

Miguel Ángel Soro, **Presidente de la Federación Nacional de Empresarios Pintores - ANSPI**

En los últimos meses, todos los medios de comunicación se han hecho eco de la falta de mano de obra cualificada en muchos sectores y, en concreto, en el de la construcción del que forma parte la pintura. A pesar de la pandemia, o como consecuencia de ella, la carga de trabajo en el sector de la pintura ha aumentado de forma considerable y



se prevé que aún lo hará más gracias a los estímulos económicos que existen y las subvenciones que se van a incrementar en el sector de la rehabilitación. Sin embargo, nos encontramos frente a dos graves problemas: la escasez de mano de obra especializada y el fuerte incremento de precios que están experimentando las materias primas. A pesar de ello, los precios de mercado por metro cuadrado de los trabajos de pintura no han subido al mismo

ritmo que lo han hecho los costes, tanto de materiales como de mano de obra. Sin embargo, en nuestro sector esta ley parece no cumplirse ya que los precios que manejamos siguen siendo los mismos que hace años, a pesar del incremento de los costes. Este es un buen momento para plantear si debemos empezar a valorar más nuestro trabajo y actualizar nuestros precios, adaptándolos a la realidad del sector. Recuperar el margen que hemos venido perdiendo desde la crisis económica del 2008 contribuirá a dignificar nuestro oficio, lo que entre otras cosas significa conseguir un salario digno tanto para el trabajador asalariado como para el autónomo. Sólo de esta forma podremos volver a atraer a la pintura a esa mano de obra joven que nuestro gremio tanto necesita.

Frédéric Ligeour, **Director General de V33 España**

Desde la compañía V33 hemos advertido que el año ha empezado muy lentamente. Incluso si tenemos en cuenta la tormenta Filomena en la comunidad de Madrid, que bloqueó durante una semana la ciudad y sus alrededores a principios de enero de 2021, la primera quincena de enero 2022 fue peor. Sin embargo, hemos podido cerrar el mes al mismo nivel que en 2021. En cuanto a las perspectivas de este año, es difícil prever cómo evolucionarán las cosas. Primero, dependerá del precio y abastecimiento de las materias primas. Si seguimos en esta situación de incertidumbre, será complicado crecer. Segundo, la reactivación de la economía gracias al consumo es fundamental y la clave será la inflación. Parece que está empezando a bajar pero hemos de confirmar esta tendencia (el IPC bajó medio punto: 6% en enero vs 6,5% en diciembre). Dependerá del precio de la energía y de la repercusión de los incrementos de precio de los fabricantes al consumidor final. Tercero, tenemos un histórico muy bueno en el primer semestre de 2021 y será difícil mejorar estas cifras.

Por el confinamiento y lo que llamamos el «efecto COVID positivo» hubo una explosión de los trabajos de bricolaje y se notó mucho en las ventas de febrero a mayo 2021. Aun así, nosotros somos positivos, vemos que la pandemia sigue, pero se está empezando a normalizar la situación. Esperemos a crecer y cumplir las expectativas en el año 2022.



José Luis Díez, **Director General de la Asociación Española de Fabricantes de Pinturas y Tintas de Imprimir - ASEFAPI**

Tras los últimos años marcados por circunstancias excepcionales, el sector afronta un nuevo ejercicio en el que muchas de las trabas que han marcado este período continúan sin estar resueltas. Manteníamos, no obstante, una visión optimista en la certeza de que nos encontrábamos en línea de mejora cuando ha llegado el conflicto en Ucrania. Los productos del sector dependen de la evolución de los sectores demandantes de nuestros productos: construcción, automóvil, alimentación. Y el resultado del año 2022 para las empresas va a depender en gran medida de la evolución de las materias primas. La situación actual no ayuda al optimismo con unos costes energéticos disparados y ahora con conflictos geopolíticos. Por el momento, existe una gran preocupación sobre los resultados de las compañías. La dependencia de las materias primas de Oriente nos obliga a permanecer a la espera de la evolución de la producción y demanda de China. De hecho, estamos en una situación inflacionaria a la que los sectores no están habituados. Y hay que añadir los nuevos costes que supone la legislación, sin olvidar otros costes como la energía, el transporte, los salarios, etc. que parecen estar más olvidados. Entre los factores que quedan, se encuentran las baterías legislativas que bajo la excusa de la transformación ambiental van a complicar la actividad industrial europea y nacional. Igualmente, la pérdida de flexibilidad laboral y el incremento de los costes de mano de obra. Estos elementos nos afectan directa e indirectamente al ser muchos sectores demandantes de nuestros productos muy dependientes de ellos. Adicionalmente, nos encontramos ya con dificultades de los profesionales cualificados en profesiones clave como conductores, pintores, albañiles y otros muchos oficios. Se estima que el segundo trimestre podría mostrar signos de parón económico. El escenario es de gran incertidumbre ya que cada día se producen nuevas noticias. También se reportan problemas en el transporte y faltan camiones disponibles. Y es importante que los fondos *next generation* lleguen lo antes posible. Así pues, se estima que el 2022 será un año complicado. Afortunadamente, las empresas españolas de nuestro sector han demostrado estar preparadas para afrontar las dificultades y disponen de capacidad, conocimiento y capital humano de gran valor.



ENCUESTA

José María Llamas, Director Comercial y de Marketing de Ibersa Pinturas

Tras dos años llenos de turbulencias y situaciones anómalas, este ejercicio de 2022 parece que vuelve a posicionarse como un año lleno de retos y desafíos. Por un lado, la ya interiorizada situación pandémica, con el estrés laboral generado y la incógnita sobre lo que pasará con el comportamiento del cliente particular durante este año 2022. Además, parece que seguiremos con dificultades en la cadena de suministro.

El escenario inflacionista y de escasez de materias primas nos acompañará durante la primera parte del año y



es posible que la situación se alargue durante todo el ejercicio. El retraso continuado en la entrega de cualquier tipo de materia prima o complemento, sin una previsión clara de los plazos de suministro, dificulta la planificación de la producción pudiendo generar tensiones comerciales con nuestros clientes finales. Si además

Omicron impacta en China de la misma forma que lo ha hecho en Europa en los últimos dos meses, y se ven obligados a confinar ciudades, el impacto en las cadenas de suministro de todos los fabricantes de pintura puede ser enorme.

No hay que olvidar tampoco que la incertidumbre en la evolución del coste de la energía es máxima, ya que si bien desde el Gobierno de España se insiste en que la cuestión es un tema coyuntural y temporal no parece que sean capaces de solucionarlo a corto plazo, con el impacto que eso tiene en los precios del sector. Por último, la inestabilidad política en los países del Este con la crisis de Ucrania, así como las derivadas a nivel mundial que puede causar este conflicto, son otra variable que puede desestabilizar el año 2022. Todo ello hace que nos enfrentemos a un escenario en el que, más que nunca, las empresas deberemos ser capaces de adaptarnos -prácticamente sin tiempo para planificar de una manera lógica y ordenada- a todas las circunstancias anteriormente comentadas. Y en que el rigor, la profesionalidad, la atención especializada a los clientes y el cuidado de nuestro capital humano deben ser las guías que nos permitan llegar más lejos.

Antonio Francés, CEO de Fakolith Chemical Systems

A las dificultades ya conocidas como consecuencia de la pandemia se ha unido ahora la dramática situación en Ucrania, y cuando pensábamos que progresivamente los problemas de costes, disponibilidad y logística se estabilizarían progresivamente, un nuevo escenario nos amenaza a todos. Claro está que el drama humano se sitúa por encima de todo, y que en comparación el resto de los problemas son relativos. En cualquier caso, la incertidumbre ha pasado a ser un KPI (Indicador Clave de Desempeño) constante que hay que asimilar como permanente.

En nuestro sector, raro es el día en que no nos sorprende alguna nueva barrera. Nuestros equipos bien lo saben y deben estar preparados para lidiar con lo que venga. Por otra parte, es necesario que nuestro sector se posicione cada día mejor, en general y dentro de la industria química, y ponga en valor ante los consumidores y clientes lo que en realidad representa la industria de las pinturas y recubrimientos. En nuestro país hay excelentes profesionales y en toda nuestra cadena de valor hay empresas de todos los tamaños. Todos ellos desarrollan, venden, asesoran y aplican productos y soluciones que comportan un gran esfuerzo investigador, manufacturero y tecnológico. Somos uno de los sectores sometidos a un mayor grado de exigencias en el cumplimiento de infinidad de requisitos regulatorios, medioambientales, de seguridad y salud, de sostenibilidad, etc. Y pese a ello, en muchos foros aún se contempla a la industria química en general, y a los materiales plásticos, bajo un engañoso e inmerecido sentido negativo. Es necesario recordar que la química es la base de nuestra existencia pues química es todo, tanto lo natural como lo sintético, lo biodegradable y lo reciclable, y química somos todos y todo lo que nos rodea. Se trata de hacer un buen uso del conocimiento, y en nuestro sector lo hacemos pese a las barreras que nos imponen.



La química de nuestros recubrimientos, cada día más sostenibles en toda la cadena de valor, facilita que muchos otros sectores y productos puedan ofrecer destacadas prestaciones funcionales, decorativas o tecnológicas. Hemos de poner en valor que los recubrimientos, no por ser el último eslabón de muchos productos y superficies, sea el menos importante. Debemos trabajar para poder hacer visible esta realidad ante el consumidor, y progresivamente llevar a nuestros productos a una zona de mercado con una percepción de un más que merecido mayor valor añadido. El sector de las pinturas en nuestro país está integrado por equipos, productos y empresas de alto valor pero falta que, en general, se perciban como tal. La industria cosmética sería un buen ejemplo. Si entre todo nuestro sector conseguimos progresivamente esta meta, la incertidumbre y las circunstancias del entorno que puedan venir tendrán mejor solución.

Evidentemente frente a los acontecimientos en Ucrania las prioridades pueden cambiar de hoy para mañana, por lo que desde **Fakolith** deseamos a todos los integrantes de nuestra cadena de valor que entre todos podamos solucionar las dificultades que vengan. Y que el año 2022 acabe deparándonos nuevas oportunidades en un entorno de paz.

ENCUESTA

Marc Dalmases, Director Comercial de España y Portugal de Montana Colors



El inicio de los años 2020 y 2021 ha sido completamente sorprendente e inestable debido al covid 19. En 2022 esperamos que poco a poco todo vaya volviendo a la normalidad y que en los próximos meses se eliminen todas las restricciones. Creo que nos encontraremos frente a un escenario donde habrá que observar muy de cerca cómo evoluciona el cliente final. Debido al aumento generalizado de todas las materias primas todos los productos, sin prácticamente excepción, han sufrido una importante subida en su precio final que seguramente cambiará el hábito de compra de muchos consumidores. Debido al confinamiento, a las restricciones y al miedo de hacer actividades en grupo muchos nos hemos animado por primera vez a pintar nuestra casa o a hacer bricolaje casero. Ahora que parece que la sexta ola llega a su fin (esperemos que sea la última) puede que muchos de esos nuevos «pintureros/as» o «bricolajeros/as» aparquen este nuevo *hobby* y vuelvan a las aficiones de antaño. Pero seguro que en muchos de nosotros habrá nacido o habremos aprendido una nueva afición que hará que el sector gane nuevos clientes, lo que a la vez se traducirá en ventas. En resumen, creo que todas las empresas deberemos prestar más atención que nunca a observar cómo evolucionan y se consolidan las costumbres de nuestros usuarios, una vez que dejemos atrás todas las restricciones y miedos de la pandemia ante un escenario nuevo y enrarecido por el aumento de las materias primas y, en consecuencia, el encarecimiento de los productos. No tengo ninguna duda de que gracias a la gran cantidad de usuarios que se han «ensuciado las manos» por primera vez tendremos más oportunidades de vender. ¡Como no podía ser de otra forma, se presenta un año 2022 apasionante e interesante!



Ikaki Zuazo, Departamento de Marketing de Kupsa

Este año 2022 observamos que la situación actual de los barnices para madera sigue siendo complicada. En el mercado existe escasez de ciertas materias primas y los costes energéticos y de producción cada vez son mayores. A esta difícil situación todavía no se le ve un final cercano de manera que las empresas tenemos que seguir siendo capaces de adaptarnos a este escenario tan complejo. Para **Kupsa**, la prioridad sigue siendo servir a nuestros clientes los productos que vienen comprando habitualmente manteniendo la calidad de siempre. Esta era la situación en la que nos encontrábamos a primeros de año. Después el conflicto entre Rusia y Ucrania lo ha cambiado todo. En el mercado global en el que nos encontramos, cualquier decisión importante acaba afectando directa o indirectamente, por lo que hay que estar preparados para solventar los problemas que vayan surgiendo.



Nacho Rodríguez, Europe & Africa Director de Roberlo

En **Roberlo** comercializamos nuestros productos principalmente en dos sectores: El del repintado del automóvil y el de los recubrimientos industriales. Vemos el año 2022 como una continuación de 2021 en ambos sectores, en relación con los retos a afrontar. 2021 ha sido un ejercicio de enormes turbulencias en el mercado de materias primas con importantes incrementos en los costes de producción, junto al encarecimiento de la energía y los problemas en la cadena de suministro. Esta situación ha tensionado muchísimo la capacidad de los fabricantes de pintura de poder suministrar en tiempo y forma a sus clientes, y aun así desde Roberlo estamos muy satisfechos del trabajo realizado para cumplir con todos los compromisos adquiridos con nuestros clientes. Los principales retos de este año serán asegurar el suministro de producto. Hay que buscar la manera de mantener la rentabilidad sabiendo que para los fabricantes está siendo imposible traspasar al mercado todos nuestros incrementos de costes. Nuestra apuesta, como fabricante, se focaliza en el desarrollo y comercialización

de productos con alto valor añadido que permitan a nuestros clientes optimizar los procesos de pintado reduciendo los costes de mano de obra y otros costes adyacentes. El sector del repintado del automóvil ha sido históricamente un sector anticíclico pues no depende tanto del ciclo económico y sí de la movilidad. Una vez superada, con matices, esta pandemia, la movilidad se está recuperando a niveles previos a 2020. Eso conlleva un incremento de la siniestralidad y de la necesidad de realizar un mantenimiento a los vehículos. Nuestro departamento de I+D+i ha trabajado en actualizar la gama de productos para ofrecer soluciones que optimicen las operaciones y reduzcan los costes de producción. Esto es de capital importancia pues los talleres también están sometidos a importantes incrementos de costes en los suministros generales, la energía y los materiales. Pero no se aprecia ningún movimiento en favor de incrementar el precio hora de la mano de obra que permita a los talleres absorber estos incrementos con solvencia. En la industria los desafíos internos son los mismos, mientras que a nivel de mercado éste es un sector que depende mucho más de la inversión de las empresas en bienes de equipo, de la capacidad de los fabricantes de exportar, y que está mucho más alineado con el ciclo económico.