

# EL MERCADO DE PIEDRA NATURAL Y PRODUCTOS DE PIEDRA EN LA UNIÓN EUROPEA

Fuente: CBI (<http://www.cbi.eu>)  
Traducción libre del original



Agosto 2009



## Sumario

Este estudio de mercado del CBI ofrece una visión general de las oportunidades y amenazas que los exportadores potenciales de los países en desarrollo deberían analizar antes de tomar una decisión de exportar a la Unión Europea (UE). En este se examinan los siguientes aspectos:

### La Unión Europea entre los más grandes consumidores de piedra

Los países de la Unión Europea (UE) son los consumidores tradicionales de piedra natural y productos de piedra, tienen el más grande consumo mundial per cápita. En metros cuadrados, los 10 principales países consumidores de la UE representan el 27% del consumo mundial total de productos acabados de piedra.

En el año 2007, la UE consumió 9,6 mil millones de toneladas de piedra natural, de los cuales 72% fueron productos acabados de piedra por un valor de más de €7 mil millones. España con el 22% es el mayor consumidor de la UE de productos acabados de piedra, seguido de Italia (20%), el Reino Unido y Francia (12% cada uno).

### Se produce 80 mil millones de toneladas en la UE en productos de piedra

El nivel de producción mundial ha aumentado en los últimos años, contribuyendo así a la aparición de nuevos actores, la mayoría de ellos originarios de los países en desarrollo en Asia, África y América Latina.

En el año 2007, la Unión Europea produjo cerca de 80 mil millones de toneladas de piedra natural y productos de piedra, de los cuales 55,8 mil millones de toneladas fueron productos intermedios de piedra equivalentes a €2,2 mil millones. En términos de valor, los mayores productores de productos intermedios de piedra son Italia (45%) y España (34%). Por otra parte los mayores productores de productos acabados de piedra son Italia (39%), España (28%), Francia (7,2%) y Reino Unido (6,5%). Estos países representaron el 85% de la producción total de la UE.

### Principales países importadores de la UE representan 65% del valor total

En el año 2007, la Unión Europea importó €4 mil millones de la piedra natural equivalentes a 17 millones de toneladas en volumen. Los cinco mayores importadores europeos en valor son Alemania e Italia (14% del total importado cada uno), el Reino Unido (13%), Francia (12%) y España (9%). Estos países representaron el 65% del valor total importado por la UE.

Los países en desarrollo representan el 53% de la piedra natural importado a la UE. Los cinco principales exportadores de países en desarrollo a la UE son China, India, Turquía, Brasil y Sudáfrica. Los mayores compradores de piedra natural de los países en desarrollo son Italia, Reino Unido, Alemania, España y Bélgica.

## Perfil de Mercado Piedra natural y productos de piedra

### **Aún con dificultades económicas, las exportaciones ascendieron en la UE**

A pesar de las difíciles tendencias en la economía mundial, las exportaciones totales de la Unión Europea ascendieron a 12 millones de toneladas de piedra natural y productos de piedra con un valor de casi €4,2 mil millones. En el año 2007, los mayores exportadores de la UE fueron Italia (45%), España (24%), Portugal (6,6%), Bélgica (4,9%) y Alemania (3,6%).

### **Países en desarrollo imponen su presencia en el mercado de la piedra**

En este contexto, los países en desarrollo que han incrementado su presencia en la UE han demostrado dentro del mercado de piedras naturales y productos intermedios de piedra:

- Precios competitivos.
- Una mayor capacidad de inversión en la producción y procesamiento de la tecnología.
- Una calidad del producto, especialmente en la gama de productos terminados.
- El potencial de satisfacer las necesidades en rápida evolución en cuanto a la naturaleza del producto, el color, las dimensiones y el acabado (tipos exclusivos de piedra o de colores raros) llegando a ser una de las principales herramientas competitivas para el exportador son países en desarrollo.
- Una verdadera pro-actividad en la búsqueda y el mantenimiento de relaciones de negocios con socios de la UE y en la comisión de una inversión importante en los esfuerzos comerciales.
- Una constante profesionalidad que demuestra la capacidad para cumplir con la calidad, empaque y entrega de criterios.

## Introducción

Este estudio de mercado de la piedra natural y productos de piedra cubre los siguientes grupos de productos:



Bloques y placas; diseños de paisaje; pisos y revestimientos; funerales y otras artes.

Y a su vez, estos grupos de productos describen los siguientes productos:

Bloques y losas calizas; bloques y placas silíceas; pizarra, placas y otros bloques; adoquines, bordillo y losas para pavimentos; azulejos; piedras calizas de talla o de construcción; piedra silícea de talla o de construcción; pizarra de piedra de talla o de construcción; las demás piedras de talla o de construcción; calizas para funeral y otras piedras de arte; silíceas para funeral y otras piedras de arte; otros para funeral y piedras de arte.

En esta segmentación, la mayoría de los productos se caracterizan por la naturaleza de la piedra que se componen de calizas, silíceas, pizarra y otros. Este no es el caso de los productos de piedra en diseño de paisajes que se consideran como un agregado. Lo mismo se aplica a las baldosas en el grupo de productos de pisos y revestimientos. Por lo tanto, el análisis de datos sobre la base de productos de piedra natural sólo puede conducir a una visión parcial del mercado de la piedra natural. La segmentación utilizada para este estudio se centra por tanto en el uso final de la piedra natural, según lo especificado por el nombre del grupo de productos y siempre y cuando sea apropiado dar más información sobre la naturaleza específica de la piedra.



## Consumo

Los países de la Unión Europea (UE) son los consumidores tradicionales de piedra natural y productos de piedra, tienen el más grande consumo mundial per cápita. En metros cuadrados, los 10 principales países consumidores de la UE representan el 27% del consumo mundial total de productos acabados de piedra.

En el año 2007, la UE consumió 9,6 mil millones de toneladas de piedra natural, de los cuales 72% fueron productos acabados de piedra por un valor de más de €7 mil millones. España con el 22% es el mayor consumidor de la UE de productos acabados de piedra, seguido de Italia (20%), el Reino Unido y Francia (12% cada uno).

El consumo de productos intermedios de piedra creció explosivamente entre los años 2002 y 2003, llegando al año 2007 con un volumen importado de 58,3 millones de toneladas. La tasa promedio de crecimiento anual de productos intermedios de piedra durante ese periodo fue de 4,6%. Los más grandes consumidores de productos intermedios de piedra en términos de volumen son Italia (37%), Grecia (31%), España (13%), Rumania (5%) y Reino Unido (3%). Adicionalmente la UE está incrementando las importaciones de productos acabados de piedra. Proveedores extranjeros baratos proporcionan la mayor parte de estos productos actualmente.

El consumo per cápita de productos intermedios y acabados de piedra en la UE es tradicionalmente superior a la media global de un metro cuadrado por cada 100 habitantes. Cinco países (Grecia, Bélgica, España, Portugal e Italia) en la UE consumen más de un metro cuadrado por habitante.

La economía y el sector de la construcción, es el mayor consumidor de piedra natural y productos de piedra por valor de casi €1,65 billones en el año 2007, ya que son los principales impulsores de la piedra natural y el consumo de productos de piedra.

Algunos países cuyo sector de la piedra experimentaron una fuerte progresión hasta el año 2007, están pasando a partir del año 2008 un momento de incertidumbre debido a la recesión de la construcción (España, Reino Unido e Irlanda, por ejemplo). Otros países más tradicionales como Italia o Alemania tendrán que hacer frente a una progresiva saturación del mercado interno y la falta de inversión en la producción, distribución y comercialización. Sin embargo, el consumo en la UE se espera que mejore a medida que se recupera industria de la piedra de la desaceleración del mercado financiero global muy probablemente alrededor de los años 2010 y 2011.

Se mencionan algunas oportunidades en el consumo para mercado de piedras naturales y productos de piedra, principalmente para países en desarrollo:

- La UE es el mayor mercado en el mundo para la piedra natural y productos de piedra. Este hecho hace que la UE sea un objetivo atractivo para países en desarrollo dispuestos a acceder a los mercados internacionales.
- En los últimos años la demanda de productos acabados de piedra está aumentando a expensas de los productos intermedios de piedra. Esta tendencia se espera que se amplíe en el futuro.
- El crecimiento de la sensibilización de los consumidores ha llevado a un creciente interés en productos de fuentes sostenibles. Los fabricantes de países en desarrollo que toman un enfoque proactivo a las normas ambientales y sociales de producción tendrán un competidor-beneficio.



## Producción

El nivel de producción mundial ha aumentado en los últimos años, contribuyendo así a la aparición de nuevos actores, la mayoría de ellos originarios de los países en desarrollo en Asia, África y América Latina. Esto ha sido especialmente cierto en el sector de productos acabados, donde los competidores de países en desarrollo son cada vez más rígidos.

Desde el año 1990, la producción mundial de piedra natural y productos de piedra se ha incrementado 7,5% anualmente. En el año 2007 la producción registró 210 mil millones de toneladas, 12% más que en el año 2006. Mientras que para el año 2025 se espera que el volumen de producción mundial llegué a registrar 490 mil millones de toneladas. En el año 2007, los mayores productores fueron China, India, Turquía, Italia, Irán, España y Brasil. Estos siete países representaron el 71% del total de piedra natural.

En el año 2007, la Unión Europea produjo cerca de 80 mil millones de toneladas de piedra natural y productos de piedra, de los cuales 55,8 mil millones de toneladas fueron productos intermedios de piedra equivalentes a €2,2 mil millones. En términos de valor, los mayores fabricantes de productos intermedios de piedra son Italia (45%) y España (34%). Por otra parte los mayores fabricantes de productos acabados de piedra son Italia (39%), España (28%), Francia (7,2%) y Reino Unido (6,5%). Estos países representaron el 85% de la producción total de la UE. En promedio, el crecimiento de la producción ha sido mucho mejor en el año 2007 para los productores de productos intermedios de piedra que para los procesadores de productos acabados de piedra en la UE.



Los exportadores de países en desarrollo tienen una mayor oportunidad para entrar en el mercado de la UE, sobre todo si los exportadores son capaces de competir con los estándares de calidad exigidos en la UE. Sin embargo, el mantenimiento de tales normas requiere una importante inversión en tecnología. En el contexto de una creciente competencia global, los requisitos son fundamentales para mantener la rentabilidad a largo plazo cuando se exporta a la UE.

Se mencionan algunas oportunidades en la producción para mercado de piedras naturales y productos de piedra, principalmente para países en desarrollo:

- El estancamiento de la producción de la UE no cumple con la creciente demanda doméstica, por lo que ofrece oportunidades de mercado para los exportadores de países en desarrollo.
- La tecnología y los conocimientos se convierten en más accesibles para países en desarrollo y les permite mejorar la calidad en la producción.
- Debido a la creciente globalización del mercado de la piedra natural, los productores de la UE están buscando la manera de defenderse de la competencia. Esto incluye trabajar junto con e invertir en países en desarrollo.

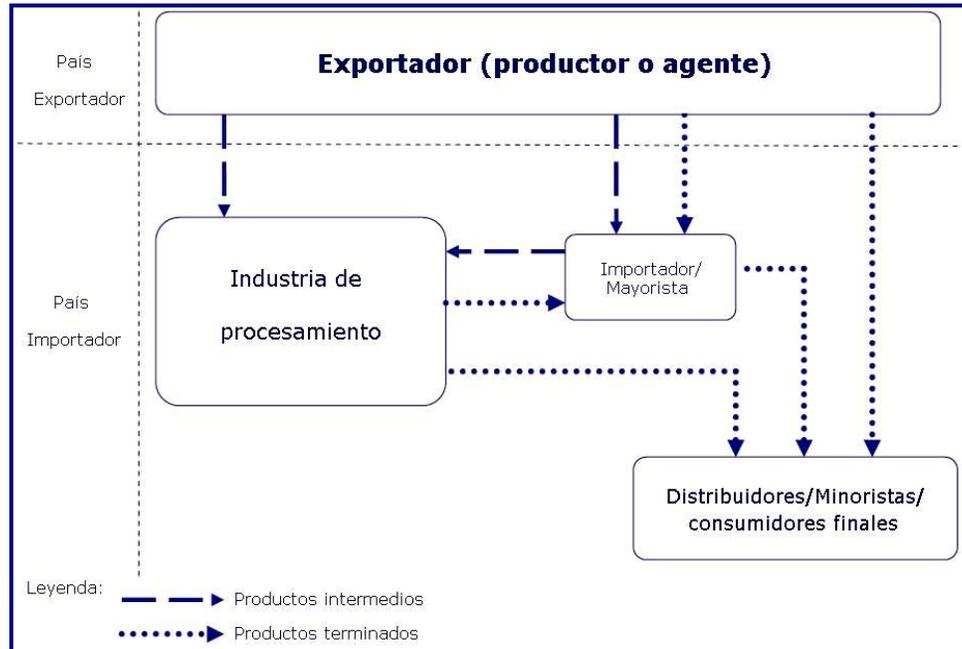


## Canales de comercialización para la entrada al mercado

### Canales de comercialización

La ruta desde el productor de la piedra natural al consumidor final varía con el tipo de producto. La figura 1 presenta una visión general del producto que fluye desde el productor al consumidor para los diferentes tipos de categorías de productos que figuran en la introducción.

Figura 1 Estructura comercial dentro de los países de la UE



Fuente: CBI-Perfil de mercado de la piedra natural y productos de piedra  
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior-IBCE (mayo 2010)

## La Internet como medio de canal comercial

Los exportadores deberían también darse cuenta de que la Internet se está convirtiendo en un medio importante en el comercio de la piedra natural. A través de la Internet, los posibles compradores pueden evaluar más de 1.700 tipos de piedra natural, los precios y los encargos pueden ser colocados directamente. La Internet ofrece la oportunidad de comprar directamente del exportador. Sin embargo, la compra a través de la Internet no es óptima todavía. Las relaciones personales siguen siendo muy importantes en el mercado de la piedra natural. Por otra parte, ver el producto antes de comprar es especialmente importante debido a la gran diferencia en calidad.

## Los canales de distribución para exportadores de países en desarrollo

Para los productos intermedios y acabados de piedra, el canal de distribución más adecuado para los exportadores de países en desarrollo (dueño de la mina, transformador o comerciante) es el canal mayorista. En ambos segmentos, el canal mayorista tiene disponibilidad para un mayor volumen. Los otros canales de distribución, por ejemplo, la industria de transformación y el minorista/consumidor final, principalmente trabajan a través de mayoristas. Por otra parte, los minoristas de la UE son generalmente de difícil acceso ya que la mayoría de ellos están dispersos y compran volúmenes bajos.

Recientemente, se ha observado que algunos de los mayores exportadores de países en desarrollo están creando sus propios almacenes en lugares estratégicos para estar más cerca de sus clientes. Una de las ventajas es que permite no sólo vender los camiones y contenedores completos, también en cantidades más pequeñas. En la actualidad hay muchos almacenes de las empresas de granito en diferentes ciudades de Italia, España, Portugal, Francia, Países Bajos y Polonia.

## Comercio: Importaciones y exportaciones

### Importaciones



En el año 2007, la Unión Europea importó €4 mil millones de piedra natural equivalentes a 17 millones de toneladas en volumen. Los cinco mayores importadores europeos en valor son Alemania e Italia (14% del total importado cada uno), el Reino Unido (13%), Francia (12%) y España (9%). Estos países representaron el 65% del valor total importado por la UE. La UE importa alrededor del 30% de productos intermedios de piedra y el 70% de los productos acabados de piedra.

Los países en desarrollo representan el 53% de la piedra natural importado a la UE. Los cinco principales exportadores de países en desarrollo a la UE son China, India, Turquía, Brasil y Sudáfrica. Los mayores compradores de piedra natural de los países en desarrollo son Italia, Reino Unido, Alemania, España y Bélgica. Las importaciones de la UE procedentes de países en desarrollo están creciendo a una velocidad superior a las importaciones procedentes de otros socios. La participación de los productos acabados de piedra está aumentando en comparación con el porcentaje de productos intermedios de piedra.

Si bien reducir los costos es una ventaja indiscutible de competencia de los países en desarrollo, una fuerte producción y una capacidad de negociación, asociados con los permanentes esfuerzos comerciales proactivo también son claves para exportar con éxito a la UE. Además hay que tener en cuenta que la creciente demanda mundial y la competencia están constantemente arrastrando los precios hacia abajo y desafiando los márgenes.



### Exportaciones

A pesar de las difíciles tendencias en la economía mundial, las exportaciones totales de la Unión Europea ascendieron a 12 millones de toneladas de piedra natural y productos de piedra con un valor de casi €4,2 mil millones. Las exportaciones de la UE han estado aumentando a una tasa media anual del 3,6%. La mitad del valor exportado se mantuvo dentro de la UE, el 18% se exportó a países en desarrollo y el 32% a otros países fuera de la UE.

## Perfil de Mercado Piedra natural y productos de piedra

En el año 2007, los mayores exportadores de la UE fueron Italia (45%), España (24%), Portugal (6,6%), Bélgica (4,9%) y Alemania (3,6%). Desde el año 2002, Italia y España se han convertido en los dos mayores exportadores dominantes; Portugal y Bélgica mantuvieron su participación de mercado y Alemania se convirtió en el quinto mayor exportador. La contribución de los nuevos Estados Miembros es aún relativamente pequeña, Polonia y la República Checa son los mayores exportadores representando el 0,9% y 0,6% respectivamente.



Se mencionan algunas oportunidades y amenazas en la exportación para el mercado de piedras naturales y productos de piedra, principalmente para países en desarrollo:

- La UE cuenta con el mayor mercado de piedra natural y productos de piedra en el mundo y tiene una industria de transformación de fama mundial. En conjunto, esto crea un gran potencial de exportación.
- Las importaciones de la UE han crecido un 8,9% por año, pero podría haber una desaceleración en las importaciones debido a la actual situación financiera y la disminución del volumen de negocios en el sector de la construcción.
- Debido a los precios competitivos y una mejor calidad, la participación de países en desarrollo en las importaciones de la UE está aumentando a expensas de los proveedores tradicionales y los productores. Este aumento es significativo en algunos de los grandes países importadores.
- A pesar de un estancamiento reciente, la industria de transformación en la UE sigue siendo el más grande del mundo. Por lo tanto, la demanda de alta calidad de los productos intermedios de piedra sigue siendo alta.



### Desarrollo de precios

La tasa de inflación media en la Unión Europea fue del 3,7% en el año 2008. Durante el período 2003-2007 los precios de la piedra natural importada y los productos de piedra por la UE aumentaron 5,3% por año.

En los últimos años la tecnología de la piedra natural y los conocimientos técnicos han sido trasladados a países de creciente competencia con salarios bajos a nivel mundial, en particular a países en desarrollo. Algunos fabricantes de materia prima en países proveedores como China e India son ahora capaces de producir en función de las exigencias de calidad del mercado de la UE.

En los próximos años se espera que se mantenga la presión sobre los precios. El reciente declive del mercado de la piedra americana ha dado lugar a un superávit de piedra sin vender que actualmente está siendo objeto de dumping en otros mercados, incluyendo la UE. En el futuro, se espera que los crecientes costos de energía influyan negativamente en los precios y los márgenes de piedra natural. La escasez de combustibles fósiles afectará especialmente a la extracción, procesamiento y los costos de transporte que en conjunto conforman una gran parte de los costos de producción.

## Requisitos de acceso al mercado



Como un productor de un país en desarrollo preparándose para acceder al mercado europeo, debería estar enterado de los requerimientos de acceso a mercados de sus socios comerciales y los gobiernos de la UE. Los requerimientos son demandados a través de la legislación y a través de las etiquetas, códigos y sistemas de manejo. Estos requerimientos están basados en el medio ambiente, la salud y la seguridad del consumidor y la preocupación social. Necesita acceder a la legislación de la UE y estar al tanto de los requerimientos no legislativos adicionales que sus socios quizás soliciten al comerciar en la UE.

Para mayor información sobre empaquetado, marcado y etiquetado, por favor recurrir a la "Guía para la exportación de piedra natural y productos de piedra en la UE", que tiene el formulario del éxito del CBI, en <http://www.cbi.eu>.



## Oportunidades

En los últimos años, el crecimiento mundial de la piedra natural y productos de mercado de la piedra, tanto en términos de producción y la demanda, han jugado a favor de los países en desarrollo. Algunos de ellos han ganado importantes cuotas de participación en el mercado, gracias a su competitividad en los precios y la mejora de sus productos.

El crecimiento actual en el mundo y más específicamente en la industria de la piedra natural europea se espera que continúen y se aliente a los exportadores de países en desarrollo a aumentar su presencia en los mercados de la Unión Europea. Debido al estancamiento de la producción de la UE causada por la etapa de madurez de la mayoría de los países de la UE, los exportadores de países en desarrollo pueden seguir beneficiándose ya que su oferta de productos está aumentando y diversificándose.



Sin embargo, el rendimiento global de la demanda de la UE puede ofrecer muy buenas perspectivas para los exportadores intermediarios de países en desarrollo de productos acabados de piedra. Algunas tendencias de consumo son especialmente importantes para tomar en cuenta: Diversificación del uso de la piedra natural y productos de piedra; renovado interés de los consumidores en la piedra natural, ya que cada vez son más percibidos como un lujo a precios asequibles; gusto cambiante de los consumidores en términos de colores, diseño y materiales; altas expectativas en términos de calidad y normas; y preocupaciones de los consumidores de la UE hacia temas de sostenibilidad.

Dadas las tendencias actuales en el mercado de la piedra natural y productos de la piedra, los requisitos previos son cada vez más importantes para los exportadores que quieren acceder al mercado de la UE. Por lo tanto, si los términos habituales de la competencia internacional (precios, plazos y suministro de métodos) siguen funcionando, los recién llegados también deben estar preparados para adaptarse a una escena de alto riesgo, que exige un tamaño de escala, una eficiencia operativa y la capacidad de flotar en condiciones que son mucho más inestables y sin resolver que en el pasado.



Fuente: CBI ( [www.cbi.eu](http://www.cbi.eu) )



Traducción libre: Weimar Steven Magariños T., Pasante Nacional-IBCE

### Fuentes fotográficas

- <http://www.turisleon.com>
- <http://www.diana-tours.com>
- <http://www.wmssimpson.com>
- <http://www.diytrade.com>
- <http://www.rstcompany.com>
- <http://xiamenselei.en.hisupplier.com>
- <http://www.textureplus.com>
- <http://www.archiexpo.es>
- <http://www.lasescapadas.com>
- <http://www.marmobol.com>
- <http://www.tsdnaturalstone.com>