

El azulejo en Estados Unidos

A. CIFRAS CLAVE

Valor de las importaciones de azulejo en EE. UU. (2023)	Porcentaje de producción nacional sobre el consumo en volumen (2023)	Porcentaje de importaciones sobre el consumo en volumen (2023)	Número de empresas españolas exportadoras de productos cerámicos a EE. UU.
2.017,23 MUSD	30,13 %*	69,87 %*	+/-110
Valor de las importaciones españolas de azulejo de EE. UU. (2023)	Cuota de mercado de España en valor sobre importaciones totales (2023)	Principales orígenes de las importaciones (2023)	Principales empresas por ventas en 2023
482,17 MUSD	23,90 %	Italia, España, México, Turquía, India	Daltile, Am. Olean, Shaw, Emser Tile y Marazzi

*Datos actualizados hasta el tercer trimestre de 2023 (Tile Council of North America - TCNA, 2024).

Fuente: United States International Trade Commission (USITC), 2024.

- Importaciones de azulejo de EE. UU. en 2023: 2.017,23 MUSD y 185,76 millones de m².
- Descenso de las importaciones de EE. UU. (2022-2023): 8,37 % en valor y 8,20 % en volumen.
- Importaciones de EE. UU. procedentes de España en 2023: 482,17 MUSD y 32,38 millones de m².
- Descenso de las importaciones de EE. UU. procedentes de España (2022-2023): 11,49 % en valor y 19,19 % en volumen.
- Cuota de mercado de España en valor en 2023: 23,90 %, en segundo lugar, por detrás de Italia (29,15 %).
- La cuota de mercado de España en volumen en 2023: 17,43 %, en segundo lugar, por detrás de la India (20,25 %).
- Precio medio de importación en 2023: 10,86 USD/m². Descenso del precio del 0,18 % respecto al 2022.
- Precio medio de importación de azulejo español en 2023: 14,89 USD/m². Incremento del 9,49 % respecto al 2022.
- Principales puertos de entrada de las exportaciones españolas: New York (19,46 %), Houston-Galveston (16,79 %) y Miami (16,17 %).

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición del sector del azulejo en Estados Unidos

Dentro del sector de revestimiento de suelos en Estados Unidos encontramos diferentes materiales entre los que destacan significativamente la madera, el azulejo, el vinilo de lujo y la moqueta. El azulejo, ocupa el tercer lugar tanto en términos de volumen como de valor, por detrás de la moqueta y el vinilo de lujo.

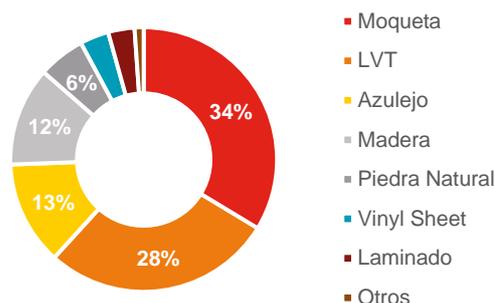
La moqueta ha sido y sigue siendo el material más usado, aunque este material ha experimentado un descenso continuado en la última década en términos de volumen y valor. De acuerdo con el último informe estadístico publicado por *Floor Covering Weekly* (FCW) y con los últimos datos disponibles, la moqueta ha reducido sus ventas un 2,6 % en términos de valor respecto al año 2021. Si nos centramos en el volumen, se ve reflejada la misma tendencia con un descenso del 11,1 %.

La categoría del vinilo de lujo es la que sigue experimentando un mayor aumento de ventas en el mercado estadounidense. En los últimos 5 años, las ventas han experimentado un incremento del 160 % y en 2022 crecieron un 21,1 % respecto al año anterior con unas ventas de 10.540 MUSD. Este crecimiento le permite consolidar la segunda plaza en ventas de materiales de revestimiento de suelos.

El azulejo, tras la ralentización que tuvo en el año 2020, lleva tres años consecutivos experimentando un crecimiento de ventas tanto en términos de valor como de volumen. Así pues, según los últimos datos disponibles, las ventas de cerámica aumentaron un 14,2 % respecto al 2021, alcanzando unas cifras de 4.767 MUSD y unas ventas de 1.082 millones de metros cuadrados.

Las ventas de madera, por su parte, han crecido un 7,3 % respecto al año 2021 en términos de valor y siguen consolidando su crecimiento desde 2020. En cuanto al volumen, ha mostrado una tendencia inversa, ya que ha sufrido una ralentización de las ventas con un descenso del 4,5 %.

DESTINO FINAL DEL AZULEJO EN EE. UU.

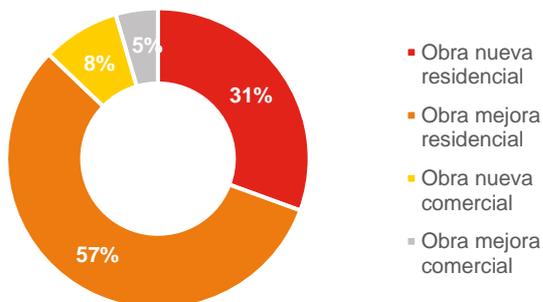


Fuente: RēCo Floor Covering Weekly (2023).

B.2. Tamaño del mercado

Según datos del Tile Council of North America (TCNA), en el tercer trimestre de 2023, el consumo de azulejo en EE. UU alcanzó los 202,71 millones de metros cuadrados. Esto supone un descenso de un 8 % con respecto al mismo periodo del año anterior, cuando fue de 220,43 millones de metros cuadrados.

DESTINO FINAL DEL AZULEJO EN EE. UU.



Fuente: RēCo Floor Covering Weekly (2023).

La producción nacional cubre sólo un 30 % del consumo total de azulejo en EE. UU. El tercer trimestre de 2023, se produjeron nacionalmente 61,07 millones de metros cuadrados, mientras que las importaciones para el mismo periodo fueron de 141,64 millones de metros cuadrados. Tras dos años de subida, la producción nacional vuelve a la tendencia negativa de los últimos años, con un descenso de un 2,26 % con respecto al 2022, afectada, en parte, por el descenso de la actividad en el sector.

Las exportaciones también se redujeron en un 1,8 %, siendo los principales destinos Canadá, con un 63,1 % y México, con un 22,6 %.

Cada año, la revista FCW publica un informe de mercado realizado por The Wayman Group llamado RēCo. Según el informe, este año, más de la mitad del consumo de azulejo en EE. UU. tiene como destino el

sector de la mejora residencial, seguido por las nuevas obras residenciales. En menor cuota, se destina a obras nuevas comerciales o remodelaciones comerciales.

B.3. Importaciones de baldosas cerámicas

El mercado estadounidense de baldosas cerámicas ha sido históricamente netamente importador. De hecho, según datos del TCNA (2023), las importaciones cubrieron en torno al 70 % del consumo en 2023. Esta situación se da desde hace más de 10 años, aunque en los periodos anteriores a 2008, podían llegar a superar el 80 %.

El valor de las importaciones totales ascendió a 2.017,23 MUSD, lo que significó un descenso del 8,37 % con respecto a los 2.201,46 MUSD importados en 2022. En cuanto a volumen, se importaron 185,76 millones de metros cuadrados en 2023, mientras que en 2022 el volumen importado fue de 202,36 millones de metros cuadrados, lo que supone un descenso del 8,20 %.

Estos datos contrastan con los que se venían obteniendo tras la pandemia, cuando se había experimentado un crecimiento de las importaciones de un 35,65 % entre el año 2020 y 2022. La revista FCW expone los siguientes factores como causantes de este descenso en las importaciones:

Por un lado, el aumento de las tasas de interés y precio de las hipotecas ha supuesto una reducción de la compra de vivienda. Esto, en consecuencia, afecta al gasto en remodelaciones, sobre todo residenciales. Otro factor que provoca la falta de crecimiento en el sector del azulejo es la necesidad de una mano de obra altamente cualificada para su instalación, lo que supone una desventaja frente a sus principales sustitutos.

B.4. Importaciones por países

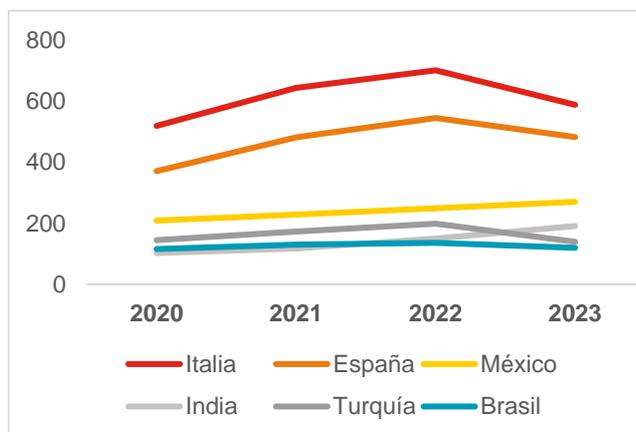
Del valor total de las importaciones de azulejo a Estados Unidos, Italia y España son el origen de más de la mitad, concretamente, un 53 %. Italia exportó, en 2023, 587,97 MUSD y España, 482,17 MUSD. El tercer exportador ha sido México, con 270,37. Las siguientes posiciones suelen variar entre la India, Turquía y Brasil

Italia lleva 5 años posicionándose como el primer país de origen, con una cuota de mercado del 29,15 % en 2023.

España, por su parte, ha aportado el 23,90 % de las importaciones totales de EE. UU., disminuyendo su cuota por primera vez en los últimos 5 años.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE AZULEJO EN EE. UU.

En millones de USD



Fuente: United States International Trade Commission, USITC (2024).

IMPORTACIONES DE AZULEJO EN EE. UU. POR PAÍSES DE ORIGEN

En millones de USD

	2020	2021	2022	2023
Italia	518,76	642,94	700,78	587,97
España	370,72	480,89	544,78	482,17
México	208,96	228,63	249,64	270,37
India	102,65	117,89	150,18	191,23
Turquía	144,80	173,44	198,78	139,40
Brasil	115,82	130,55	136,03	119,62
Vietnam	12,44	23,07	25,20	46,15
Tailandia	13,26	26,77	27,52	28,42
Malasia	18,41	22,72	28,58	21,98
Marruecos	5,73	10,76	15,70	18,09
Japón	14,53	18,35	20,90	17,98
Perú	16,86	13,08	14,75	17,03
Portugal	15,11	18,11	18,16	14,86
Colombia	5,29	5,04	7,98	14,24
Alemania	7,77	9,14	9,82	10,64
Total	1.623,31	1.979,84	2.201,46	2.017,23

Fuente: United States International Trade Commission, USITC (2024).

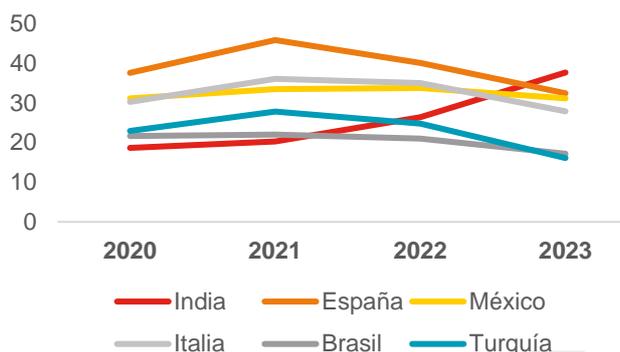
Los principales países exportadores de azulejo a Estados Unidos en términos de volumen han sido la India, con 37,62 millones de metros cuadrados; España, con 32,38; y México, con 31,11.

La India, que encabeza la lista con un 20,25 % de cuota de mercado, ha aumentado un 42,61 % los metros cuadrados exportados a Estados Unidos desde el periodo anterior. Cabe mencionar, también, el incremento del 91,47 % que ha experimentado Vietnam.

España, por primera vez en los últimos 4 años, pasa a la segunda posición, con una cuota de mercado del 17,43 %.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE AZULEJO EN EE. UU.

En millones de m²



Fuente: United States International Trade Commission, USITC (2024).

IMPORTACIONES DE AZULEJO EN EE. UU.

En millones de m²

	2020	2021	2022	2023
India	18,64	20,23	26,38	37,62
España	37,51	45,79	40,07	32,38
México	31,13	33,40	33,71	31,11
Italia	30,20	36,02	35,00	27,84
Brasil	21,61	21,98	21,00	17,17
Turquía	22,92	27,78	24,76	16,08
Vietnam	1,55	2,91	3,75	7,18
Perú	4,60	3,44	2,68	3,32
Malasia	2,77	2,88	3,81	2,99
Colombia	1,27	1,21	1,60	2,66
Tailandia	1,06	1,71	1,67	1,82
Portugal	1,39	1,77	1,55	1,19
Ecuador	0,74	0,75	0,81	0,90
Japón	0,44	0,60	1,00	0,60
Alemania	0,42	0,46	0,45	0,52
Total	181,83	206,72	202,36	185,76

Fuente: United States International Trade Commission, USITC (2024).

B.5. Precios de importación

En 2023, el precio medio de importación a Estados Unidos del metro cuadrado de azulejo se estableció en 10,86 USD, prácticamente igual que el del año anterior, cuando fue de 10,88 USD. Se pueden apreciar diferencias entre los principales países que más exportan a EE. UU.: mientras España e Italia aumentan sus precios, los países que más crecen en volumen, los bajan ligeramente para lograr una mayor cuota de mercado.

De los seis principales proveedores, México es el que más ha subido sus precios, con un aumento del 17,4 % con respecto al 2022. Por su parte, Italia ha aumentado un 5,55 %, mientras España ha aumentado un 9,5 %, y acumula un aumento del 50,71 % desde 2020.

Por su parte, la India ha disminuido su precio en un 10,7 %. Al igual que Vietnam, que también ha disminuido sus precios, las importaciones en volumen provenientes de estos países crecen más que el valor de estas.

PRECIO MEDIO DE IMPORTACIÓN POR PAÍS

USD por m²

	2022	2023	Variación 22/23
Italia	20,02	21,12	5,5 %
España	13,6	14,89	9,5 %
México	7,4	8,69	17,4 %
India	5,69	5,08	-10,7 %
Turquía	8,03	8,67	8,0 %
Brasil	6,48	6,97	7,6 %

Fuente: United States International Trade Commission, USITC (2024).



C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Estados Unidos ha sido siempre uno de los principales destinos de las exportaciones españolas de azulejos. En particular en el periodo 2020-2023 las importaciones procedentes de España han crecido a un ritmo acelerado en valor, en concreto un 30 %, a pesar del decrecimiento presentado en términos de volumen del 13,68 %, frente al crecimiento medio del 24,26 % en valor y del 2,6 % en volumen del total de los países.

En 2023, España se posiciona como el segundo país de origen de las importaciones de Estados Unidos tanto en valor (492,41 MUSD) como en términos de volumen (32,38 millones de m²), situándose por detrás de Italia y la India, respectivamente. Las importaciones procedentes de España descendieron un 11,49 % en valor y un 19,19 % en volumen en el periodo 2022-2023.

La nota positiva la pone el precio, que, con aumentos consecutivos los últimos cuatro años, ha acumulado un crecimiento del 50,7 % (período 2020-2023). Además, España mantiene un precio medio de importación (14,89 USD/m²) por encima del precio medio del resto de países (10,86 USD/m²) en el año 2023.

En conclusión, Estados Unidos, según datos de las Estadísticas Españolas de Comercio Exterior (ESTACOM), es desde 2020 el primer destino para las exportaciones españolas de azulejo. El sector azulejero español mantiene una posición sólida en el mercado estadounidense, a pesar del último descenso de las importaciones en valor y volumen.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

El mercado del azulejo estadounidense sigue siendo un mercado de oportunidad. A pesar de la popularidad que tiene la moqueta y, de la irrupción y rápido crecimiento del vinilo en el mercado por sus bajos precios, Estados Unidos se convierte, un año más, en el mayor importador de pavimentos y revestimientos cerámicos del mundo, representando, según los últimos estudios de Trade Map, el 12,6 % de las importaciones mundiales.

Los revestimientos cerámicos siguen contando con importantes ventajas que hacen que continúe siendo el suelo preferido para superficies de baño, como es su facilidad de limpieza, su resistencia y su bajo nivel de absorción de agua. Todo ello hace que los consumidores perciban el azulejo como un material muy higiénico.

La sostenibilidad medioambiental de la cerámica y su no emisión de VOC (*Volatile Toxic Compounds*), es también un factor que gana popularidad entre los consumidores y supone una ventaja y oportunidad para el sector cerámico.

Por otro lado, el sector de la construcción estadounidense sigue en auge, creciendo un 7,4 % en el año 2023, si bien impulsado por los segmentos de infraestructuras e institucional. De entre los segmentos más relacionados con la demanda de azulejos, el inmobiliario comercial es el que mostró más pujanza en el pasado ejercicio, mientras que la construcción residencial experimentó un descenso del 3 % de enero a agosto (Deloitte). Tras la caída causada por la COVID-19, el sector remontó, marcando unas cifras históricas en gasto en construcción en 2021 y hasta agosto de 2022. Sin embargo, desde entonces, en el contexto del aumento de las tasas de interés debido al endurecimiento de la política monetaria de la Reserva Federal, el mercado de construcción residencial sufrió una importante caída de la que se está recuperando lentamente aún.

Otra ventana de oportunidad para el sector azulejero en los últimos años se está dando a través del avance tecnológico en los productos y su diseño. Asimismo, se puede destacar la buena percepción que están teniendo en el mercado tecnologías como las impresiones digitales y el suelo radiante.

A pesar de los contratiempos generados por la crisis de la COVID-19 en el sector del azulejo, en lo que respecta a la logística y el transporte, Estados Unidos ha recuperado gradualmente los niveles prepandémicos. No obstante, las consecuencias de la guerra de Ucrania y la incertidumbre económica han disparado los costes de la energía y otras materias primas, afectando a actividades intensivas en energía como lo es el sector de la cerámica.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

El canal de distribución del sector de los pavimentos y revestimientos cerámicos ha sufrido diversas transformaciones en los últimos años. En su mayoría, las marcas nacionales realizan por su cuenta el proceso de distribución de los diferentes productos, de esta forma pueden mantener un mayor control en la cadena. De esta

manera, el sector tiende a una mayor concentración, con pocos distribuidores, pero de mayor tamaño, y con un mayor número de sucursales o puntos de distribución.

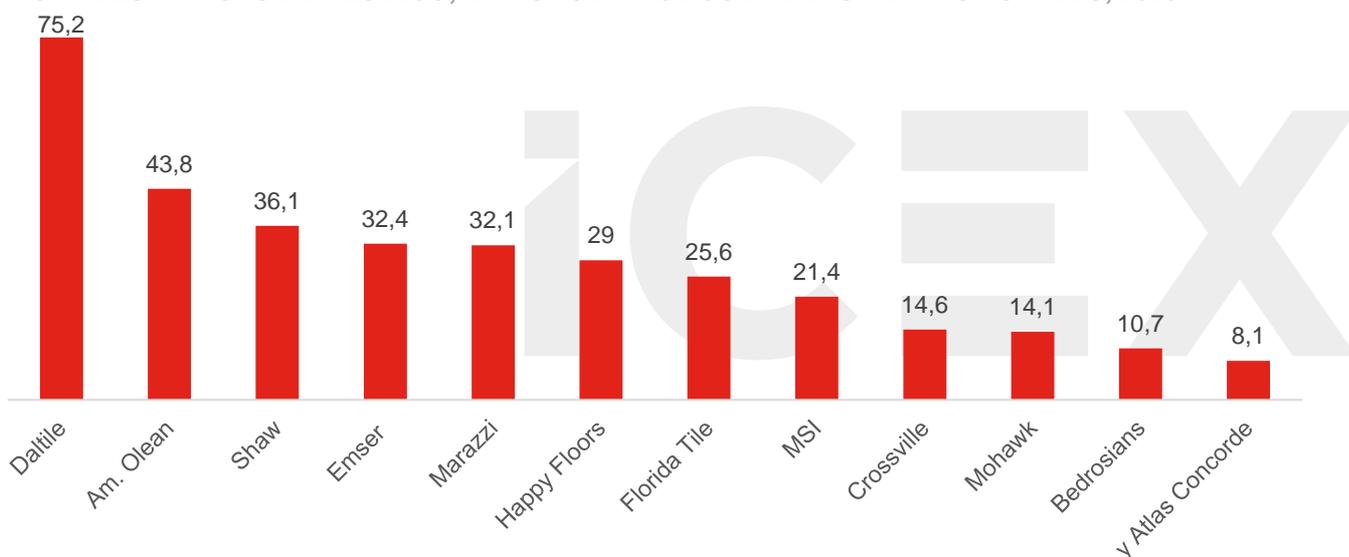
Según una encuesta anual realizada a 615 minoristas del sector del suelo, publicada en 2023 por FCW, el 59,2 % de las compras de baldosas cerámicas de los minoristas en Estados Unidos se realizaron de forma directa a los proveedores, frente al 60,5 % en 2022. El resto de las compras se efectuaron a distribuidores locales de azulejo (23,7 %), a distribuidores locales de suelo (11,1 %) y a agentes de los proveedores (6 %). Respecto a los últimos cuatro años, la tendencia en el azulejo es el suministro directo a través de centros de distribución de cada empresa.

Como referencia, el producto cerámico importado por Estados Unidos de España tiene la siguiente distribución geográfica, según puertos de entrada: Nueva York (19,46 %), Houston-Galveston (16,79 %), Miami (16,17 %), Los Angeles (14,01 %) y Savannah (13,48 %). Estos cinco puertos abarcan casi el 80 % del total de las importaciones en 2023 desde España.

Actualmente, para poder acceder o consolidarse en el mercado estadounidense, se debe buscar un enfoque dirigido a la gama alta en el canal minorista y penetrar en la construcción comercial a través de diseñadores y arquitectos.

Según una encuesta realizada a minoristas publicada en el último informe *RēCo Market Intelligence Report* de FCW, las principales marcas en términos de ventas en 2023 fueron las siguientes:

PRINCIPALES MARCAS DE AZULEJO, EN PORCENTAJE SOBRE LAS VENTAS TOTALES, 2023



Fuente: *RēCo Floor Covering Weekly* (2023).

Daltile, como en los últimos tres años, ha logrado mantener una posición predominante en el mercado.

Asimismo, el azulejo español cuenta con el apoyo para la promoción del sector en Estados Unidos de la Oficina Económica y Comercial en Miami, de ICEX España Exportación e Inversiones y de la Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos (ASCER), las cuales, entre otras actividades, implementan las acciones dirigidas a la promoción de la marca *Tile of Spain*.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Según el Sistema Armonizado Americano (*Harmonized Tariff Schedule – HTS*), los **aranceles** aplicables al sector están entre el 8 % y el 10 %, dependiendo de la posición arancelaria. Estos se pueden consultar en el siguiente enlace: <https://hts.usitc.gov/?query=6907>.

En el sector azulejero de Estados Unidos podrían considerarse como barreras de entrada no reglamentarias, la necesidad del mercado de contar con profesionales expertos en la instalación del material, frente a la casuística de otros materiales como el vinilo, de fácil instalación por el propio consumidor.



E.3. Ferias

Ferias	
Coverings – The Global Tile & Stone Experience: www.coverings.com	The Kitchen and Bath Industry Show (KBIS): www.kbis.com
The International Surface Event: www.intlsurfaceevent.com	American Institute of Architects (AIA) Expo: www.conferenceonarchitecture.com
International Builders Show: www.buildersshow.com	NeoCon: www.neocon.com
HDExpo: www.hdexpo.com	

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

Asociaciones	Publicaciones
TCNA-Tile Council of North America: www.tcnatile.com	<i>Floor Coverings News</i> : www.fcnews.net/
CTDA-Ceramic Tile Distributor Association: www.ctdahome.org	<i>Floor Covering Weekly</i> : www.floorcoveringweekly.com
NTCA-National Tile Contractors Association: www.tile-assn.com	<i>Floor Focus</i> : www.floordaily.net/floorfocus/
Tile Contractors Association of America Inc: www.tcaainc.org	<i>Stone World</i> : www.stoneworld.com
WFCA-World Floor Covering Association: www.wfca.org	<i>Floor Trends Magazine</i> : www.floortrendsmag.com
NAFCD-National Association of Floor Covering Distributors: www.nafcd.org	<i>Home Center News</i> : www.homechannelnews.com
CTIOA-Ceramic Tile Institute of America Inc: www.ctioa.org	<i>Tile Letter</i> : www.tile-assn.com
NAHB-National Association of Home Builders: www.nahb.com	<i>Flooring Magazine</i> : www.flooringmagazine.com/
AIA-American Institute of Architects: www.aia.org	<i>Tile Dealer Magazine</i> : www.ctdahome.org
ASID-American Society of Interior: www.asid.org	<i>Architectural Record</i> : www.archrecord.construction.com
ASTM-American Society for Testing and Materials: www.astm.org	<i>Interior Design</i> : www.interiordesign.net
CSI-Construction Specifications Institute: www.csinet.org	<i>The Architect's Newspaper</i> : www.archpaper.com
	<i>Custom Home</i> : www.hanleywood.com/

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Miami** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Estados Unidos**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Estados Unidos, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

2655 Le Jeune Road, Suite 1114
Coral Gables
Miami 33134 – Estados Unidos
Teléfono: +1 (305) – 446 – 4387
Correo electrónico: miami@comercio.mineco.es
<http://estadosunidos.oficinascomerciales.es>

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](#)

INFORMACIÓN LEGAL: 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.

AUTORES

Ana García Ballester
Julen Iruretagoyena Casco
Alejandro Rovatti Bovea

Oficina Económica y Comercial de España en Miami

miami@comercio.mineco.es

Fecha: 18/4/2024

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

NIPO: 22424012X

www.icex.es

