el descenso de ventas en el sector de las mamparas no ha sido tan abrupto como en algunos de los otros subsectores del baño tampoco se libra de las caídas. El pasado año acusó el estancamiento del mercado de la reforma y registró un descenso de ventas superior al 14%.



El mercado de las mamparas continuó el año pasado en la misma línea que lo caracteriza desde que se iniciara la crisis, con una curva descendente en las cifras menos estridente que en otros segmentos, pero continuada. De momento, siguen sin percibirse signos de mejoría, más bien al contrario.

Tras un primer momento de choque con el estallido de la burbuja inmobiliaria en España, el sector había logrado llevar a cabo una rápida reorientación hacia el sector de la reforma que había conseguido que las cifras de los primeros años de crisis no fueran tan negativas como en el caso de otros productos destinados al baño. Sin embargo, el pasado 2012 acusó los nuevos recortes y el alargamiento de

La venta de mamparas en 2012 registró una reducción del 14,5% respecto al año anterior

una situación complicada que está llevando a la población española a reducir drásticamente sus gastos. De modo, que las ventas de mamparas en 2012 registraron una reducción del 14,5% respecto a las del año anterior, lo que se traduce en 223 millones de euros facturados en el mercado interior. El número de unidades fabricadas bajó en un 5,9%, de las 723 mil en 2011 a las 680 mil en

2012. La caída de producción no es mayor gracias a la contención de precios que no han dejado de descender en el último lustro, ajustando márgenes de beneficios hasta el extremo.

La ducha, reina del baño

Las mamparas se han beneficiado mucho de la nueva tendencia de dotar de mayor protagonismo a la ducha. Tanto por accesibilidad como por cuestión de espacio, en los últimos años se ha registrado un viraje en el estilo de cuarto de baño en el que prima la ducha por encima de la bañera. En muchos casos, a la hora de plantearse un reforma de este espacio, ese ha sido uno de los cambios fundamentales. Como consecuencia del predominio de estos nuevos gustos el sector de las mamparas ha tenido un buen segmento de mercado en el que refugiarse dentro del mercado español, al menos para paliar en parte la caída de la nueva construcción.

El otro segmento al que se han redireccionado las estrategias de los fabricantes ha sido el contract, donde la tendencia a ofrecer entornos inspirados en los spa ha dado un pequeño empujón al nuevo concepto de mampara amplia, transparente y muy elegante.

Continúa el predominio del cristal

La evolución en el tipo de ventas del sector de las mamparas en los últimos años está íntimamente ligado a su evolución en los aspectos técnicos y estéticos. En este sentido la mampara ha hecho doctrina del principio de estético de “lo sencillo es elegante”. Cada vez más las tendencias en este campo tienden a ofrecer un productos que “desaparezca”, que ofrezca toda la funcionalidad y todas las comodidades posibles pero que sea sencillo recordar que no está a simple vista.

La mampara no debe detectarse a primera vista cuando se entra en un cuarto de baño, está ahí para ser atravesada con la mirada, para ayudar a ofrecer una sensación de espacio amplio y abierto. Para ello el vidrio se ha convertido en el aliado principal. Las mejoras en este material, al que se ha dotado de tratamientos que garantizan su irrompibilidad y la facilidad en la limpieza, han conseguido que el vidrio sea definitivamente el material estrella en el campo de las mamparas.

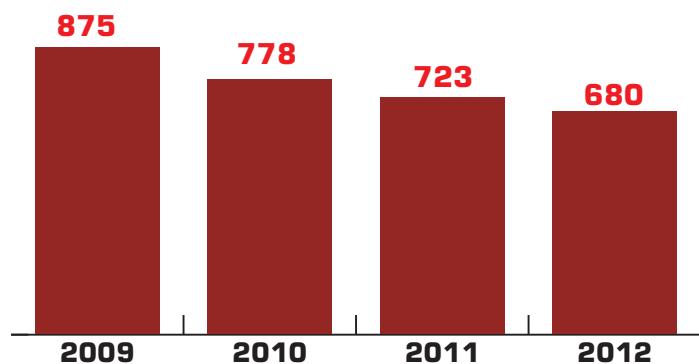
Para aquellos que quieran personalizar su baño o simplemente

El contract y la reforma han sido dos de los segmentos fundamentales para el mercado de las mamparas en los últimos años

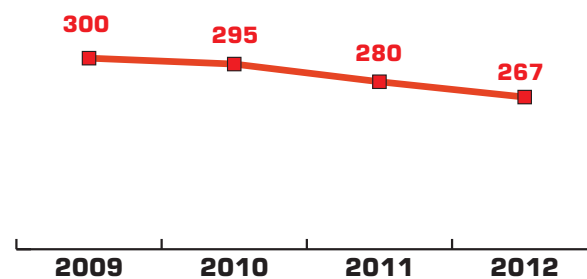
marcar diferencias existe la posibilidad de serigrafiar el vidrio con imágenes a elección personal, aunque la demanda de esta técnica ha decaído notablemente en el último año, probablemente por el coste adicional que supone.

El otro factor que ha ayudado a cambiar definitivamente la estética de las mamparas son las guías y cerramientos. Las aleaciones de metal que se utilizan en los últimos años consiguen que estas aparezcan totalmente integrados en esos diseños pensados para la transparencia a la vez que ofrecen una absoluta seguridad que ha permitido que las hojas de las mamparas crezcan dando respuesta a las necesidades impuestas por una tendencia a tener platos de ducha cada vez de mayor tamaño. ■

Unidades fabricadas (miles)



Precio medio por unidad (euros)



Facturación mercado interior aparente (millones de euros)

