

El mercado del granito y el mármol en Japón

El mercado del granito y el mármol en Japón

Este estudio ha sido realizado por Arantzazu Lapeña Fernández bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio

Julio 2007

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	4
I. INTRODUCCIÓN	5
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	5
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	8
1. Análisis cuantitativo	8
1.1. Tamaño de la oferta	8
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	11
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	37
1. Análisis cuantitativo	37
1.1. Canales de distribución	37
1.2. Esquema de la distribución	38
1.3. Principales distribuidores	38
1.4. Tendencias de la distribución	39
2. Análisis cualitativo	40
2.1. Estrategias de canal	40
2.2. Estrategias de contacto comercial	41
2.3. Promoción y publicidad	42
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	44
1. Tendencias generales del consumo	44
1.1. Factores sociodemográficos	44
1.2. Factores económicos	45
1.3. Tendencias legislativas	46
2. Evaluación del volumen de la demanda	47
2.1. Crecimiento esperado	47
2.2. Tendencias industriales	48
2.3. Tendencias medioambientales	50
3. Percepción del producto español	50
V. ANEXOS	51
1. Informes de ferias	51
2. Listado de direcciones de interés	56
3. ENTREVISTAS	65
4. BIBLIOGRAFÍA	69

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

La demanda de piedras para la construcción va ligada a la construcción de nuevas viviendas y edificios. El sector de la construcción se encuentra actualmente en una situación de estancamiento. Desde 1997 se mantiene estable pero sin signos claros de recuperación.

Mientras que el número de metros cuadrados dedicados a la construcción de edificios públicos no ha dejado de decrecer durante los últimos ocho años, el dedicado al sector privado ha crecido un 11.7% en 2006 respecto al año anterior. De esta manera, en el sector privado se observa una tendencia al alza.

Para disminuir los costes, muchos constructores están eliminando intermediarios y están comprando directamente el producto al exportador extranjero. En 1997, era común adquirir la piedra en bloque y procesarla ya en Japón. Si bien la necesidad en disminuir los costes, hace que cada vez se adquiera el producto ya acabado y con más valor añadido.

En el caso del granito, Japón depende en un 90% de las importaciones.

China no para de aumentar su cuota de mercado. Hace unos años, el granito era importado de China en bloque. El cliente japonés es exigente con la calidad del producto pero, en los últimos años, China ha mejorado su técnica y ya exporta un producto acabado.

La imagen de los productos españoles en Japón es la de la calidad y el diseño. Pero el estancamiento del sector, la fortaleza del euro frente al yen, la reducción en los costes y el consecuente aumento de las importaciones chinas hacen que las importaciones españolas estén bajando su cuota progresivamente, si bien conserva una importante cuota en mármol, un material demandando sobre todo en el sector privado y en la construcción de viviendas de clase media-alta y alta.

I ■ INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

Las piedras usadas para la construcción proceden de los recursos naturales, por lo que, en muchos casos, es imposible determinar su color, índice de absorción de agua, dureza y otras propiedades asociadas al producto hasta que este es extraído de la cantera. Sin embargo, los distribuidores y clientes buscan calidad y consistencia.

El granito es abundante en la naturaleza y delicado en apariencia pero de gran dureza. Debido a su dureza, este material es usado para muros exteriores, vestíbulos y entradas que están expuestas a la lluvia y al sol. Asimismo, este material es frecuente en la construcción de muros de contención y es usado para la fabricación de lápidas.

El color y la forma del granito son tenidos en consideración para su uso en la construcción. Esta piedra tiene una gran variedad de colores, incluyendo blanco, marfil, gris, negro, marrón, beige y rosa. Los colores varían en el mercado dependiendo de las modas del momento y si un arquitecto conocido o un edificio famoso emplea un determinado color, éste creará tendencia durante un tiempo y dicho color será demandado.

El mármol es una piedra que se puede determinar su dureza y, cuando está pulido, adquiere un bonito brillo. Sin embargo, se daña fácilmente con la lluvia, por lo que es usado principalmente para los interiores, en muros y decoraciones.

Otro material usado como una alternativa en los materiales de construcción es el azulejo, con un grosor estándar de 6-20 mm. Este tipo de azulejo se obtiene generalmente de pequeños bloques de piedra cruda que han quedado inutilizados para su uso en otras construcciones.

En los últimos años, ha entrado en el mercado un tipo de granito ligero conocido como "lámina de piedra ultra-fina", de un grosor de 5-6 mm y hecho de granito con cerámica o con un apoyo en cartón de madera. De todos modos, excepto este tipo de lámina ultra-fina, Japón no tiene producción propia en láminas de piedra y casi todos sus suministros proceden de Italia, España, Portugal, China y Corea del Sur.

Otra forma de azulejo laminado es el "azulejo artificial", que es producido al pulverizar mármol u otra piedra y añadiendo cemento o resina para endurecer. El principal motivo de reclamo de este tipo de piedra artificial es su bajo precio comparado con la piedra natural.

Producto	Definición	Código arancelario (Números HS)
Piedras de construcción	<u>Crudo y en bloque</u>	
	Mármol	2515.11, 12
	Granito y arenisca	2516.11, 12, 21, 22
	Otras piedras	2515.20, 2516.90
	<u>Láminas y procesados</u>	
	Mármol	6802.21, 91-011, -019
	Granito y arenisca	6802.23, 93
Azulejos de cerámica para uso en la construcción	Otras piedras	2515.20, 2516.90
	<u>Otras láminas y productos procesados</u>	6802.10, 22, 29, 6802.91-011, 019, 090
	Azulejos de cerámica sin esmaltar	6907
	Azulejos de cerámica esmaltada	6908
Plásticos	Depósitos, tanques, contenedores similares con capacidad superior a 300 litros	3925.10
	Puertas, ventanas y sus marcos y umbrales de puertas	3925.20
		3925.30
	Contraventana, persianas y artículos similares	3925.90
	Otros	

Fuente: JETRO

Nota1: La piedra de construcción es piedra natural cortada o pulida o es piedra natural pulverizada mezclada con cemento y resina para crear piedra artificial. La lista de los números HS

(sistema armonizado) incluye materiales de piedra usados no sólo para la construcción y la arquitectura sino también para la producción de lápidas, linternas y esculturas de piedra.

Nota 2: Los bloques son piedras cortadas o serradas simplemente en formas rectangulares y cuadradas.

Nota 3: El azulejo es cerámica fundida hecha de una mezcla de arena natural y piedra.

Clasificación de las piedras:

A Por forma:

- 1 Piedras cuadradas: El ancho debe ser tres veces más pequeño que el grueso y con una determinada longitud (91, 100 o 150 cm).
- 2 Piedra en lámina: El grueso debe ser más pequeño de 15 cm y el ancho debe ser por lo menos 3 veces el grueso.
- 3 Piedras *kenchi* (piedra cuadrada cónica con la cabeza cortada): La cara debe ser aproximadamente cuadrada en forma, y la longitud del soporte debe ser por lo menos 1.5 veces la parte más pequeña de la cara.
- 4 Trapo-piedra (*rag-stone*): La cara debe ser aproximadamente cuadrada en forma y la longitud del soporte hacia la cara debe ser por lo menos 1.2 veces la parte más pequeña de la cara.

B Por cualidades físicas:

- 1 Piedra dura: 4.903 N/cm² & más.
- 2 Piedra semi-dura: 981 a 4.903 N/cm².
- 3 Piedra blanda: Por debajo de 981 N/cm².

C Grado:

- 1 Grado 1: Casi sin defectos y con una consistencia uniforme.
- 2 Grado 2: Defectos no visibles.
- 3 Grado 3: Defectos que no impiden su uso.

II . ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

El descenso de la demanda en Japón en el sector de la industria de la construcción, hizo que las importaciones descendieran a 1.44 millones de toneladas en 1998. Pero en los tres años siguientes hubo un crecimiento hasta alcanzar los 1.58 millones de toneladas en 2001.

La tendencia en los últimos años ha sido la desregulación del sector y el desarrollo de planes de renovación urbanística que se han materializado en la planificación de algunos grandes proyectos en el centro de Tokio. Esta situación ha creado una mayor y ocasional demanda de piedra para la construcción en la capital. De todos modos, las importaciones de piedra han estado descendiendo un año tras otro desde 2002.

En 2004, las importaciones cayeron hasta las 1.41 millones de toneladas (granito: 1.27 millones de toneladas, mármol: 80.000 toneladas, otros: 56.000 toneladas), con un valor de 86.5 billones de yenes (una bajada del 6.8% respecto al año anterior). Estas cifras son inferiores a las de 1998.

Se aprecia una cierta recuperación en las importaciones de mármol crudo, que ha obtenido un crecimiento anual después de varios años de continuo descenso.

En conclusión, la demanda local de materiales de construcción no se ha recuperado como para aumentar considerablemente las importaciones de piedras.

En los últimos años las importaciones han cambiado de crudo o en bloque a láminas u otro tipo de piedra ya procesada. Las importaciones de granito crudo han caído desde 222.430 toneladas en 2000 hasta las 47.529 toneladas en 2004. Asimismo, las importaciones de mármol crudo han caído desde las 28.282 toneladas hasta las 19.826 toneladas. Todo esto es el resultado del deseo de los productores nacionales de piedra por exportar productos procesados con más valor añadido y en consonancia con sus homólogos japoneses, quienes desean reducir los costes de transporte y los costes que conlleva el procesamiento de la piedra en territorio japonés.

Además, esta tendencia refleja un cambio en las necesidades que existen en el mercado japonés en lo que a la piedra se refiere y parece que seguirá así en el futuro.

	Volumen					Valor				
	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004
Mármol (crudo/bloque)	88	102	82	85	80	6.445	8.888	7.812	8.615	7.843
Granito & areniscas	1.383	1.429	1.391	1.322	1.273	75.423	86.323	89.927	81.193	75.878
Otros	50	52	56	48	56	2.546	3.280	3.810	2.992	2.809
Piedra (total)	1.522	1.583	1.529	1.454	1.409	84.414	98.491	101.549	92.800	86.531

Unidades: Volumen= 1.000 toneladas, valor= millones de yenes.

Fuente: Trade Statistics (Ministerio de Finanzas de Japón, MOF).

En cuanto a los países de origen, China es el principal suministrador de piedra, especialmente en granito y menos en mármol. La calidad del mármol chino generalmente no es considerada buena por su tamaño, color, diseño e imperfecciones. En cambio, el granito sí tiene mejor calidad y los tipos que se extraen en China son muy similares a los que se extraen en España. Sin embargo, las infraestructuras chinas en materia logística en algunas de las regiones chinas productoras de piedra no están aún lo suficientemente desarrolladas y no son accesibles para los camiones grandes. De esta manera, una parte de la piedra terminada es en realidad piedra en bloque importada de España o Italia, elaborada en regiones próximas a los puertos de Shandong o Fujian, por ejemplo, y enviada posteriormente a Japón. Es el caso, por ejemplo, del rosa porriño, un granito popular en Japón y que antes era procesado en Italia y ahora lo es en China.

A pesar de esta perspectiva negativa, Japón sigue siendo un mercado muy interesante para los productos españoles, sobre todo para aquellos que ofrezcan una imagen atractiva acorde con los gustos de los consumidores (clave en la decisión de los constructores a la hora de seleccionar los productos a importar), una calidad contrastada y un nivel de tecnología en su elaboración fuera del alcance de algunos de sus competidores.

A continuación, se señalan los tipos de piedra con más demanda en Japón (por tipo de producto y origen).

	Tipo de piedra	País	Descripción
Mármol	Blanco de Carrara	Italia	Nervadura gris sobre fondo blanco
	Perla marina	Italia	Nervadura gris claro sobre fondo gris – blanco
	Botticino	Italia	Nervadura marrón claro sobre fondo beige
	Crema marfil	España	Jaspeado blanco sobre fondo beige
	Rojo alicante	España	Veteado blanquecino sobre fondo rojo
	Capistrano	Filipinas	Jaspeado marrón sobre fondo beige – blanco
	Rosa aurora	Portugal	Nervadura rosa y gris sobre fondo rosa claro
	Tinos green	Grecia	Nervadura blanca sobre fondo verde claro
Granito	Luna perla	Italia	Salpicado en marrón claro, blanco y negro
	Rosa porriño	España	Salpicado en rosa, blanco y negro
	Gris perla	España	Granulado grueso a medio sobre fondo gris claro
	Azul platino	España	Granulado medio y grueso sobre fondo violáceo
	Chinese G 306	China	Jaspeado rosa – blanco sobre fondo rojo oscuro
	Impala	Sudáfrica	Negro

Fuente: The Building Stone Association of Japan.

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

A continuación, se indica la evolución del valor de las importaciones de Japón durante los últimos cinco años, así como la posición que ocupa España en:

- A) Mármol crudo o en bloque.
- B) Mármol elaborado o en planchas.
- C) Granito crudo o en bloque.
- D) Granito elaborado o en planchas.

Valor CIF. Unidad: 1.000 yenes. Fuente: Japan Tariff Association.

A) Mármol crudo o en bloque.

Marble and travertine, crude or roughly trimmed (HS 2515.11).

Mármol crudo o en bloque. HS 2515.11. Año 2006.

Ranking	Valor	Cuota importación
1. Italia	85480	46.635
2. Turquía	20657	11.27
3. Portugal	17670	9.64
4. Corea del Sur	16123	8.796
5. Grecia	11975	6.533
6. China	7648	4.172
7. España	6807	3.714
8. Argentina	4524	2.468
9. Francia	3797	2.072
10. Bulgaria	3070	1.675

Mármol crudo o en bloque. HS 2515.11. Año 2005.

Ranking	Valor	Cuota
1. Italia.	139005	42.765
2. Portugal.	78561	24.169
3. Grecia.	38197	11.751
4. Turquía.	22489	6.919
5. España.	10559	3.248
6. Alemania.	9760	3.003
7. Irán.	9087	2.796
8. Francia.	5220	1.606
9. China.	4427	1.362
10. India.	4151	1.277

Mármol crudo o en bloque. HS 2515.11. Año 2004.

Ranking	Valor	Cuota
1. Italia.	149314	52.896
2. Alemania.	36154	12.808
3. Turquía.	25202	8.928
4. España.	20180	7.149
5. Irán.	13356	4.731
6. Grecia.	13206	4.678
7. Portugal.	8289	2.936
8. Noruega.	5270	1.867
9. China.	4454	1.578
10. Francia.	3771	1.336

Mármol crudo o en bloque. HS 2515.11. Año 2003.

Ranking	Valor	Cuota
1. Italia.	243974	57.672
2. Grecia.	42005	9.929
3. España.	36210	8.56
4. Francia.	29871	7.061
5. Portugal.	25937	6.131
6. Irán.	17861	4.222
7. Filipinas.	12010	2.839
8. Alemania.	5044	1.192
9. Rumania.	3881	0.917
10. China.	1583	0.374

Mármol crudo o en bloque. HS 2515.11. Año 2002

Ranking	Valor	Cuota
1. Italia.	78900	51.501
2. España.	25217	16.46
3. Portugal.	16494	10.766
4. Irán.	11938	7.792
5. Noruega.	7402	4.832
6. Alemania.	4115	2.686
7. Turquía.	2800	1.828
8. Grecia.	1693	1.105
9. Taiwán.	1188	0.775
10. Indonesia.	1174	0.766

Marble and travertine, merely cut, by sawing or otherwise, into blocks or slabs of a rectangular (including square) shape. (HS 2515.12)

Mármol crudo o en bloque. HS 2515.12. Año 2006

Ranking	Valor	Cuota
1. España.	11151	22.22
2. Italia.	10675	21.271
3. Portugal.	8181	16.302
4. China.	7009	13.966
5. Rumania.	4607	9.18
6. Turquía.	3236	6.448
7. Taiwán.	3234	6.444
8. Vietnam.	1146	2.284
9. Alemania.	946	1.885

Mármol crudo o en bloque. HS 2515.12. Año 2005

Ranking	Valor	Cuota
1. España.	14139	28.168
2. Italia.	11625	23.16
3. China.	9444	18.815
4. Francia.	6344	12.639
5. Alemania.	5735	11.425
6. Argentina.	1508	3.004
7. Portugal.	1400	2.789

Mármol crudo o en bloque. HS 2515.12. Año 2004.

Ranking	Valor	Cuota
1. España.	31129	31.404
2. Turquía.	27103	27.342
3. Italia.	9723	9.809
4. Grecia.	8950	9.029
5. China.	8183	8.255
6. Francia.	5894	5.946
7. Portugal.	5344	5.391
8. Alemania.	2576	2.599
9. Estados Unidos.	223	0.225

Mármol crudo o en bloque. HS 2515.12. Año 2003.

Ranking	Valor	Cuota
1. Italia.	13797	33.401
2. China.	9468	22.921
3. Turquía.	8276	20.035
4. España.	8071	19.539
5. Alemania.	1695	4.103

Mármol crudo o en bloque. HS 2515.12. Año 2002.

Ranking	Valor	Cuota
1. Italia.	14350	25.94
2. China.	11283	20.396
3. Turquía.	11234	20.307
4. España.	7785	14.072
5. Francia.	5741	10.378
6. Portugal.	2355	4.257
7. India.	1269	2.294
8. Filipinas.	710	1.283
9. Irán.	594	1.074

Worked marble, travertine, alabaster and articles thereof, simply cut or sawn, with a flat or even surface, n.e.s.

HS 6802.21

B) Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.21. Año 2006.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	32038	35.197
2. Italia.	27394	30.095
3. Turquía.	6541	7.186
4. Francia.	6147	6.753
5. Perú.	5269	5.789
6. Irán.	4845	5.323
7. Filipinas.	2973	3.266
8. Indonesia.	1817	1.996
9. Vietnam.	1015	1.115
10. Singapur.	983	1.08
11. España.	645	0.709

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.21. Año 2005.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	26438	34.196
2. Italia.	16798	21.727
3. Turquía.	13332	17.244
4. Taiwán.	8480	10.968
5. Filipinas.	2191	2.834
6. Irán.	2020	2.613
7. Egipto.	1951	2.524
8. Francia.	1660	2.147
9. Grecia.	1135	1.468
10. Vietnam.	1026	1.327
12. España.	607	0.785

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.21. Año 2004.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	33401	43.557
2. Italia.	10215	13.321
3. España.	7115	9.278
4. Filipinas.	5537	7.221
5. Tailandia.	4764	6.213
6. Reino Unido.	4064	5.3
7. Malasia.	3917	5.108
8. Indonesia.	2921	3.809
9. Turquía.	1699	2.216
10. India.	879	1.146

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.21. Año 2003.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	36140	34.027
2. Grecia.	25098	23.63
3. Italia.	19652	18.503
4. Indonesia.	6716	6.323
5. Alemania.	5474	5.154
6. Turquía.	4947	4.658
7. España.	3224	3.035
8. Taiwán.	1817	1.711
9. Malasia.	1347	1.268
10. Tailandia.	969	0.912

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.21. Año 2002.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	31165	40.335
2. Italia.	14025	18.152
3. Indonesia.	8797	11.385
4. Francia.	8543	11.057
5. México.	3450	4.465
6. Grecia.	3394	4.393
7. Portugal.	2264	2.93
8. Taiwán.	1667	2.158
9. España.	1345	1.741
10. Estados Unidos.	825	1.068

Worked marble, travertine, alabaster and articles thereof, n.e.s. HS 6802.91

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.91. Año 2006.

Ranking	Valor	Cuota
1. Italia	1032945	33.959
2. China.	873553	28.719
3. España.	380750	12.517
4. Grecia.	275975	9.073
5. Turquía.	132043	4.341
6. Indonesia.	101511	3.337
7. Portugal.	54335	1.786
8. Taiwán.	53255	1.751
9. Egipto.	27249	0.896
10. Filipinas.	15058	0.495

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.91. Año 2005.

Ranking	Valor	Cuota
1. Italia.	856635	31.695
2. China.	754427	27.913
3. España.	378593	14.008
4. Grecia.	153273	5.671
5. Turquía.	123276	4.561
6. Taiwán.	103472	3.828
7. Indonesia.	101351	3.75
8. Portugal.	90661	3.354
9. Rumania.	21775	0.806
10. Pakistán.	14832	0.549

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.91. Año 2004.

Ranking	Valor	Cuota
1. Italia.	1242351	36.91
2. España.	620992	18.45
3. China.	605052	17.976
4. Grecia.	343423	10.203
5. Turquía.	198111	5.886
6. Indonesia.	81223	2.413
7. Taiwán.	64200	1.907
8. Portugal.	58379	1.734
9. Filipinas.	28990	0.861
10. Corea del Sur.	19160	0.569

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.91. Año 2003.

Ranking	Valor	Cuota
1. Italia.	1011103	39.885
2. China.	519421	20.489
3. España.	382652	15.094
4. Grecia.	207429	8.182
5. Taiwán.	98198	3.874
6. Portugal.	75479	2.977
7. Turquía.	51819	2.044
8. Indonesia.	41458	1.635
9. Francia.	28826	1.137
10. Filipinas.	21625	0.853

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.91. Año 2002.

Ranking	Valor	Cuota
1. Italia.	1295696	42.128
2. España.	646447	21.018
3. China.	464675	15.108
4. Grecia.	187354	6.092
5. Taiwán.	122910	3.996
6. Turquía.	61342	1.994
7. Indonesia.	55703	1.811
8. Portugal.	50246	1.634
9. Francia.	41475	1.349
10. Pakistán.	26691	0.868

C) Granito crudo o en bloque.

Granite, crude or roughly trimmed. HS 2516.11

Granito crudo o en bloque. HS 2516.11. Año 2006.

Ranking	Valor	Cuota
1. India.	92024	25.169
2. Italia.	41829	11.441
3. Estados Unidos.	37344	10.214
4. Sudáfrica.	35883	9.814
5. China.	26890	7.355
6. España.	26869	7.349
7. Argentina.	24395	6.672
8. Brasil.	18824	5.149
9. Suecia.	17455	4.774
10. Mozambique.	8312	2.273

Granito crudo o en bloque. HS 2516.11. Año 2005.

Ranking	Valor	Cuota
1. India.	74070	17.947
2. Sudáfrica.	73320	17.765
3. Canadá.	50091	12.137
4. Zimbabwe.	40343	9.775
5. China.	37509	9.088
6. Portugal.	30763	7.454
7. Brasil.	22173	5.372
8. Estados Unidos.	14515	3.517
9. Corea del Sur.	13706	3.321
10. Francia.	12070	2.925
11. España.	9861	2.389

Granito crudo o en bloque. HS 2516.11. Año 2004.

Ranking	Valor	Cuota
1. India.	128039	31.964
2. China.	82651	20.633
3. Canadá.	52459	13.096
4. Sudáfrica.	47684	11.904
5. Suecia.	21729	5.425
6. Portugal.	19859	4.958
7. Corea del Sur.	13267	3.312
8. Finlandia.	11412	2.849
9. Brasil.	7665	1.914
10. Uruguay	5242	1.309
11. España.	3915	0.977

Granito crudo o en bloque. HS 2516.11. Año 2003.

Ranking	Valor	Cuota
1. India.	171170	31.146
2. Sudáfrica.	77922	14.179
3. China.	51290	9.333
4. Portugal.	42994	7.823
5. Suecia.	39086	7.112
6. Argentina.	30553	5.559
7. Canadá.	26191	4.766
8. Corea del Sur	19178	3.49
9. Brasil.	17435	3.172
10. Estados Unidos.	16682	3.035
13. España.	9585	1.744

Granito crudo o en bloque. HS 2516.11. Año 2002.

Ranking	Valor	Cuota
1. India.	173750	26.349
2. China.	104796	15.892
3. Sudáfrica.	101695	15.422
4. Portugal.	44829	6.798
5. Italia.	43559	6.606
6. Corea del Sur.	36511	5.537
7. Canadá.	33044	5.011
8. Suecia.	27928	4.235
9. Finlandia.	25096	3.806
10. España.	18097	2.744

Granite, merely cut, by sawing or otherwise, into blocks or slabs of a rectangular (including square) shape

HS 2516.12

Granito crudo o en bloque. HS 2516.12. Año 2006.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	62128	50.071
2. India.	39685	31.984
3. Italia.	7782	6.272
4. Suiza.	3604	2.905
5. Austria.	3220	2.595
6. Suecia.	2969	2.393
7. Corea del Sur.	2703	2.178
8. Alemania.	946	0.762
9. Filipinas.	808	0.651
10. España.	234	0.189

Granito crudo o en bloque. HS 2516.12. Año 2005.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	95993	58.921
2. India.	25745	15.802
3. Suecia.	11432	7.017
4. Italia.	6884	4.225
5. Portugal.	5859	3.596
6. Sudáfrica.	5602	3.439
7. Canadá.	4623	2.838
8. Uruguay.	2080	1.277
9. Turquía.	1339	0.822
10. Finlandia.	1013	0.622

No hay datos sobre España.

Granito crudo o en bloque. HS 2516.12. Año 2004.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	67181	49.958
2. India.	22985	17.092
3. Suecia.	12281	9.133
4. Sudáfrica.	11389	8.469
5. Portugal.	9921	7.378
6. Finlandia.	3338	2.482
7. Alemania.	2742	2.039
8. Corea del Sur.	2292	1.704
9. Italia.	1113	0.828
10. Países Bajos.	723	0.538

No hay datos sobre España.

Granito crudo o en bloque. HS 2516.12. Año 2003.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	65410	48.819
2. India.	15890	11.86
3. Italia.	12668	9.455
4. Sudáfrica.	6987	5.215
5. Portugal.	5780	4.314
6. Suiza.	5359	4
7. Alemania.	4580	3.418
8. Corea del Sur.	4300	3.209
9. Uruguay.	4047	3.021
9. Suecia.	3897	2.909
10. Bélgica.	1941	1.449

No hay datos sobre España.

Granito crudo o en bloque. HS 2516.12. Año 2002.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	72510	40.998
2. India.	31856	18.012
3. Italia.	18334	10.366
4. Portugal.	15933	9.009
5. Sudáfrica.	10630	6.01
6. Corea del Sur.	6734	3.807
7. Suecia.	5468	3.092
8. Estados Unidos.	4981	2.816
9. Indonesia.	2834	1.602
10. Taiwán.	2132	1.205

No hay datos sobre España.

D) Granito elaborado o en planchas.

Worked granite and articles thereof, simply cut or sawn, with a flat or even surface, n.e.s. HS 6802.23

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.23. Año 2006.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	807996	96.998
2. Italia.	10498	1.26
3. India.	6680	0.802
4. Vietnam.	3181	0.382
5. Bélgica.	1347	0.162
6. Tailandia.	1335	0.16
7. Indonesia.	1068	0.128
8. Taiwán.	465	0.056
9. Estados Unidos.	431	0.052

No hay datos sobre España.

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.23. Año 2005.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	949534	90.604
2. India.	58697	5.601
3. Francia.	18598	1.775
4. Brasil.	8181	0.781
5. Italia.	4523	0.432
6. Sudáfrica.	2519	0.24
7. Turquía.	2388	0.228
8. Irán.	1453	0.139
9. Indonesia.	1085	0.104
10. España.	523	0.05

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.23. Año 2004.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	943705	92.637
2. Italia.	28322	2.78
3. Filipinas.	14623	1.435
4. India.	8882	0.872
5. Suecia.	4362	0.428
6. Brasil.	3845	0.377
7. Portugal.	3092	0.304
8. Corea del Sur.	2604	0.256
9. Vietnam.	2446	0.24
10. Tailandia.	2218	0.218
16. España.	330	0.032

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.23. Año 2003.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	948562	87.545
2. Filipinas.	72233	6.667
3. India.	35218	3.25
4. Corea del Sur.	7320	0.676
5. Italia.	5012	0.463
6. Argentina.	2690	0.248
7. Taiwán.	2640	0.244
8. Sudáfrica.	2531	0.234
9. Vietnam.	2490	0.23
10. Grecia.	1524	0.141

No hay datos sobre España.

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.23. Año 2002.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	1023203	88.834
2. Italia.	79624	6.913
3. India.	24939	2.165
4. Singapur.	8734	0.758
5. Sudáfrica.	2735	0.237
6. Taiwán.	2659	0.231
7. Vietnam.	2374	0.206
8. España.	1894	0.164
9. Corea del Corea.	1582	0.137
10. Estados Unidos.	1321	0.115

Worked granite and articles thereof, n.e.s. HS 6802.93

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.93. Año 2006.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	32573990	97.56
2. India.	434942	1.303
3. Corea del Sur.	178302	0.534
4. Italia.	71907	0.215
5. Filipinas.	44632	0.134
6. Portugal.	19418	0.058
7. Taiwán.	13997	0.042
8. Tailandia.	11801	0.035
9. España.	11321	0.034
10. Indonesia.	6625	0.02

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.93. Año 2005.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	31149661	97.381
2. India.	406429	1.271
3. Corea del Sur.	194999	0.61
4. Italia.	87719	0.274
5. Filipinas.	73801	0.231
6. Sudáfrica.	10659	0.033
7. Portugal.	10399	0.033
8. España.	10359	0.032
9. Indonesia.	7015	0.022
10. Brasil.	6695	0.021

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.93. Año 2004.

Ranking	Valor	Cuota
1. china.	29222482	96.638
2. india.	411670	1.361
3. Corea del Sur.	205638	0.68
4. Filipinas.	147924	0.489
5. Italia.	146236	0.484
6. España.	21525	0.071
7. Brasil.	13914	0.046
8. Portugal.	13012	0.043
9. Francia.	11297	0.037
10. Sudáfrica.	7830	0.026

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.93. Año 2003.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	27368164	96.153
2. India.	479619	1.685
3. Corea del Sur.	223263	0.784
4. Italia.	221745	0.779
5. Taiwán.	38618	0.136
6. España.	29051	0.102
7. Tailandia.	20883	0.073
8. Sudáfrica.	14478	0.051
9. Portugal.	8591	0.03
10. Canadá.	8456	0.03

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.93. Año 2002.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	30475429	94.909
2. India.	536590	1.671
3. Italia.	502437	1.565
4. Corea del Sur.	250123	0.779
5. Taiwán.	117806	0.367
6. Sudáfrica.	114882	0.358
7. España.	24024	0.075
8. Brasil.	22137	0.069
9. Tailandia.	21904	0.068
10. Indonesia.	15506	0.048

EXPORTACIONES

Valor FOB. Unidad: 1.000 yenes. Fuente: Japan Tariff Association.

- A) Mármol crudo o en bloque.
- B) Mármol elaborado o en planchas.
- C) Granito crudo o en bloque.
- D) Granito elaborado o en planchas.

A) Mármol crudo o en bloque.

-Mármol crudo o en bloque. HS 2515.11.

No existen datos sobre exportación en esta partida.

- Mármol crudo o en bloque. HS 2515.12

No existen datos sobre exportación en esta partida.

- B) Mármol elaborado o en planchas.

Las exportaciones de mármol han sido prácticamente inexistentes hasta 2006, en las que ha habido exportaciones a los siguientes países:

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.21. Año 2006.

Ranking	Valor	Cuota
1. Guam.	827	59.582
2. China.	307	22.118
3. Filipinas.	254	18.3

En cuanto a HS 6802.91:

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.91. Año 2006.

Ranking	Valor	Cuota
1. Guam.	2377	42.492
2. Taiwán.	2110	37.719
3. Alemania.	639	11.423
4. Estados Unidos.	256	4.576
5. Corea del Sur.	212	3.79

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.91. Año 2005.

Ranking	Valor	Cuota
1. Irán.	6278	92.5
2. Suiza.	300	4.42
3. Tailandia.	209	3.079

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.91. Año 2004.

Ranking	Valor	Cuota
1. Corea del Sur.	2296	39.214
2. Singapur.	1902	32.485
3. Guam.	1157	19.761
4. Estados Unidos.	500	8.54

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.91. Año 2003.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	889	67.914
2. Francia.	420	32.086

Mármol elaborado o en planchas. HS 6802.91. Año 2002.

Ranking	Valor	Cuota
1. Corea del Sur.	4124	72.555
2. Guam.	1106	19.458
3. China.	454	7.987

C) Granito crudo o en bloque.

-Granito crudo o en bloque. HS 2516.11 y HS 2516.12.

Son prácticamente inexistentes.

D) Granito elaborado o en planchas.

HS 6802.23. Son prácticamente inexistentes.

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.93. Año 2006.

Ranking	Valor	Cuota
1. Hong Kong.	54170	62.1
2. Corea del Sur.	8584	9.841
3. Taiwán.	6527	7.483
4. Estados Unidos.	6347	7.276
5. Omán.	3065	3.514
6. China.	2614	2.997
7. Alemania.	2071	2.374
8. Guam.	1440	1.651
9. Australia.	1213	1.391
10. República Checa.	418	0.479
11. España.	266	0.305

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.93. Año 2005.

Ranking	Valor	Cuota
1. China.	8522	44.114
2. Corea del Sur.	3037	15.721
3. Estados Unidos.	2289	11.849
4. Bélgica.	1925	9.965
5. Arabia Saudí.	1485	7.687
6. Sudáfrica.	600	3.106
7. Emiratos A. Unidos.	481	2.49
8. Mariana.	420	2.174
9. Vietnam.	304	1.574
10. Austria.	255	1.32

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.93. Año 2004.

Ranking	Valor	Cuota
1. Corea del Sur.	29462	58.872
2. China.	6254	12.497
3. Estados Unidos.	4631	9.254
4. Suiza.	2068	4.132
5. Sudáfrica.	1680	3.357
6. Hong Kong.	1301	2.6
7. Rusia.	1224	2.446
8. Alemania.	1050	2.098
9. Indonesia.	736	1.471
10. Países bajos.	720	1.439

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.93. Año 2003.

Ranking	Valor	Cuota
1. Estados Unidos.	57156	87.357
2. China.	4939	7.549
3. Suiza.	1796	2.745
4. Alemania.	810	1.238
5. Países Bajos.	369	0.564
6. Australia.	358	0.547

Granito elaborado o en planchas. HS 6802.93. Año 2002.

Ranking	Valor	Cuota
1. Estados Unidos.	2368	23.539
2. China.	1757	17.465
3. Países Bajos.	1673	16.63
4. Francia.	1095	10.885
5. Bélgica.	970	9.642
6. Corea del Sur.	557	5.537
7. Brasil.	390	3.877
8. Austria.	380	3.777
9. Taiwán.	360	3.579
10. Mariana.	300	2.982

III ■ ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

Cuando los importadores japoneses importan las piedras en bloque, hacen el pedido a las canteras extranjeras y, ya en Japón, los procesadores de la piedra cortan, pulen y hacen otros acabados antes de ser instalados por los instaladores de piedras.

El trabajo del acabado es generalmente realizado de manera subcontratada por constructores o fabricantes de casas, como parte del proceso de construcción.

- Piedra cruda o en bloque.

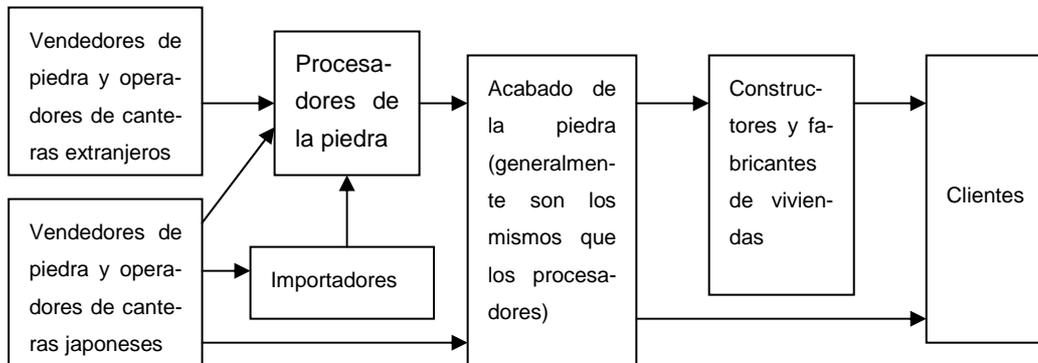
La mayoría de la piedra cruda o en bloque es importada por importadores especializados, quienes la distribuyen a los procesadores de la piedra, aunque estos últimos pueden importarla también directamente.

- Pedidos especiales.

Los procesadores pueden realizar cortes especiales en los bloques a petición de los constructores. Después del procesador existe la figura del terminador de la piedra, el que da los últimos retoques. Aunque en la práctica, muchas compañías hacen ambos trabajos: el procesamiento y el acabado. Generalmente, ambos trabajan como subcontratados del constructor.

1.2. Esquema de la distribución

Piedra en bloque:



1.3. Principales distribuidores

Ranking de ventas de las primeras 11 empresas en el mercado japonés. Año 2004.

Millones de yenes.

1. ADVAN CO., LTD.	14.556
2. SEKIGAHARA STONE CO., LTD.	12.125
3. MATSUSHITA SANGYO CO., LTD.	8.304
4. YABASHI MARBLE CO., LTD.	6.023
5. EARTHSTONE CO., LTD.	3.366
6. FUJI MARBLE CO., LTD.	2.911
7. ANDO DAIRISEKI CO., LTD.	2.802
8. HASHIMO CO., LTD.	2.360
9. ANDO MARBLE CO., LTD.	2.279
10. TAKATA CO., LTD.	2.214
11. MINAMI SEKIZAI CO., LTD.	2.193

Fuente: Oficina Comercial de España en Tokio.

ADVAN

Las principales actividades de este grupo son la importación y distribución mayorista de materiales de construcción para exteriores e interiores, especialmente para muros y plantas.

Las operaciones son llevadas a cabo a través de dos departamentos: Materiales de construcción y HRB (*Home Center and Retail Business*). El primer departamento se encarga de la distribución de piedras, azulejos, granito y otros. El segundo se encarga de la importación de bienes para el hogar y otros recursos como herramientas de jardinería.

La compañía también desarrolla su negocio en el sector inmobiliario.

SEKIGAHARA STONE CO., LTD

Compañía que importa piedra natural. Importa en bloque y se encarga de todo el proceso de transformación de la piedra.

Su línea de negocio se basa en: diseño, fabricación y mantenimiento de equipos, obras de construcción con piedra y obras civiles de ingeniería, agencia de viajes y seguros.

La compañía fabrica y vende equipamientos de ultra-precisión, desarrollando su propia tecnología a base de la combinación de hierro, piedra y otras tecnologías.

Para más información, consultar los anexos.

1.4. Tendencias de la distribución

Manejar la piedra requiere experiencia y recursos técnicos en cada fase del proceso, incluyendo importación, procesamiento, diseño y acabado.

Las grandes compañías y sus afiliados controlan el proceso entero desde la importación hasta la instalación. De todos modos, en los últimos años, los países productores están exportando cada vez más productos con mayor valor añadido; esto hace que los importadores y los constructores japoneses puedan importar directamente y así sortear los canales de distribución habituales.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

Las recomendaciones de JETRO sobre el acceso al mercado japonés son las siguientes:

1 Ofrecer precios competitivos.

Los constructores están reduciendo los costes de construcción. Una manera para reducir costes, es importar directamente sin contar con los intermediarios japoneses. Asimismo, se está importando de países baratos como China. Para responder a estas medidas de reducción de precios, los exportadores extranjeros deben tener en cuenta:

-Realizar el procesamiento del acabado de la piedra en lugar de enviar en bloque y así reducir el coste del envío marítimo.

-Realizar el acabado de la piedra en el país de producción para facilitar la exportación directa en vez de hacer el procesamiento en otro país.

2 Reducir costes simplificando la instalación.

Una manera de reducir los costes y ofrecer una gran precisión es simplificar la instalación mediante "cortina PC" (*pre-cast concrete curtain*): bloques de piedra sujetos a un panel de refuerzo.

3 Mejorar la calidad del producto.

Los compradores japoneses son bastante exigentes en la uniformidad en el acabado y en el color, así como en la forma y adecuación del tamaño.

4 Mejorar la precisión en el procesamiento de la piedra.

Los compradores japoneses demandan piedras con formas complicadas y curvilíneas (*yakumono*) así como piedras con formas planas o con grabados. *Yakumono* requiere un procesamiento a mano y quedan muy pocos especialistas en Japón. La industria de la construcción japonesa tendrá que importar *yakumono*.

5 Tipos de piedra originales.

Los propietarios de los edificios y las firmas de diseño demandan unos tipos de piedra únicos y originales, tales como mármol con puntos negros sobre fondo blanco, mármol azul, granito rojo, etc. Los exportadores extranjeros deben tener en cuenta esta necesidad y estar en posición de ofrecer productos originales.

2.2. Estrategias de contacto comercial

Para exportar a Japón es importante tener en cuenta las diferencias culturales que existen a la hora de hacer negocios. Hay dos diferencias que se materializan en dos cuestiones fundamentales:

- 1 La aproximación a la empresa japonesa.
- 2 El desarrollo de una relación comercial.

En cuanto al primer punto, hay que tener presente que una simple carta o llamada telefónica no son suficientes para obtener una respuesta relacionada con la posibilidad de establecer una relación comercial. El hecho de que no se reciba una respuesta inmediata no quiere decir que no exista un interés por parte de la compañía japonesa. La falta de respuesta puede ser debida a diferentes motivos, tales como el desconocimiento de otros idiomas (el uso del inglés no está del todo generalizado en Japón y son pocas las personas que lo dominan), la falta de familiaridad con la compañía extranjera o con sus productos (que puede solucionarse con el envío de catálogos o folletos, a ser posible de pocas hojas y resumido brevemente) y la preferencia japonesa por los contactos personales de confianza.

Una buena manera de obtener contactos es solicitar la ayuda de un organismo comercial japonés (JETRO, Cámaras de Comercio, Asociaciones empresariales, etc.) o extranjero (Oficinas Comerciales, Oficinas de representación autonómica). Estos organismos pueden preparar una agenda o presentar su empresa.

Por otro lado, se puede optar por la aproximación directa. En este caso, es importante contactar con la persona responsable del departamento o sección correspondiente y darle una breve información de su empresa, su cargo dentro de la misma y los negocios comerciales que le gustaría tratar. Para las negociaciones importantes, es aconsejable que el presidente u otra persona con un cargo relevante dentro de la empresa establezca el primer contacto con su homólogo japonés. Esta presentación se llama en japonés *aisatsu*.

En el momento de la negociación en sí misma, se entregan las tarjetas de visitas (*meishi*), las cuales deberían estar impresas en japonés y en inglés. Hay que prestar atención a que la tarjeta no se entregue al revés, que no se guarde mientras esté la otra persona delante y no se escriba encima de ella. Al mismo tiempo de entregar la tarjeta, con las dos manos, se debe hacer una breve reverencia, aunque son muchos los ejecutivos japoneses que al negociar con extranjeros no la hacen al saber que no es la costumbre occidental. En caso de duda, es mejor esperar la iniciativa de la otra parte.

Los japoneses tienden a evitar pronunciar "no" o enfrentarse directamente, y muchas veces cuando dicen "sí" no quieren decir que necesariamente estén de acuerdo, sino que entienden lo que se les está explicando.

La paciencia y la constancia son fundamentales a la hora de negociar con una compañía japonesa. Pueden pasar meses hasta que los japoneses tomen una decisión, ya que se debe analizar en detalle y tomar decisiones en grupo (*ringi*). Por este motivo, en las reuniones pueden asistir varios miembros de la empresa.

Las comunicaciones deben ser rápidas y es importante mantener el contacto, aún cuando se crea que las negociaciones no parecen avanzar.

Es importante cumplir con los plazos de entrega. Además, los importadores son rigurosos con el tamaño y el color de los materiales.

Los japoneses necesitan tener confianza en la otra parte y esto lleva tiempo pero una vez ganada la confianza son fieles clientes.

2.3. Promoción y publicidad

El "Acta contra la representación engañosa" prohíbe el etiquetado falso o de contenido exagerado que pueda engañar al consumidor sobre la naturaleza o calidad de sus productos.

Desde la revisión de mayo de 2003, la Comisión para el Comercio Justo puede demandar documentación que pruebe con una base racional que tal producto, por ejemplo, tiene verdaderamente una mayor calidad, etc. Si el importador o el vendedor no pueden facilitar la documentación requerida, se le puede considerar como etiquetado indebido (así como la publicidad que pueda engañar sobre el país de origen del producto).

La Ley de Estandarización Industrial (JIS Law) define los estándares para varios productos. Los productos que cumplan las condiciones JIS pueden llevar una marca de reconocimiento conocido como la JIS Mark. Los materiales de construcción (A5003-95) y los azulejos cerámicos (A5209-94) están cubiertos bajo el sistema de la JIS Mark desde octubre de 2005. Ahora es posible indicar la JIS Mark para cada producto si el certificado está garantizado por una organización aprobada por el gobierno. En el pasado, las entidades que podían indicar una JIS Mark eran solamente los fabricantes o los procesadores, tanto de Japón como del extranjero.

Bajo el sistema JIS, las compañías de ventas, los importadores y los exportadores pueden también tenerlo al alcance y, además, es posible obtener una certificación para un determinado lote.

La mejor manera de hacer publicidad en Japón es participando en las ferias que se realizan del sector de una manera destacada.

Para más información sobre JIS Mark:

<http://www.jisc.go.jp/eng/jis-mark/index.html>

IV ■ ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

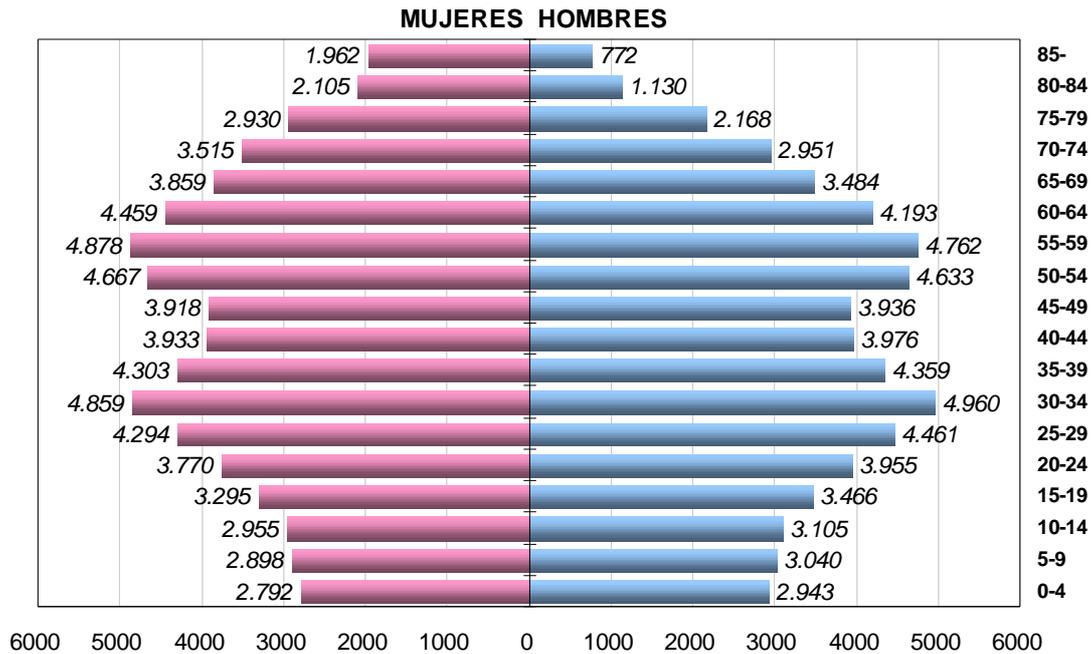
La población, según estimaciones oficiales, en el año 2006 era de 127,7 millones, de los cuales el 79,7% era población urbana. La tasa de crecimiento respecto al año anterior es de un 0,02% y la densidad demográfica es de 337,9 hab./km².

La distribución por sexos se sitúa en un 48,79% de hombres frente a un 51,21% de mujeres.

Existe un alto grado de homogeneidad racial y no hay problemas sociales de índole étnica. El pueblo japonés conserva el sentido de responsabilidad colectiva, la escrupulosidad en cumplir los compromisos, la jerarquía por razones de edad y posición social, la convivencia armoniosa, etc., factores que permiten gran estabilidad social y seguridad de los ciudadanos.

Las tendencias demográficas en Japón apuntan hacia un envejecimiento progresivo de la población, tal y como se observa en la siguiente gráfica.

La tasa de natalidad es baja (8,9 por 1000) y se estima que para el año 2020 una cuarta parte de la población será mayor de 65 años.



Fuente: De elaboración propia a partir de Japan Statistic Bureau.

1.2. Factores económicos

Año fiscal japonés: del 1 de abril al 31 de marzo.

Según datos del gobierno japonés, Japón creció en términos reales un 2,3% en 2004, un 2,8% en 2005 y un 2,2% en 2006. La demanda interna contribuyó en 1,4 puntos porcentuales y la demanda externa en 0,8 puntos porcentuales. Aunque las tasas de crecimiento económico son moderadas, lo cierto es que Japón lleva ya más de 6 años consecutivos de expansión económica.

El problema de los créditos morosos de las instituciones financieras está resuelto. Su monto disminuyó desde los 41,4 billones de yenes a finales de marzo de 2000 a los 12,3 billones de yenes (unos 76,8 millardos de euros) a septiembre de 2006 según la Financial Service Agency. La credibilidad del sistema financiero está consolidada y la mayoría de los bancos están registrando rentabilidades sin precedentes.

1.3. Tendencias legislativas

No hay una regulación legal, en principio, para la importación de materiales de construcción. Sin embargo, desde septiembre de 2005 y bajo la *Industrial Safety and Health Law* (Ley de seguridad y salubridad industrial) y la *Foreign Exchange and Foreign Trade Law* (Ley de Intercambio internacional y Ley de Comercio Exterior), la importación de artículos que contengan asbesto en más de 1% de su peso están prohibidos.

Industrial Safety and Health Law (Ley de Seguridad y Salubridad Industrial)

Prohíbe manufacturar, importar, transferir, proveer o usar aquellos productos que perjudiquen seriamente la salud de los trabajadores. Según esta ley, el asbesto es conocido por causar cáncer de pulmón y malignant mesothelioma si se absorbe.

No hay una regulación para la venta de materiales de construcción, pero sí para el etiquetado bajo el *Act Against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations*.

En Japón, la construcción de todas las edificaciones está sujeta de regulación bajo la *Building Standard Law*. Además, algunas ventas puerta a puerta, venta por correo (incluido Internet), venta en cadena y otras transacciones comerciales específicas están sujetas a la *Specified Commercial Transactions Law*.

Building Standard Law

Esta ley estipula estándares técnicos sobre la estructura y el equipamiento de edificios:

http://wwwsr.mlit.go.jp/ftxt/all_list.cgi

2. EVALUACIÓN DEL VOLUMEN DE LA DEMANDA

2.1. Crecimiento esperado

Las piedras más usadas en la construcción en Japón son el mármol para interiores y el granito para exteriores. Prácticamente todo el mármol importado es para el uso en construcción y el mármol italiano, como el travertino, son usados como acabados de gama alta en hoteles y grandes complejos comerciales. Por otro lado, la mitad del granito es importado de China y es usado en lápidas funerarias y otros usos distintos a la construcción. En el pasado, las piedras chinas raramente cumplían con las exigencias de calidad demandadas en Japón pero en los últimos años la tecnología china ha mejorado y, junto con unos precios muy competitivos, ha hecho que ese país haya ganado una gran cuota de mercado no sólo en el granito sino también en mármol.

Desde 2003, grandes proyectos se están realizando en el área metropolitana de Tokio y, como consecuencia, se ha incrementado la demanda de los materiales de construcción. Las ventas de la compañía líder del sector, Advan, llegaron a ser de 15.06 billones de yenes al final del año fiscal 2005 (3.4% más sobre el año anterior). Esta compañía espera incrementar ventas y beneficios en los próximos años. Sin embargo, solamente las dos primeras grandes compañías de la construcción esperan aumentar las ventas, porque los constructores sufren fuertes demandas en disminuir los costes de construcción y esto ha supuesto un leve descenso en la demanda de piedra natural, así como los precios y el coste de mano de obra que se siguen abaratando. Es decir, la industria de la piedra de construcción en general está pendiente de recuperarse.

Ante la necesidad de disminuir los gastos de construcción, los propietarios de edificios y los despachos de arquitectos que utilizan la piedra natural insisten en la calidad del producto pero con precios competitivos.

Por otro lado, hasta ahora, el uso del azulejo estaba limitado a los interiores del edificio pero los adhesivos orgánicos han hecho posible instalar azulejos en los muros exteriores.

2.2. Tendencias industriales

La demanda de los materiales de construcción está muy influenciada por las tendencias en el mercado de la construcción y el número de nuevas edificaciones.

El mercado de la construcción en Japón se ha mantenido estable desde 1997 pero la economía japonesa aún no se ha recuperado totalmente.

El número total de nuevas construcciones ha sufrido un leve ascenso durante tres años consecutivos desde 2003, siendo en 2005 de 186.06 millones de m² (una subida del 3.1% respecto al año anterior) y con un coste en construcción superando los 28 trillones de yenes por primera vez en cinco años.

El área total dedicada a edificios públicos ha decrecido consecutivamente en los últimos cinco años, mientras que la dedicada a los privados ha llegado a ser de 93.13 millones de m² en 2005, con una subida de 11.7% respecto al año anterior.

Gracias a la expansión de los negocios, las empresas privadas están invirtiendo más capitales. Especialmente en la zona metropolitana de Tokio, se están llevando a cabo grandes proyectos como consecuencia de un nuevo plan de desarrollo urbano y una disminución de las restricciones. Dentro de esos grandes proyectos se encuentran grandes complejos comerciales, hoteles y edificios de apartamentos de gran altura.

La mejora de los beneficios en diferentes industrias ha sido un incentivo adicional para hacer más inversiones de capital y el mercado del sector de la construcción está experimentando una tendencia al alza.

Las nuevas construcciones se han mantenido estables sobre 1.2 millones por unidad durante varios años. Aunque supone una bajada respecto a otros años (el máximo fue en 1996 con 1.63 millones de unidades), la economía crece de manera estable desde 2003 y las nuevas edificaciones han experimentado un crecimiento consecutivo durante dos años.

En 2004, las nuevas construcciones crecieron un 1.7% respecto al año anterior en 1.193.038 unidades. La mayor contribución al crecimiento del sector han sido las construcciones de edificios de gran altura de apartamentos, los chalés construidos por encargo del propietario y los edificios para pequeños pisos de alquiler edificados como inversión privada.

La demanda encabezada por Tokio se está expandiendo a otras regiones. El impuesto de exclusión relacionado con la donación *inter vivo* en la adquisición de propiedades ha pasado de los 25 a 35 millones de yenes y ha incrementado el nivel de apoyo financiero de la población del *baby boom* (los niños nacidos inmediatamente después de la finalización de la Segunda Guerra Mundial) y esto ha aumentado el número de compra de viviendas por parte de compradores más jóvenes, generalmente los hijos de la generación del *baby boom*. Sin embargo, en relación con los cortes en la reducción de los impuestos de los créditos inmobiliarios, el número de propiedades de viviendas (una nueva casa construida para la residencia de individuos), ha empezado a decrecer de nuevo. Incluso para los condominios (grandes edificios de apartamentos), que estaban experimentando una crecida, un número creciente de ellos están sin vender en la zona metropolitana por la sobreoferta. De este modo, se mantiene la incertidumbre sobre el futuro de la industria inmobiliaria. Ante los cortes en los impuestos de los créditos inmobiliarios, se podría decir que se reducirá el número de unidades en los próximos años.

Por otro lado, a finales de 2005 se descubrió que se habían construido edificios que no cumplían con los mínimos de seguridad en caso de terremoto y que se había ocultado a la opinión pública. Este escándalo ha repercutido en la confianza de la sociedad.

Casi la mitad de los 24 millones de casas que hay en Japón son lo suficientemente antiguas como para necesitar una reforma (construidas hace más de 15 años). El tamaño del mercado de la remodelación, incluyendo el equipamiento, está en unos 7 trillones de yenes actualmente. Ahora la industria inmobiliaria japonesa está trabajando para aumentar el número de reformas y no depender así tanto del mercado de las nuevas construcciones.

2.3. Tendencias medioambientales

Existe una guía denominada "Guía para diseño y construcción" (*Guideline for design and construction*) pero conocida como "estándar para el ahorro de energía en la próxima generación". Esta guía indica el procedimiento que debe tener en cuenta un constructor para el ahorro de energía en la construcción de las casas en temas de aislamiento y densidad del aire. Especifica qué materiales de aislamiento y qué métodos de construcción deben ser empleados. Japón está dividido en seis regiones y los estándares a seguir deben tener en cuenta las diferencias climatológicas entre las regiones para el ahorro de energía tanto en el aire acondicionado como en el sistema de calefacción.

La Ley de Ahorro de Energía (*Energy Saving Law*) ha sido revisada con el fin de adaptarse al protocolo de Kyoto, por lo que las medidas en materia de ahorro de energía en el campo de la construcción han sido endurecidas. Desde abril de 2006, la ley requiere a los propietarios de determinados edificios (todos aquellos con más de 2.000 m²) mantener informada a la Administración de las nuevas construcciones y reformas que se hagan. Además, la ley obliga a hacer informes regulares sobre el mantenimiento del edificio (hasta la fecha, solamente era obligatorio para los edificios no residenciales informar sobre nuevas construcciones y reformas).

Los constructores están obligados a emplear equipamientos de prevención de incendios en casos de edificios que se encuentren en gran proximidad, en las entradas de los condominios o edificios de apartamentos, hoteles y en ventanas de los muros exteriores.

La Ley de Calidad (*Housing Quality Assurance Law*) obliga a los nuevos edificios residenciales a incluir una garantía de diez años que cubra los defectos de los componentes estructurales básicos (incluidos muros, vigas, suelos, techos y otras estructuras similares). Durante esos diez años, el vendedor tiene la obligación de reparar o indemnizar al comprador.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Hay una buena percepción del producto español, tanto en granito como en mármol. Se considera que los productos españoles tienen calidad y diseño.

Ante la necesidad de reducir los costes de producción, el precio es el principal condicionante en el mercado hoy día y esto es lo que hace que un importador japonés se decante por un producto de un país o de otro.

La competitividad de los precios de los productos chinos y la cada vez mejora de su calidad hace que los productos españoles hayan perdido cuota de mercado, sobre todo en el granito.

V ■ ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

ARCHITECTURE + CONSTRUCTION MATERIALS 2007 (13th edition)

A. -FICHA TÉCNICA: AÑO 2007.

Nombre de la feria: Architecture and Construction Materials.

Fecha: 6-9 de marzo de 2007.

Edición: 13º.

Frecuencia: Anual.

Lugar de celebración: Tokyo Big Sight. Pabellones 5 y 6.

Dirección: 3-21-1 Ariake, Koto-ku, Tokyo 135-0063.

Horario de la feria: 10:00 – 17:00 horas.

Precio de la entrada: Gratis previa inscripción en Internet. 1.500 yenes en taquilla.
Grupos de más de 20 personas: 1.000 yenes.

Medios de transporte: Estación Kokusai Tenjijo/ Kokusai Tenjijo Seimon. Líneas JR, Rinkai, Yurakucho, Yurikamome, Tokyo Monorraíl.

Carácter: Mixto.

Sectores convocados:

- Materiales de madera, cerámicos, plásticos, metálicos, compuestos (ornamentación exterior/interior, reducción del ruido, resistentes al agua, aislante, materiales térmicos, materiales de estructura).
- Piedra de construcción (piedra natural, maquinaria, instrumentos cortantes).
- Interior (suelos, cortinas, empapelados, muebles).
- Exterior (pavimentos, lucernarios, cobertizos, aspersores).
- Diseño, planificación, construcción (software, productos de dibujo, medición, instrumentos, técnicas de construcción, estructuras prefabricadas).
- Equipamiento (aire acondicionado/ventilación, solar, cocina, fontanería, baño, ascensor, iluminación, automatismos, aparcamientos).
- Información relacionada (publicaciones, consultoría).

Nombre del organizador: Space Media Japan Co., Ltd.

Dirección del organizador: 5-1-6F, Kojimachi, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0083 Japan

Teléfono del organizador: +81 3 3512 5670.

Fax del organizador: +81 3 3512 5680.

E-mail del organizador: yuko@smj.co.jp

Persona de contacto: Yuko Fukunaga.

Página web: www.shopbiz.jp

Fechas de la próxima edición: 4-7 marzo 2008.

Número de metros cuadrados: 5.490 m2.

Reparto por sectores: 1. Arquitecto/Diseñador. 2. Constructor. 3. Inmobiliaria. 4. Contratista. 5. Mayorista/Importador. 6. Proveedor de muebles. 7. Gobiernos locales. 8. Distribuidor/Minorista. 9. Otros.

Número de expositores: 272 empresas.

Número de stands: 610 stands.

Reparto por nacionalidad: 29 empresas extranjeras. 57 stands.

Número de visitantes 2007: 140.357.

Día 6: 28.045.

Día 7: 32.799.

Día 8: 37.771.

Día 9: 41.742.

Actividades coincidentes:

JAPAN SHOP

LIGHTING FAIR

RETAILTECH JAPAN

SECURITY SHOW

IC CARD WORLD

FRANCHISE SHOW & BUSINESS EXPO

5 seminarios (solamente en lengua japonesa).

Precio del m2:

Stand de 3x3 m2: 388.500 yenes por un stand.

367.500 yenes por stand adicional.

Servicios ofrecidos:

- | | |
|---|--------------------------------|
| 1. Secretariado internacional. | 7. Autobús lanzadera gratuito. |
| 2. Servicio de decoración y electricidad. | 8. Invitaciones adicionales. |
| 3. Business Center. | |
| 4. Sala de Prensa. | |
| 5. Sala para invitados internacionales. | |
| 6. Cambiador para mujeres. | |

B.- INFORMACIÓN CUALITATIVA

Datos 2006

Número de expositores: 283 (extranjeros 47).

Número de stands: 590.

Número de visitantes: 260.358. (2007: 140.357).

Número de m2: 5.310.

Es la feria más importante del sector en todo Japón.

Como se observa en los datos de 2006, en 2007 hubo un descenso tanto en el número de expositores (11 menos) como en el número de stands (20 menos), así como un descenso de 120.001 visitantes.

Architecture and Construction Materials se celebra conjuntamente con Japan Shop, Lighting Fair, Retail Tech, Security Shop, IC Card y Franchise Show & Business Expo, siendo la primera feria de construcción de Japón.

En la feria se dan cita los especialistas del sector, tanto fabricantes como importadores y distribuidores nacionales y extranjeros. Es una cita importante a la hora de hacer contactos y ver las novedades en el sector. Es destacable el gran número de empresas chinas participantes que, según los importadores, están copiando el diseño de las empresas europeas en materiales de decoración como azulejos o terracotas, aunque su calidad y precio es más bajo.

Algunos países extranjeros como Australia o Canadá han participado con pabellón nacional propio.

JAPAN DIY HOMECENTER SHOW

Frecuencia: Anual.

Sectores convocados: Hobby, mobiliario, partes, porcelana, vidrio, maquinaria, instrumentos, materiales de construcción, materiales de reparación, seguridad del hogar.

Lugar: Makuhari Messe, Chiba.

Carácter: Mixto.

Precio entrada: Gratis previo registro en la página web.

Número de visitantes 2006: 80.127.

Número de expositores 2006: 555.

Número de stands: 1.301.

Nombre organizador: Japan DIY Industry Association (Space Media Japan Co., Ltd).

Teléfono del organizador: +81 3 3512 5670.

E-mail del organizador: diy@smj.co.jp

Página web: www.diy.show.jp

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

Organismos oficiales de representación española y promoción del comercio exterior en Japón.

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN TOKIO

Roppongi 1-3-29, Minato ku, Tokio 106-0032.

Tel: +81 03 5575 0431

Fax: +81 03 5575 6431

www.oficinascomerciales.es

SPAIN BUSINESS AND TECHNOLOGY OFFICE (SBTO)

Embajada de España. Roppongi 1-3-29, Minato ku, Tokio 106-0032.

Tel: 81-3-35052631

Fax: 81-3-35052634

www.sbto.or.jp

COPCA (CONSORCIO DE PROMOCIÓ COMERCIAL DE CATALUÑA)

Da Vinci Kamiya-cho Bldg. 3F, 1-11-9, Azabudai, Minato-ku, Tokyo 106-0041.

Tel: +81 3 5575 3693

Fax: +81 3 5575 0196

www.copca-tokyo.com

IVEX (INSTITUTO VALENCIANO DE LA EXPORTACIÓN)

Akasaka OS Bldg. 2F, Akasaka, 2-21-15, Minato –ku. Tokyo 107-0052.

Tel: +81 03 5561 9831

Fax: +81 03 5561 9830

ivextko@ivextko.or.jp

IGAPE (INSTITUTO GALLEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA)

Yatsuya Bldg. 8F, Higashi-Azabu, 1-3-8. Minato-ku.

Tel: +81 03 3584 1861

Fax: +81 03 3584 1862

igapejap@gol.com

Organismos de promoción del comercio exterior de Japón

JETRO (JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION)

2-5 Toranomom 2 Chome, Minato-ku. Tokyo 105-001

Tel: +81 03 3582 5511

Fax: +81 03 3585 3628

www.jetro.go.jp

OSAKA CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

2-8, Honmachibashi, Chuo-ku, Osaka 540-0029

Tel: +81 06 6944 6400

Fax: +81 06 6944 6293

www.osaka.cci.or.jp

JAPAN FEDERATION OF ECONOMIC ORGANIZATIONS (KEIDANREN)

9-4, Otemachi 1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 10-0004

Tel: +81 03 3279 1411

Fax: +81 03 5255 6232

www.keidanren.or.jp

TOKYO CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

2-2, Marunouchi 3 Chome, Chiyoda ku. Tokyo 105-0005

Tel: +81 03 3283 7823

Fax: +81 03 3211 4859

www.jcci.or.jp

JAPAN FEDERATION OF IMPORTERS ORGANIZATION

Hougaku Bldg. 4 Fl 19-14 Toranomom, Minato-ku. Tokyo

Tel: +81 03 3581 9251

Fax: +81 03 3581 9217

yudanren@fancy.ocn.ne.jp

NATIONAL FEDERATION OF SMALL BUSINESS ASSOCIATIONS

Zenchu-Zenmi Bldg. 1-26-19, Shinkawa, Chuo-ku, Tokyo 104-0033

Tel: +81 03 3523 4901

Fax: +81 03 3523 4909

www.chuokai.or.jp

EL MERCADO DEL GRANITO Y EL MÁRMOL EN JAPÓN

Gobierno y Administración de Japón

MINISTERIO DE TRABAJO, SALUD Y BIENESTAR SOCIAL

1-2-2 Kasumigaseki, Chiyoda-ku,

Tokyo 100-8916

Tel: +81 03 5253 1111

www.mhlw.go.jp

MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO E INDUSTRIA

1-3-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokio 100-8901

Tel: +81 03 3501 1511

www.meti.go.jp

MINISTERIO DE MEDIOAMBIENTE

Godochosha No.5, Kasumigaseki 1-2-2

Chiyoda-ku, Tokyo 100-8975

Tel: +81 03 3581 3351

www.env.go.jp

MINISTERIO DEL INTERIOR

1-2 Kasumigaseki 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8926.

Tel: +81 03 5253 5111

www.soumu.go.jp

EL MERCADO DEL GRANITO Y EL MÁRMOL EN JAPÓN

MINISTERIO DE JUSTICIA

Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8977

Tel: +81 03 3580 4111

www.moj.go.jp

MINISTERIO DE TIERRA, INFRAESTRUCTURA Y TRANSPORTE

2-1-3 Kasumigaseki, Chiyoda-ku,

100-8944 Tokyo

Fax (+81)-3-3580-7050

<http://www.mlit.go.jp/english/>

Organizaciones industriales

The Building Stone Association of Japan

Ogura Bldg. 1-36-11 Asakusa-bashi, Taito-ku, Tokyo 111-0053

Tel: 03-3866-0543

Fax: 03-5687-3406

<http://www.kenchikusekizai.org/>

Japan Stone Traders Association (JASTA)

2-13-45 Kami-Osaki, Shinagawa-ku, Tokyo 111-0053

Tel: 03-3440-1401

Fax: 03-3440-1410

EL MERCADO DEL GRANITO Y EL MÁRMOL EN JAPÓN

Japan Construction Material & Housing Equipment Industries Federation

2-17-6 KDX bldg. 5F, Tokyo 103-0007

Tel: 03-5640-0901

Fax: 03-5640-0905

<http://www.jkiss.or.jp/kensan/index.htm>

The Building Center of Japan

6-1-8 Sotokanda, Chiyoda-ku, Tokyo 101-8986

Tel: 03-5816-7525

Fax: 03-5816-7541

www.bcj.or.jp

ICEX

EL MERCADO DEL GRANITO Y EL MÁRMOL EN JAPÓN

Grandes constructores japoneses

General Contractors: grandes constructores japoneses

EMPRESA	DOMICILIO	LOCALIDAD	PROVINCIA	COD_POSTAL	TELEFONO	FAX
ANDO CORP.(filial: EBIRA CORPORATION)	ANDO BLDG., BEKKAN 5F, 2-2-9 YAESU	CHUO-KU	TOKYO	104-0028	3 32450461	3 32450462
ASANUMA CORPORATION	5, ARAKI-CHO	SHINJUKU-KU	TOKYO	160-0007	3 32693107	3 52693151
DAI NIPPON CONSTRUCTION	2-35, ICHIGAYA-TAMACHI	SHINJUKU-KU	TOKYO	162-0843	3 32677086	3 32677668
DAIHO CONSTRUCTION CO., LTD.	1-24-4, SHINKAWA	CHUO-KU	TOKYO	104-0033	3 32977008	3 35514005
DOWA ENGINEERING CO., LTD.	DOWA BLDG., 5-10-5 SHINBASHI	MINATO-KU	TOKYO	105-0004	3 54708672	3 54708680
FUDO CONSTRUCTION CO., LTD.	2-1, TAITO 1-CHOME,	TAITO-KU	TOKYO	110-0016	3 38376038	3 38319455
FUJITA CORPORATION	4-25-2, SENDAGAYA	SHIBUYA-KU	TOKYO	151-8570	3 54743938	3 54743270
ITOGUMI CONSTRUCTION CO., LTD.	4-1, KITA-SHIJO-NISHI, CHUO-KU	SAPPORO	HOKKAIDO	060-8554	11 2616111	11 2225398
KAJIMA CORPORATION	28F, 3-7-1, NISHI-SHINJUKU	SHINJUKU-KU	TOKYO	163-1028	3 53245880	3 53245937
KITANO CONSTRUCTION CORPORATION	1-9-2, GINZA	CHUO-KU	TOKYO	104-0061	3 35627382	3 35627394
KONOIKE CONSTRUCTION CO., LTD.	2-3-11, KANDA-SURUGADAI	CHIYODA-KU	TOKYO	101-0062	3 32967638	3 32945387
KUBOTA CONSTRUCTION	DA VINCI TSUKIJI 22F, 6-22 AKASHI-CHO	CHUO-KU	TOKYO	104-0044	3 35479200	3 35479205
KUMAGAIGUMI CO., LTD.	2-1, TSUKUDO-CHO	SHINJUKU-KU	TOKYO	162-0821	3 52613621	3 32353308
MAEDA CORPRATION	2-10-26, FUJIMI	CHIYODA-KU	TOKYO	102-0071	3 54765154	3 32623339
mitsui CONSTRUCTION CO., LTD.	1-9-1, NAKASE, MIHAMA-KU	CHIBA	CHIBA	261-0023	43 2127721	43 2127731
NAKANO CORPORATION	4-2-28, KUDANKITA	CHIYODA-KU	TOKYO	102-0073	3 32654160	3 32654167
NISHIMATSU CONSTRUCTION CO., LTD.	1-20-10, TORANOMON	MINATO-KU	TOKYO	105-0001	3 35027694	3 35802745
NIPPON ROAD CO., LTD.	1-6-5, SHIMBASHI	MINATO-KU	TOKYO	105-0004	3 35713890	3 32894489
NIPPON HODO CO., LTD.	1-19-11, KYOBASHI	CHUO-KU	TOKYO	104-0031	3 35636743	3 35677059
NITTO DAITO KOGYO CO., LTD.	1-4-9, HIRAKAWACHO	CHIYODA-KU	TOKYO	106-8621	3 36301581	3 36301593
OBAYASHI CORPORATION	SHINAGAWA INTERCITY TOWER B, 2-15-2, KONAN	MINATO-KU	TOKYO	108-8502	3 57691788	3 57691894
OHKI CORPORATION	1-23-2, KANDA-SUDA-CHO	CHIYODA-KU	TOKYO	101-0041	3 32557887	3 32534737
ORIENTAL CONSTRUCTION CO., LTD.	2-1-1, HIRAKAWACHO	CHIYODA-KU	TOKYO	102-0093	3 32611174	3 32341949
PENTA-OCEAN CONSTRUCTION CO., LTD.	2-2-8, KORAKU	BUNKYO-KU	TOKYO	112-0004	3 38177181	3 38177642
P.S.MITSUBISHI CONSTRUCTION CO., LTD.	G7 BLDG., 7-16-12 GINZA	CHUO-KU	TOKYO	104-8215	3 45623028	3 45623035
RINKAI CONSTRUCTION CO., LTD.	2-3-8, SHIBA	MINATO-KU	TOKYO	105-0014	3 54761732	3 54762635
SHIMIZU CORPORATION	SEAVANS SOUTH, 1-2-3, SHIBAURA	MINATO-KU	TOKYO	105-0014	3 54410438	3 54410527
SHIRAIISHI CORPORATION	1-14, KANDA-IWAMOTOCHO	CHIYODA-KU	TOKYO	101-0033	3 32539123	3 52960850
SUMITOMO CONSTRUCTION CO., LTD.	13-4, ARAKICHO	SHINJUKU-KU	TOKYO	160-0077	3 32255127	3 33535559
TAIMEC CORPORATION	SHINJUKU CENTER BLDG., 1-25-1 NISHI-SHINJUKU	SHINJUKU-KU	TOKYO	163-0606	3 53815526	3 53815529
TAKENAKA CORPORATION	8-21-1, GINZA	CHUO-KU	TOKYO	104-0061	3 35427100	3 35418825
TEKKEN CORPORATION	2-5-3, MISAKI-CHO	CHIYODA-KU	TOKYO	101-0061	3 32212193	3 32653776
TOA CORPORATION	5, YONBAN-CHO	CHIYODA-KU	TOKYO	102-8451	3 32303648	3 32629536
TOBISHIMA CORPORATION	2, SANBANCHO	CHIYODA-KU	TOKYO	102-0075	3 52147741	3 32623255
TODA CORPRATION	1-7-1, KYOBASHI	CHUO-KU	TOKYO	104-0031	3 35351591	3 35615745
TOKAI KOGYO CO., LTD.	2-7-1, HACCHO-BORI	CHUO-KU	TOKYO	104-0032	3 35233857	3 35233883
TOKURA CONSTRUCTION CO., LTD.	3-13-5, NISHIKI, NAKA-KU	NAGOYA	AICHI	460-0003	52 9613274	52 9711570

EL MERCADO DEL GRANITO Y EL MÁRMOL EN JAPÓN

TOKYU CONSTRUCTION	1-16-14, SHIBUYA	SHIBUYA-KU	TOKYO	150-0002	3 54665483	3 54666285
TOYO CONSTRUCTION CO., LTD.	3-7-1, KANDA-NISHIKI-CHO	CHIYODA-KU	TOKYO	101-8463	3 32964626	3 32964662
WAKACHIKU COSTRUCTION CO., LTD.	2-23-18, SHIMOMEGURO	MEGURO-KU	TOKYO	153-0064	3 34920279	3 37797943

Importadores japoneses de piedra natural

Importadores Japoneses de Piedras Naturales

RAZON_SOC/	TELEFONO	FAX	DOMICILIO	LOCALIDAD	PROVINCIA	COD_POSTAL
ADVAN CO., LTD.	3 34750284	3 34750416	4-32-14, JINGUMAE	SHIBUYA-KU	TOKYO	150-0001
AICHI KOEKI CO., LTD.	52 9354735	52 9359549	95, KUROMONCHO, HIGASHI-KU	NAGOYA	AICHI	461-0035
ANDO MARBLE CO., LTD.	3 35532100	3 35532179	2-3-2, HACCHOBORI	CHUO-KU	TOKYO	104-0032
ANDO DAIRISEKI CO., LTD.	3 37651114	3 37651117	KADOYA BLDG., 3F, 6-24-10 MINAMIOI	SHINAGAWA-KU	TOKYO	140-0013
APRO TRADING K.K.	3 34408780	3 34408783	AIOS HIROO BLDG. 11-2, HIROO 1-CHOME,	SHIBUYA-KU	TOKYO	150-0012
ASAH/ DAIRISEKI KOGYO CO., LTD.	968 241100	968 231010	1812-26, NI-TABATA, MORIKITA	KIKUCHI-SHI	KUMAMOTO	861-1312
ASAH/ DAIRISEKI KOSAKUJO CO., LTD.	6 69546661	6 69546665	1-9-24, NAKAMIYA, ASAH-KU	OSAKA	OSAKA	535-0003
CORSO STONE INC.	45 5904803	45 5904804	5-25-27, TAKADA-NISHI, KOUHOKU-KU	YOKOHAMA	KANAGAWA	223-0066
COSMO MARBLE CO., LTD.	584 278112	584 278113	171, JOUROKUDOU, GOUDO,	ANPACHI-GUN	GIFU	503-2304
EARTHSTONE CO., LTD.	584 714633	584 714667	1982, AKASAKA-CHO	OGAKI	GIFU	503-2213
EURO STONE	729 436768	729 436546	2-52, OJI KITAMACHI	YAO	OSAKA	581-0882
FUJI MARBLE CO., LTD.	584 343108	584 343370	308 MUROHARA, YOUROU-CHO	YOUROU-GUN	GIFU	503-1301
FUJITA STONE CO., LTD.	764 783200	764 791119	5, SANGO	TOYAMA	TOYAMA	939-3548
GIFU RYUTSU STONE CO., LTD.	584 343633	584 343630	MUROHARA 339, YORO-CHO	YORO-GUN	GIFU	503-1301
GRANITE CO., LTD.	11 3739518	11 3739519	16-11, MATSUBA-CHO 5-CHOME,	KITAHIROSHIMA	HOKKAIDO	061-1136
HASIMO CO., LTD.	287 240010	287 240015	2000, MINAMIKANEMARU	OTABARA	TOCHIGI	324-0012
HIROURA CO., LTD.	3 37836631	3 37866020	1-6-2, FUTABA	SHINAGAWA-KU	TOKYO	142-0043
INAX CO., LTD.	3 52506522	3 52506517	3-6-18, KYOBASHI	CHUO-KU	TOKYO	104-0031
INTERROCK CORPORATION	3 34401401	3 34401410	213-45, KAMIOSAKI	SHINAGAWA-KU	TOKYO	141-0021
ISSHIN JAPAN CO.	3 56106401	3 56106402	ASAI BLDG., 8F, HONJO	SUMIDA-KU	TOKYO	130-0004
ISHI CO., LTD.	3 37756421	3 37756565	31-2, SANNO, 1 CHOME	OTA-KU	TOKYO	143-0023
ISHIYASU CO., LTD.	729 871148	729 871158	5-2-7, NAKAISHIKIRI CHO	HIGASHIOSAKA	OSAKA	579-8014
ITOH KIKOU CO., LTD.	584 435133	584 435188	1457, TAMA,SEKIGAHARA-CHO	FUWA-GUN	GIFU	503-1545
IWASAKI MARBLE CO., LTD.	82 2933221	82 2950308	6-12, TENMA-CHO, NISHI-KU	HIROSHIMA	HIROSHIMA	733-0022
KAMIJYO STONE CO., LTD.	263 472398	263 474976	1-5-11, JYOSAI	MATSUMOTO	NAGANO	390-0875
KANTO MARBLE INDUSTRIES CO., LTD.	3 34637077	3 34637079	1-16-12, AOBADAI	MEGURO-KU	TOKYO	153-0042
MARUEI CO., LTD.	572 278191	572 293797	9-3-2, ASAHIGAOKA	TAJIMI	GIFU	507-0071
MATSUSHIMA SANGYO CO., LTD.	22 3543136	22 3543138	2-14, KONASHIYA, MATSUSHIMA	MIYAGI-GUN	MIYAGI	981-0213
MATSUSHITA SANGYO CO., LTD.	3 33619311	3 33619222	7-2-12, NISHI-SHINJUKU	SHINJUKU-KU	TOKYO	160-0023
MEIJI MARBLE CO., LTD.	6 69417488	6 69440165	2-3-10, YARIYAMACHI, CHUO-KU	OSAKA	OSAKA	540-0027
MINAMI SEKIZAI CO., LTD.	584 272946	584 277510	255, MINAMIGATA, GOUDO-CHO	ANPACHI-GUN	GIFU	503-2328
MUNAKATA ISHIKOZI CO., LTD.	249 446943	249 447339	1, MASERO KANAYA, TAMURA	KORIYAMA	FUKUSHIMA	963-0725
MURAKAMI MARBLE CO., LTD.	766 512552	776 511461	61, HARIBARA, HARUE-CHO	SAKAI-GUN	FUKUI	919-0476
NAGOYA MOSAIC-TILE CO., LTD.	572 443060	572 443070	2455-20, KASAHARA-CHO	TOKI-GUN	GIFU	507-0901
NAGOYA TRADING CO., LTD.	52 7924300	52 7924045	314, NAGAMORICHO, MORIYAMA-KU	NAGOYA	AICHI	463-0086
NAGOYA TSUSHO KAISHA LTD.	52 9358521	52 9377767	205, TOKUGAWACHO, HIGASHI-KU	NAGOYA	AICHI	461-0023
NAIGAI CO., LTD.	23 6453232	23 6453235	SEIBU KOGYO DANCHI, 26, TOGAMIDAI	YAMAGATA	YAMAGATA	990-0145
NIHON MARBLE CO., LTD.	3 34963731	3 34963912	1-16-6, EBISUNISHI	SHIBUYA-KU	TOKYO	150-0021

EL MERCADO DEL GRANITO Y EL MÁRMOL EN JAPÓN

NITTO CO., LTD.	572 555451	572 555963	1-1, IZUMIKITAYAMACHO	TOKI	GIFU	509-5171
OHKURA INDUSTRY CO., LTD.	296 551141	296 551140	422-5, HANAWARE, MAKABE-CHO	MAKABE-GUN	IBARAKI	300-4400
SANWA STONE IND. CO., LTD.	45 7517663	45 7532408	1-1-10, MARUYAMA, ISOGO-KU	YOKOHAMA	KANAGAWA	235-0011
SANWA COMPANY LTD.	6 62291024	6 62291082	2F, 1-9-15 KITAHAMA, CHUO-KU	OSAKA	OSAKA	541-0041
SANYO STONE	82 2710721	82 2710749	1-10-12, KOI, NAKA-KU	HIROSHIMA	HIROSHIMA	730-0000
SATO STONE CO., LTD.	3 34910101	3 34910105	1-14, 1-CHOME, OSAKI	SHINAGAWA-KU	TOKYO	141-0032
SAWADA & CO., LTD.	572 225181	572 234716	3-104, IKEDA MACHI	TAJIMI	GIFU	507-0048
SEKIGAHARA STONE CO., LTD.	584 431236	584 432422	2682, SEKIHAGARA, SEKIGAHARACHO	FUWA-GUN	GIFU	503-1591
SHIGEHARA MARBLE INDUSTRY CO., LTD.	426 596267	426 596267	3442-6, KAWAGUCHI-CHO	HACHIOJI	TOKYO	192-0801
SHIMADA STONE CO., LTD.	3 34656290	3 34662160	3-13-3, KITAZAWA	SETAGAYA-KU	TOKYO	155-0031
SHIMIZU DAIRISEKI -KOJYO	6 64512105	6 64514371	8-8-36, EBIE, FUKUSHIMA-KU	OSAKA	OSAKA	553-0001
SHONAN KOSAN TRADING CO., LTD.	44 9664608	44 9661784	2-7-1, KAMIASAO, ASAO-KU	KAWASAKI	KANAGAWA	215-0021
SOWA COMPANY LTD.	6 62810651	6 62641625	1F, YAJIMA BLDG., NISHISHINSAIBASHI, CHUO-KU	OSAKA	OSAKA	542-0086
SUN STONE CO., LTD.	3 32077321	3 32077521	1-3-3, OKUBO	SHINJUKU-KU	TOKYO	169-0072
SUZUKI MARBLE CO., LTD.	3 37640300	3 37640344	1-6-5, OMORI-NISHI	OTA-KU	TOKYO	143-0015
TAIKO TRADING CO., LTD.	3 54746066	3 54746077	1-5-31, MOTOAKASAKA	MINATO-KU	TOKYO	107-8318
TAIMEC CORPORATION	3 53815064	3 33450467	1-25-1, NISHI-SHINJUKU	SHINJUKU-KU	TOKYO	160-0633
TAKATA CO., LTD.	3 38375581	3 38378731	NSK BLDG., 5F, 2-27-3, TAITO	TAITO-KU	TOKYO	110-0016
TOA AGENCY CO., LTD.	3 32637005	3 32637493	5, YONBAN-CHO	CHIYODA-KU	TOKYO	102-0081
TODA CORPRATION	3 35351378	3 35353197	1-7-1, KYOBASHI	CHUO-KU	TOKYO	104-0031
TOYAMA MARBLE INDUSTRY CO., LTD.	76 4413228	76 4312617	2-11-26, SHIMOFUGO	TOYAMA	TOYAMA	930-0814
TOYO TERRAZZO CO., LTD.	3 37875201	3 37875451	1-6-2, FUTABA	SHINAGAWA-KU	TOKYO	142-0043
TOYOTA SEKIZAI KOGYO CO., LTD.	565 450227	565 454117	55, SHIMOGAWARA, UWAHARA-CHO	TOYOTA	AICHI	470-0341
TSUGE GRANITE CO., LTD.	573 460001	573 452041	3288-21, HIRUKAWA-MURA	ENA-GUN	GIFU	509-8310
UM CORPORATION - Import Division	6 63773515	6 63773516	3-1-2, NAKAZAKI NISHI, KITA-KU	OSAKA	OSAKA	530-0015
WADA MARBLE MFG. CO., LTD.	584 711245	584 711241	2-25, AKASAKASHINMACHI	OGAKI	GIFU	503-2206
WAKITA CO., LTD.	6 64491911	6 64491935	1-3-20, EDOBORI, NISHI-KU	OSAKA	OSAKA	550-0002
WILD ROCK CO., LTD.	492 631173	492 631172	3543, KATSUSE	FUJIMI	SAITAMA	354-0031
YABASHI MARBLE CO., LTD.	584 711214	584 711218	273, AKASAKACHO	OGAKI	GIFU	503-2213
YAMATO STONE CO., LTD.	3 38971261	3 38971474	2-15-20, TONERI	ADACHI	TOKYO	121-0831
YKK ARCHITECTURAL PRODUCTS INC. - Mr. Miyuchi, Stone Products Dept, Housing Materials Div	3 56108134	3 56108056	3-22-1 KAMEZAWA	SUMIDA-KU	TOKYO	130-8521
YOSHIDA STONE INDUSTRY CORP.	3 35651081	3 35651083	1F, 5-1-10, MINAMI-NAGASAKI	TOSHIMA-KU	TOKYO	171-0052
YOSHIMOTO CORPORATION	6 62646173	6 62645531	7-26, MINAMISENBA, 2-CHOME, CHUO-KU	OSAKA	OSAKA	542-0081
YURIN BUSSAN CO., LTD.	6 63751621	6 63751602	4-4-11, NAKATSU, KITA-KU	OSAKA	OSAKA	531-0071

3. ENTREVISTAS

La ley de protección de datos japonesa prohíbe difundir los nombres y direcciones de personas a terceros si no han dado su autorización previamente.

1 Nombre de la empresa: Art Stone Ltd.

Dirección: 23-21 Kanseicho, Tsurumi-ku, Yokohama, Kanagawa, Japón.

Teléfono: +81 45 508 7393.

Fax: +34 45 508 7394.

Dirección de e-mail: art-s@biscuit.ocn.ne.jp

Sector: Construcción. Materiales de ornamentación.

Cargo de la persona entrevistada: Encargado.

Fecha de la entrevista: 7 de marzo.

ICEX

Compañía fundada en 1993 y especializada en la fabricación, importación y venta de piedra natural de China, Italia, Irán, etc. También vende materiales de construcción de Estados Unidos y Canadá. Importa granito, mármol y azulejo, entre otros.

En Japón, los colores oscuros son demandados para la decoración de interiores (baños, paredes) porque el negro es un color presente en la cultura tradicional japonesa que se asocia a la tranquilidad. Por otro lado, también hay clientes, sobre todo mujeres jóvenes, que demandan colores vistosos. Depende, entonces, del segmento de la población.

Esta empresa trabaja con varias empresas españolas, de las que piensa que tienen calidad y diseño.

EL MERCADO DEL GRANITO Y EL MÁRMOL EN JAPÓN

2 Nombre de la empresa: The Oyama Company, Ltd. Importers & Exporters.

Dirección: 74 Kyomachi, Chuo-ku, Kobe, Japón.

Teléfono: +81 78 331 9478.

Fax: +81 78 321 5242.

Dirección de e-mail: kinoshita@oyama-company.co.jp

Sector: Importación & Exportación.

Nombre: Yoshitaka Kinoshita.

Cargo: Director general del departamento de ornamentación.

Fecha de la entrevista: 7 de marzo.

La empresa importa materiales de construcción, mármol, azulejos y terracotas, entre otros productos. Últimamente, importa bastantes materiales de una empresa portuguesa. Los materiales son empleados para interiores y para la creación de parques temáticos, edificios comerciales, barcos, etc.

Ahora hay muchas empresas chinas que fabrican el mismo producto más barato pero la diferencia está en la calidad: los productos de Italia, España o Portugal tienen diseño y calidad. El precio de las empresas europeas no varía mucho unas de otras.

Esta empresa estaría dispuesta a conocer a empresas españolas del sector.

EL MERCADO DEL GRANITO Y EL MÁRMOL EN JAPÓN

3 Empresa: JETRO (Japan External Trade Organization).

Dirección: Ark Mori Bldg., 6F, 12-32 Akasaka 1-chome, Minato-ku, Tokyo 107- 6006.

Teléfono: +81 3 3582 5171.

Fax: +81 3 3582 5662.

Dirección de e-mail: info@jetro.go.jp

Sector: Construcción.

Cargo de la persona entrevistada: Asesor de Comercio Exterior.

Fecha de la entrevista: 13 de junio.

Japón no pone ninguna barrera para la importación de materiales de construcción con mayor valor añadido. Sin embargo, los constructores y los clientes japoneses son muy metódicos y exigentes con el producto y no todos los países exportadores de piedras cumplen con tales exigencias. De esta manera, muchos clientes prefieren realizar el procesamiento y acabado de la piedra en Japón.

En los últimos años, la calidad de los productos importados ha mejorado considerablemente, por lo que cada vez es más común importar productos con mayor valor añadido.

Japón cumple con las normas de la Organización Mundial del Comercio. Si un país quiere exportar materiales de construcción a Japón con mayor valor añadido, el país nipón no pone ningún obstáculo, pero tiene que ser ese propio país el que mejore la calidad de su producto.

EL MERCADO DEL GRANITO Y EL MÁRMOL EN JAPÓN

4 Empresa: Takata Co. Ltd.

Dirección: NSK Bldg. 5F, 2-27-3, Taito-ku, Tokyo 110-0016.

Teléfono: +81 3 3837 5581.

Fax: +81 3 3837 8731.

Dirección de e-mail: y.ichimiya@tak1897.co.jp

Sector: Construcción.

Persona entrevistada: Yasuto Ichimiya.

Cargo: Director del Departamento Internacional.

Fecha de la entrevista: 18 de julio.

Takata Co. Ltd. fue fundada en 1897, siendo una de las más antiguas de Japón. Actualmente, es la única que conserva su propia cantera de granito en tierras japonesas. La compañía es importadora solamente de granito para obras civiles.

De la cantera japonesa se extrae cada vez menos granito puesto que el coste de su producción es caro y la empresa busca reducir los costes. De todos modos, siempre hay determinadas construcciones civiles (como por ejemplo, edificios del gobierno o de la Familia Imperial) que necesitan emplear granito japonés.

La mayor parte del granito procede de China, quien domina el mercado y no tiene competencia ante su bajo precio (el salario de un empleado de la cantera en China cuesta solamente 100 dólares USA al mes). Hace diez años, la calidad del granito chino era mala y se importaba en bloque. Hoy día, esa situación ha cambiado. Se importa granito ya procesado y acabado, ya que China ha mejorado sus técnicas utilizando maquinaria italiana. Por otro lado, importando productos acabados el importador japonés ahorra en costes de producción.

Hay compañías españolas que compran el granito chino, lo procesan en China y así se importa desde Japón.

Actualmente, se están llevando a cabo grandes obras en Tokio pero principalmente en esta ciudad, por lo que el mercado se mantiene estable pero sin crecimiento importante.

Para las obras civiles, lo más importante es el presupuesto de los grandes constructores y, por lo tanto, se compra el granito chino al ser el más barato. En cambio, la clase media-alta y alta japonesa prefiere comprar granito europeo para las residencias privadas, al tener más calidad y diseño.

EL MERCADO DEL GRANITO Y EL MÁRMOL EN JAPÓN

Un dato importante a tener en cuenta en el mercado japonés son las estrictas leyes de la Building Standard Law para cumplir con unos mínimos de calidad en la fortaleza de la piedra (al ser un país de gran peligro sísmico).

Los grandes constructores marcan las pautas del mercado en materia de negocio, mientras que los arquitectos son más influyentes en cuanto al diseño.

Los márgenes comerciales varían mucho, dependiendo del pedido (por tipo de piedra y calidad) y pueden variar entre 10%, 20%, 30%. Los grandes constructores quieren reducir costes y esto es complicado para los importadores.

No hay aranceles de entrada y la competencia es libre.

La piedra caliza resulta cara en Japón para exteriores, puesto que necesita ser cubierta con un componente químico que le haga resistente a la lluvia, debe ser recubierto cada dos años y cuesta unos 20 dólares USA/m².

Esta empresa estaría dispuesta a negociar con una empresa española si hubiera una buena oferta.

4. BIBLIOGRAFÍA

- JETRO (Japan External Trade Organization). *Marketing Guidebook for Major Products 2006*.
- JETRO (Japan External Trade Organization). *Marketing Guidebook for Major Products 2004*.
- JETRO (Japan External Trade Organization). *Japanese Market Report. Regulation and practices. Building Stone and Ceramic Tiles*. 1997.
- IGAPE (Instituto Gallego de Promoción Económica). *Estudio de Mercado de materiales de construcción: mármol y granito*. 2000.
- Información obtenida a través de:
 - The Building Stone Association of Japan.
 - The Building Center of Japan.
 - Japan Construction Material & Housing Equipment Industries Federation.
 - Ministerio de Tierra, Infraestructura y Transporte.