

# SE ABRE UNA NUEVA ERA EN EL CUIDADO DE LAS FACHADAS

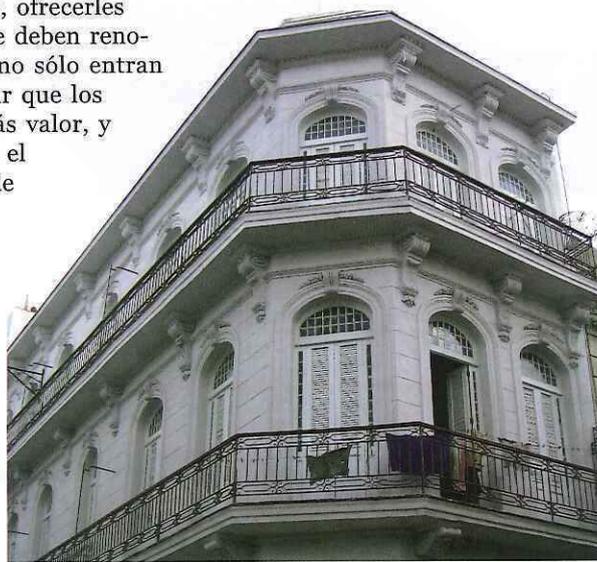
El mercado español de soluciones para el mantenimiento y la rehabilitación de fachadas está creciendo y cuenta con buenos fabricantes de pinturas, así como con buenos productos de importación, especialmente los procedentes de Alemania como referentes del sector. Tenemos un gran parque de edificios de todo tipo, y ya han pasado diez años desde que finalizó el *boom* de la construcción, con todo lo que representó.

En este contexto de recuperación, España aún adolece bastante de una cultura sobre lo importante que es la preparación de la base en una restauración de fachadas. Los fabricantes debemos promover la concienciación y la formación de los profesionales. Es una labor lenta, pero sin duda es el camino correcto para conseguir lo que es sin duda la regla de oro: ante una fachada primero prepara, luego repara, protege bien y acaba mejor, para no tener que volver a esa fachada en muchos años.

En relación a nuestros clientes hay que volver a la realidad, informarles bien sobre los pros y contras, ofrecerles soluciones a largo plazo... Las fachadas se deben renovar, y se acaban renovando, y para ello no sólo entran en juego las pinturas. Hay que considerar que los mejores sistemas son los que aportan más valor, y los Sistemas de Aislamiento Térmico por el Exterior son un claro ejemplo. Se trata de sistemas de productos de principio a fin. ¿Pero qué pasa con el resto de fachadas? Tenemos edificios de todo tipo. Además, las patologías y soluciones de una fachada en Cádiz difieren mucho de las de la Coruña, y no todo vale para todo. En nuestra opinión, las pinturas son importantes, claro está, pero insisto en que es mucho más importante la correcta preparación y protección de la base.

Para lograr eso hace falta mucho más que pinturas. Se requieren sistemas integrales de productos más tecnológicos que aporten soluciones para una fachada de principio a fin. Y también conocimientos para saber qué hacer en cada caso. Esto repre-senta, para los fabricantes, un esfuerzo tecnológico en I+D+i, y también disponer de servicios de prescripción técnica y aplicación totalmente documentados.

Creemos que los casos de éxito, en este mercado, evolucionarán hacia la especialización, hacia los sistemas integrados, hacia la calidad global y el valor añadido mensurable. Además, se producirán alianzas entre fabricantes serios que anteriormente quizás se sentían únicamente como competidores. Es decir, hay que sumar sinergias con empresas que hacen muy bien una parte del proceso, y crear así una cadena de valor real sin los costes de hacerlo todo individualmente.



Osea la «co-competition», la unión de competidores que suma valor añadido y favorece al cliente. Y aquí Fakolith tiene mucho que aportar al sector.

En este mercado hay muchas innovaciones teóricas. Todos hablamos de fotocatalisis, de partículas nano, de materiales innovadores como el grafeno. Son tecnologías que a nivel de ensayo en laboratorio prometen importantes avances, pero a las que aún les queda mucho por demostrar. Una pintura no porque tenga alguna de estas tecnologías será mejor que otra que no disponga de ellas. Quizá sí o quizá no, pues en algunos casos son incluso contraproducentes.

En Fakolith entendemos estas nuevas tecnologías como posibles mejoras para nuestras pinturas y veladuras al silicato, y para nuestras pinturas de alta resistencia a la humedad y microorganismos. La base de una pintura sigue siendo la de siempre, y si no utilizamos materias primas de alta calidad, las innovaciones tecnológicas, en la práctica y más allá del marketing, no ofrecerán los resultados prometidos.

Finalmente, no quiero obviar un hecho evidente para todos los operadores. Muchos de los problemas y las limitaciones de este mercado vienen marcadas por el precio, que es claramente insuficiente para el último actor que efectúa la obra. En otras palabras, el valor ofertado de la obra no se corresponde en absoluto con el coste y margen suficiente para el actor. Resulta sorprendente que no estén mejor valoradas la prescripción técnica, la licitación y la adjudicación, en función del aporte de valor de cada una de las actuaciones.

Muchas veces también hay empresas que por desconocimiento del problema real, y posiblemente sin evaluar sus propias posibilidades, es decir, sin ni siquiera plantearse qué

hay que hacer ni con qué, aceptan realizar obras por un importe «X» de dinero. Y luego han venido los problemas, los recortes o los planes B y claro está, los fracasos.

Afortunadamente, ya existen muchos profesionales de arquitectura e ingeniería que tienen en cuenta que la renovación de una fachada requiere de un proceso complejo y del concurso de una empresa profesional de aplicación, y no sólo de un simple pintado. Y que si no se hace bien, habrá que rehacer todo en un breve plazo de tiempo a un coste mucho mayor. Tapar con pintura los problemas con la mejor pintura, sin tener en cuenta la solución de las patologías, no sirve de nada.

**Antonio Francés, Managing Director de Fakolith Chemical Systems**



# Sistemas el-lite de restauración protección y acabado de fachadas, patrimonio, obra civil

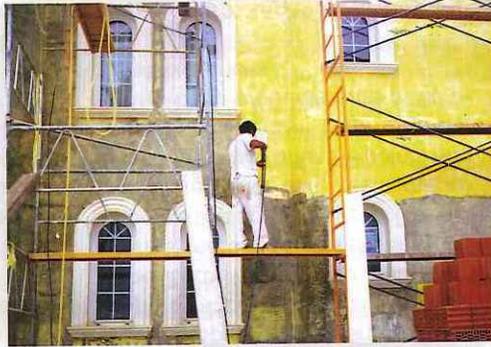
[www.fakolith.es](http://www.fakolith.es)



**FAKOLITH**  
chemical systems



**Limpiadores multifunción**



**Decapantes multicapa**



**Consolidantes minerales**



**Primers y puentes de unión**



**Morteros de restauración**



**Hidrofugantes polivalentes**



**Veladuras minerales al silicato**



**Pinturas minerales al silicato**



**Pinturas contra humedad**



**Limpieza-protección antigraffiti**



**Pigmento universal Mixol**

FAKOLITH CHEMICAL SYSTEMS



Síguenos también en



[www.youtube.com/fakolith](http://www.youtube.com/fakolith)



**PYME INNOVADORA**  
Válido hasta el 31 de diciembre de 2018



# Sistema El.lite de restauración, de **Fakolith**

Una adecuada restauración y mantenimiento de las fachadas exige la correcta preparación y protección de la base con sistemas de productos que aporten todas las soluciones. El **Sistema El-lite** de restauración y conservación de fachadas, patrimonio y obra civil contempla, en especial, las fases previas al pintado, y ha desarrollado innovaciones tecnológicas que responden a cada caso particular que se presenta. De poco sirve la mejor pintura del mejor fabricante si no se adecúa bien la base. Y si se hace bien, se conseguirá el mejor resultado con cualquier pintura de acabado de calidad.

El-lite contempla los principales pasos a la hora de restaurar una fachada y también cómo proteger bien las nuevas. Empezando por los limpiadores



polivalentes para eliminar la polución, suciedad industrial o grasa, óxido, cal, sales, etc. Y también decapantes de pinturas y limpiadores de graffitis. En definitiva, soluciones previas a patologías que hay que eliminar, para que el resultado sea óptimo. Tras la limpieza, hay que consolidar la base con con-solidantes minerales y/o sintéticos para obtener bases consistentes y preparadas para lo que proceda.

Si en el proceso de renovación o restauración se ha podido llegar a la base mineral, es esencial su hidrofugación tanto si se va a pintar como si no. Aquí se ofrecen unos innovadores hidrofugantes, oleo-retardantes y antigraffitis para todos los casos posibles. Son productos líderes y de gran eficacia por su formulación nanotecnológica. Y a la hora de pintar, **Fakolith** apuesta por pinturas y veladuras al silicato y pigmento

universales, así como pinturas especiales desarrolladas para solucionar graves patologías de mohos y microorganismos.

# Ligero crecimiento en un ejercicio continuista

El ligero crecimiento del mercado de la pintura el pasado año, en especial de la pintura decorativa, confirma la sensación de que (a diferencia de otros sectores económicos, e incluso de otros segmentos del sector químico) a la pintura le está costando más de lo esperado remontar los años de crisis. Existe una moderada confianza en que la recuperación continuará este año. Y que el sector puede mejorar levemente sus resultados gracias, entre otros factores, a la consolidación del consumo interno por el avance de la rehabilitación y el bricolaje. Pero la prudencia es, sin duda, el sentimiento generalizado, y solo en algunos segmentos de pinturas especiales reina un mayor optimismo. Los fabricantes son conscientes del impacto que provocará el aumento del coste de las materias primas. Y de la importancia estratégica que hoy en día tiene, para todos ellos, el



Montó

aumento de las exportaciones y poder realizar inversiones en I+D+i focalizadas, en buena medida, en el medioambiente y la salud. A todo ello hay que sumar las tradicionales complejidades «estructurales» de nuestro sector: los rápidos cambios del mercado, las crecientes exigencias regulatorias, la reducción de los márgenes o la creciente pugna entre la distribución especializada y las grandes superficies

## PREGUNTAS:

**1. ¿Cuáles son las perspectivas del mercado de la pintura en España este año 2017?**

**2. ¿Cuáles son los principales retos a los que se van a enfrentar los fabricantes de pintura?**

**Susana Luna, Consejera Delegada de Pinturas Blatem**



**1.-** El mercado de pinturas y barnices en España ha evolucionado de una forma levemente positiva durante el pasado año 2016. Y para este 2017 se espera un pequeño crecimiento motivado por la recuperación del consumo interno gracias a la actividad de los principales sectores demandantes de productos químicos como son la construcción (incluida la rehabilitación), las reformas, el automóvil o la industria agroalimentaria. El consumo particular también ha experimentado un pequeño repunte positivo gracias a la recuperación moderada de la demanda.

**2.-** Son muchos los desafíos a los que estamos expuestos todos los días sin necesidad de citar los ya clásicos. Como nuevos retos a los que hemos de dar respuesta, mencionaré los siguientes:

Las pinturas, barnices y tintas de imprimir se han ido convirtiendo en productos que requieren un gran desarrollo tecnológico para satisfacer las necesidades de nuestra sociedad. Por eso, la calidad de los productos y las innovaciones marcan la diferencia entre los fabricantes, representan una evidente ventaja para el consumidor, y merecen tener un papel principal cuando éste ejerce su decisión de compra.

Las exportaciones seguirán registrando una progresión positiva.

La concienciación medioambiental, unida a la limitación de uso de ciertas materias primas, más allá de sus obligaciones legales, para intentar elaborar cada día productos más respetuosos con el medio ambiente.

La complejidad de la legislación, ejemplo de ello es el cambio de etiquetado a CLP y la confección de fichas toxicológicas. También la legislación que incide sobre los envases como son las restricciones de Reach, los residuos de envases, el almacenamiento, el transporte de mercancías, los biocidas y un largo etcétera.

La expansión de la tecnología en base agua.

## Ramón Ferrer, Director Ejecutivo de Novasol Spray

**1.-** Creo que el aumento del precio de las materias primas sin duda va a afectar al sector de las pinturas y de una manera especial a nuestro subsector, el de las pinturas aplicadas con aerosol. Aunque en Novasol Spray pensamos que la demanda seguirá aumentando, ligeramente, como de hecho viene haciendo en los últimos años, también vemos de una forma muy clara una pérdida del margen de beneficios este año 2017 en relación al pasado ejercicio de 2016.

**2.-** Entiendo que el verdadero reto de este año 2017, para los fabricantes, será que logremos soportar el aumento del coste de las materias primas sin modificar los precios de venta. Para conseguir este objetivo nuestra única estrategia pasa por el desarrollo de productos nuevos y con mayor valor añadido, e invertirlo en los mercados que valoran esa diferencia.



## Cristina Riestra, Brand Manager en Xylazel

**1.-** El 2016 ha sido un año «plano» para el sector, pero en el caso de Xylazel hemos de decir que seguimos la tendencia de crecimiento de los últimos años y esperamos que siga siendo así durante este 2017. Posiblemente todos los indicadores de mercado y de consumo nos lleven a pensar que 2017 será un año continuista para el sector y en la línea de los últimos ejercicios. O lo que es lo mismo: con un crecimiento casi «plano». Es cierto que el mercado de la construcción y la vivienda de segunda mano se está recuperando, lo que no deja de ser una oportunidad. Pero no podemos olvidar que la pintura es un mercado maduro al que le cuesta encontrar fuentes de crecimiento que no vengan de la mano de desarrollos de I+D o tendencias en mercados extranjeros. Poner el punto de mira en los mercados exteriores, tanto desde el punto de vista de tendencia como de oportunidad, es y será sin duda uno de los grandes retos para éste y los años venideros.

**2.-** La fluctuación de las materias primas, tanto desde el punto de vista de disponibilidad como de precio, será sin duda un punto importante que incidirá directamente en los resultados del sector y en cada uno de los fabricantes que lo forman, tanto a nivel nacional como europeo y mundial. Y por otro lado, no podemos obviar el continuo cambio legislativo, que sigue siendo un factor

fundamental a la hora no sólo de desarrollar nuevos productos sino de conseguir que los ya existentes no desaparezcan por adaptaciones que en ocasiones no son factibles. Posiblemente, la contención que los fabricantes seamos capaces de realizar sea clave a la hora de manejar estos factores que fluctúan ajenos a nuestro control. Otro de los continuos retos a los que los fabricantes nos vemos sometidos es el mercado, que está cambiando constantemente las tendencias, los clientes y los consumidores, elementos que hacen que los fabricantes debamos investigar e innovar continuamente para poder cubrir las necesidades del mercado.



## Elena Sancha, Directora de Marketing de AkzoNobel España

**1.-** En el año 2016 se puso de manifiesto la capacidad de haber entendido que la situación podía cambiar, y de que para mirar hacia el futuro era muy importante contar con unas marcas y una compañía cuya estrategia se basa en tratar de vender cada vez más, satisfaciendo de la mejor manera posible al consumidor final. El inicio de cambio de tendencia que se quería impulsar en el mercado lo hemos conseguido. Y comprobamos, igualmente, que la gran mayoría de los clientes que decidieron apostar por todas las alternativas que les ofrecíamos el año pasado, también realizan un balance positivo a día de hoy. El balance de la evolución del mercado de la pintura decorativa en 2016 podemos calificarlo como «correcto». Fue un ejercicio que se comportó de forma muy diferente en los dos semestres del año, con una primera mitad en la que las ventas fueron muy positivas y una segunda en la que los volúmenes comenzaron a caer y las ventas a resentirse significativamente.

En esta situación, en AkzoNobel nos sentimos satisfechos porque nuestro crecimiento de este año nos reafirma que la estrategia emprendida es la adecuada.

**2.-** El nuevo año representa un nuevo reto que afrontaremos a través del desarrollo de nuevas soluciones ya que estamos muy comprometidos con el mercado, por su reactivación, para que crezca de forma coherente. Así se ha planteado un nuevo plan de lanzamientos y acciones para el año 2017 que podrían superar el éxito conseguido en el 2016. Y después de un año analizando las posibilidades, creemos que tenemos la fórmula para conseguirlo porque lo que traemos es una gran innovación en el sector.

Los fabricantes debemos seguir atentos a las tendencias para dar las mejores soluciones a los consumidores. Vemos que Internet sigue siendo un canal clave, dado que el consumidor investiga *online* y compra *offline*, y en este canal de comunicación somos líderes.

Además, el punto de venta debe despertar el interés por el color y la renovación en el mundo del bricolaje, y debemos ofrecer a nuestros consumidores una experiencia única de compra en el punto de venta.

Uno de los principales retos creo que es el regulatorio. Sea excesivo o no, es un hecho que hay que asumir. Creo que los fabricantes debemos medir bien nuestras capacidades prácticas y no teóricas. Con esto quiero decir que ya no vale «saber hacer», sino más bien «poder hacer bien y conforme a todas las regulaciones vigentes».



# Encuesta

## Antonio Francés, Managing Director de Fakolith Chemical Systems

**1.-** En términos generales creo que van a ser muy positivas y el cambio de tendencia, que ya se consolidó en 2016, deparará con certeza un nuevo crecimiento de nuestro sector en 2017. El sector de la pinturas va estrechamente ligado a la economía del país. Pinturas hay en todas partes, para todos los sectores, casi todo se pinta, y si la economía mejora nuestro sector también. Si bien la exportación ha sido una de las monedas de salvación de muchos fabricantes durante un largo periodo, el mercado nacional despierta y es la hora de atenderlo con plena dedicación, claro está que sin dejar de atender e incrementar el mercado exterior.

En nuestro caso, tenemos confianza especialmente en el crecimiento, en España, de las especialidades de pinturas de alto valor añadido que fabricamos. Los clientes e industriales son más conscientes de que las cosas bien hechas son más rentables. Se han vuelto más exigentes, analizan bien las opciones que tienen a la hora de pintar, y el precio, pese a que sigue siendo el factor principal de decisión, ya no es el único factor. El valor añadido empieza a jugar un rol importante en la toma de decisiones.

Y al igual que nuestra industria, los profesionales de la aplicación cada vez deben cumplir más normativas. Y esto también se traslada a los usuarios finales, especialmente en la pintura industrial, pues cada vez se preocupan más de que detrás de un producto haya un respaldo veraz que vaya más allá del marketing. Por otra parte, los sistemas de productos cada vez son más valorados, y esto hace que aparte de las pinturas finales, también entren en juego otro tipo de productos complementarios que se anexionan a nuestro sector haciéndolo cada vez más amplio.

**2.-** Uno de los principales retos creo que es el regulatorio; sea excesivo o no, es un hecho que hay que asumir. Creo que los fabricantes debemos medir bien nuestras capacidades prácticas y no teóricas. Con esto quiero decir que ya no

vale «saber hacer», sino más bien «poder hacerlo bien y conforme a todas las regulaciones vigentes». Fabricar un nuevo producto puede requerir grandes inversiones previas en I+D+i con gastos constantes en registros, ensayos, licencias, documentación técnica y de seguridad, adaptación y control de la producción, etc. Y todo esto hay que poder mantenerlo en un escenario muy cambiante y gestionarlo en el tiempo.

Sin duda Fakolith, al igual que otros fabricantes, tiene conocimientos para poder fabricar muchas otras gamas de productos, pero hemos decidido centrarnos en aquello en lo que llevamos investigando muchos años, tanto a nivel técnico como legislativo.

Por otra parte, el valor añadido que rodea al producto es cada vez más importante y desde Fakolith, con nuestra filosofía de Solución Total, aportamos a nuestros clientes los servicios adicionales que necesita, especialmente en cuanto a prescripción técnica, cálculo de presupuestos, formación, informes, muestras, planificación, soporte web, etc. Evidentemente, todo ello tiene un elevado coste para el fabricante, pero en nuestra compañía siempre lo hemos asumido como necesario en el tipo de sistemas de productos que desarrollamos.

## Belén Núñez, Responsable de Marketing de CEDRIA

**1.-** Si atendemos explícitamente al mercado de los productos para la protección y decoración de la madera, pienso que las perspectivas de este mercado son de crecimiento generado sobre todo por el aumento que se registra en el uso de la madera como material constructivo por sus características mecánicas y de sostenibilidad, y que están muy en línea con las últimas tendencias en decoración y construcción.

**2.-** Los principales retos a los que tienen que hacer frente los fabricantes de pintura son seguir mejorando la tecnología «al agua» hasta conseguir su total implantación en detrimento de los productos al disolvente. Y en otro orden de cosas, colaborar en la eliminación de la innegable guerra que existe entre el canal de distribución especialista y las cadenas *hard discount*. Para lograr estos objetivos, creemos en la especialización del distribuidor: a título personal, con más formación, y también con la colaboración de marcas especialistas.

## Isolina Espinosa, Técnico del Área de Marketing y Comunicación de Baixens

**1.-** Si bien es cierto que los tres últimos ejercicios se han saldado con un balance positivo en el sector de la construcción en Europa, la realidad es que todavía nos encontramos en un periodo de transición tras haber soportado una crisis desgarradora. Como es evidente, el sector de las masillas y enlucidos se ha resentido mucho ante esta coyuntura, y aunque las expectativas depositadas en la construcción como *tractor* de la economía española son optimistas, todavía debemos ser muy prudentes a la hora de estimar cuál será la evolución del consumo en el presente año y cómo repercutirá en el sector de la química de la construcción.

Lo que sí es una realidad es que el mercado de la rehabilitación, la reforma y el *hazlo tú mismo* están insuflando algo de oxígeno a esta dura remontada. Además, los datos objetivos que arrojan la mayoría de los informes sectoriales nos permiten tener confianza en que se trata de una tendencia positiva sostenida en el tiempo.

**2.-** Como líder en el mercado de la preparación, la renovación y la decoración de superficies de interior y exterior, sabemos que la I+D+i es el principal reto al que debemos enfrentarnos los fabricantes. Pero no solo en estos momentos de leve crecimiento. Desde nuestros orígenes hace casi cincuenta años, la innovación como valor añadido de nuestros productos ha sido nuestro motor de crecimiento. Conseguir acabados decorativos de altísima calidad requiere una preparación exquisita del soporte. En Baixens somos expertos, contamos con una sólida trayectoria y con productos innovadores y de confianza que proporcionan soluciones sencillas y polivalentes que marcan la diferencia. Hoy por hoy, además, no podemos olvidarnos de que el cliente final es cada vez más experimentado y, por lo tanto, más exigente, marca las tendencias y lo hace a un ritmo muy rápido.

