

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Berna

El mercado de piedra natural y sus manufactu- ras en Suiza

El mercado de piedra natural y sus manufactu- ras en Suiza

Esta nota ha sido elaborada por Mónica Borjas bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en [ciudad]

Abril 2006

I. CONCLUSIONES	4
II. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	8
III. OFERTA	12
1. Tamaño del mercado	12
2. Producción local	17
3. CONSTRUCCIÓN	18
4. Importaciones	20
IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	26
V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	28
VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	31
VII. DISTRIBUCIÓN	33
VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	36
IX. ANEXOS	37
1. Ferias	37
2. Publicaciones del sector	38
3. Asociaciones	39
4. Otras direcciones de interés	42

I ■ CONCLUSIONES

A pesar de las pequeñas dimensiones del mercado suizo, poco más de 7 millones de habitantes, Suiza compra grandes cantidades de piedra natural (7.400 toneladas en el 2005). Las importaciones de piedra natural en Suiza son mucho mayores que las exportaciones, España ocupa uno de los cinco primeros puestos dentro del ranking de los países que más exportan piedra natural a la Confederación Helvética.

En Suiza hay tradición en el uso de granito y mármol en la construcción, tanto para interiores (suelos, escaleras, baños, cocinas) como para exteriores (jardines, pavimentos, fachadas). También es tradicional el empleo de piedras ornamentales trabajadas para el sector funerario, así como el empleo de pizarra para cubiertas de tejados. La demanda de mármol y granito está ya consolidada, mientras que la de pizarra es mucho menos importante, ya que desde hace años se ha venido sustituyendo por materiales sintéticos que la imitan.

Otros destinos de la piedra natural son las estructuras y construcciones representativas (fachadas de edificios públicos, jardines y parques, mobiliario urbano para zonas residenciales y comerciales, aeropuertos y estaciones de tren) y el sector de la restauración y saneamiento, el cual se prevé que será el principal consumidor de piedra natural en el futuro (renovación de interiores de edificios, refuerzo del nivel representativo de salas públicas, limpieza y saneamiento de fachadas).

A la hora de dirigir las ofertas hay que tener en cuenta la estructura del mercado, sabiendo de qué tipo de empresa se trata y sus referencias. La evolución de su estructura nos afecta, ya que deben replantearse los métodos de actuación y tener en cuenta que el mercado está en constante movimiento. Esto también influye a la hora de dirigirse a los prescriptores, para lo cual deben estar delimitadas las competencias pertinentes. Hay que tener en cuenta que nos encontramos frente a un sector cada vez más especializado, que tiene cada vez más información y está cada vez más cualificado. Otro de los factores decisivos sigue

siendo el precio, además de, por supuesto, la calidad. Debido a la necesidad del ajuste de costes, va a ser el precio del material el que más sufra este planteamiento. Esto debe ser previsto de antemano por el proveedor a la hora de fijar dicho precio y no olvidar, una vez más que el mercado es cada vez más exigente, lo cual implica presentar una oferta atractiva, con garantías de calidad, lo cual se logra tras una previa inversión en I+D.

En primer lugar, la piedra española podría hacerse más competitiva gracias a la eliminación de márgenes que supondría hacer la exportación directamente desde España. Por otro lado, es evidente que la piedra española es menos conocida que la italiana, e incluso la portuguesa, por lo que es necesaria una actuación promocional a nivel individual e institucional para conseguir una imagen diferenciada. A nivel colectivo o institucional se recomiendan acciones promocionales como expotecnias orientadas a mostrar las cualidades de la piedra española, jornadas técnicas orientadas al colectivo de los prescriptores de opinión, campañas informativas en revistas especializadas y exposiciones periódicas en centros especializados en arquitectura.

A la hora de introducir la piedra natural en Suiza, es necesario mostrar un alto grado de profesionalidad, dedicando especial atención al cumplimiento de los plazos, o bien disponer de una presencia continuada en el país, ya sea directamente a través de una filial/ sucursal o bien indirectamente por medio de un agente comercial. Los importadores suizos tienen muy en cuenta a la hora de realizar sus compras los servicios ofrecidos (estándares de calidad, plazos cortos de entrega de material, facilidad y rapidez en los medios de pago utilizados...)

El sector de la piedra natural suizo es exportador de piedra en bloques, principalmente granito, e importador de productos procesados. El nivel tecnológico es medio. Hay empresas que cuentan con tecnología avanzada, mientras que en otras empresas, la tecnología está menos desarrollada.

II. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Las principales rocas consideradas como ornamentales y de revestimiento incluyen mármoles, travertinos, granitos, pizarras, cuarzos, serpentinas, basaltos, entre otras. Los materiales naturales de ornamentación y revestimiento incluyen los tipos de rocas que pueden ser extraídas en bloques o placas, cortadas en formas variadas y posteriormente tratadas con brillos, pulimentos, etc. Las piedras naturales y de revestimiento son clasificadas, desde un punto de vista comercial, principalmente en mármoles y granitos, que corresponden a cerca del 90% de la producción mundial. En el restante 10% se destacan materiales como la pizarra, el cuarzo, entre otros. Cabe observar que las piedras naturales no tienen el carácter de *commodities* minerales, por la falta de homogeneidad del producto, y que su valor se basa en características y especificidades relativas a patrones estéticos y de calidad de los materiales naturales. Las piedras naturales se encuentran en la naturaleza formando rocas constituidas por la asociación de minerales de la misma composición, estructura y origen.

Dada la especial relevancia para el sector español de la piedra natural en este informe nos referiremos fundamentalmente a tres tipos de piedra: el granito, el mármol y la pizarra.

Mármol: Es una piedra caliza, cristalina, de origen sedimentario. Su dureza y resistencia al uso y a los agentes ambientales varía de acuerdo a sus características físicas y químicas, su extraordinaria variedad de colores y vetas, la ha convertido desde tiempos remotos en un elemento decorativo de gran belleza. Está presente en toda la historia de la humanidad, fue la piedra más usada en la construcción de pirámides y el mármol blanco fue ampliamente usado en la construcción de templos y refinadas esculturas. Actualmente es muy usada en interiores

(revestimientos, suelos, cubiertas de cocina y baño, etc.) siendo menos recomendable para exteriores porque se degrada más fácilmente que el granito, por ejemplo. Se trata del producto cuyo valor de exportación es el más elevado. El principal cliente de los mármoles en bruto españoles (año 2005, en cuanto a valor) son los EE.UU., seguido de China, los Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí, entre otros; en el caso del mármol elaborado, los principales compradores son EEUU, Francia, Portugal y Reino Unido.

Granito: Es una roca eruptiva producida en las profundidades de la tierra por la acción de fuerzas internas. Presenta una estructura granulosa de variados colores. El granito esta compuesto por cuarzo, 20 al 40%; feldespato, 16 a 56%; y mica, 14 a 56%, y se lo denomina de acuerdo al elemento que predomina; por ejemplo, granito cuarzoso, feldespático o micáceo. Es la mejor piedra para la construcción por su dureza y duración. El granito ha sido usado extensamente como recubrimiento en edificios públicos y comerciales, y en monumentos. Su nombre se debe a su estructura granular y su utilización es flexible. Su brillo, dureza y resistencia a los agentes atmosféricos (lluvia ácida en los países desarrollados) lo hacen apto para pisos en grandes ciudades, también es recomendable para fachadas y exteriores, así como cubiertas de cocina y baño, etc. El granito pulido es muy popular en cocinas debido a su gran durabilidad y sus calidades estéticas. El granito cuarzoso es el más duro y el micáceo se altera con la humedad disgregándose. Es la piedra natural más exportada en cantidad, pero cuyo valor de exportación es relativamente menor. Los principales compradores de granito en bruto son Italia y Portugal; y los de granito elaborado, Alemania, Portugal, Andorra y EEUU. Se observa un aumento de la importancia relativa de las exportaciones de granito elaborado, que suponen ya el 41,73% del total de granito exportado por España. El granito Black Galaxy de Cheemakurthy de la India es conocido mundialmente por su elegancia.

Pizarra: Las pizarras son rocas de grano fino que se caracterizan por su estructura foliácea. De acuerdo con sus componentes se distinguen 3 tipos de pizarras. Las pizarras micáceas (compuestas por cuarzo, mica, silicato de aluminio y potasio), las pizarras arcillosas (compuestas por silicato, cuarzo y a veces mica) y las pizarras de talco (compuestas con talco y cuarzo con pequeñas cantidades silicato de aluminio y potasio). Sus usos van depender del tipo de pizarra pero entre todas se utilizan habitualmente para suelos en interiores y exteriores, así como para cubiertas de edificios ubicados en zonas de altos niveles de pluviosidad y especialmente en los lugares donde nieva, todo ello debido a su impermeabilidad absoluta y su resistencia óptima a temperaturas extremas. Las pizarreras españolas destinan entre el 80 y el 90% de su producción a la exportación. El principal cliente es Francia que adquirió la mi-

tad del total de las exportaciones españolas en el 2005 y donde la pizarra española es hegemónica en el mercado, seguida de Reino Unido y Alemania.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

El arancel suizo sigue el Sistema Armonizado, igual que la UE, pero esto sólo garantiza la coincidencia de los seis primeros dígitos del código arancelario, es decir, capítulo, partida y subpartida arancelaria. A partir de ahí, los siguientes dos o más dígitos responden a necesidades arancelarias o estadísticas específicamente suizas que no suelen coincidir con las comunitarias. Estos productos se encuentran dentro de las partidas 25.14, 25.15, 25.16, 68.01, 68.02 y 68.03, concretamente, su descripción arancelaria desagregada en 6 cifras es la siguiente:

25.14 Pizarra, incluso desbastada o simplemente troceada por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares

- | | |
|----------|--|
| 25.14.00 | Pizarra, incluso desbastada o simplemente troceada por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares |
| 25.14.00 | las demás |

25.15 Mármol, travertinos, “eucassines” y demás piedras calizas de talla o de construcción de densidad aparente superior o igual a 2,5 y alabastro, incluso desbastados o simplemente troceados por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares

Mármol y travertinos

- 25.15.11 en bruto o desbastados
- 25.15.12 simplemente troceados por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares
- 25.15.20 “eucassines” y demás piedras calizas de talla o de construcción; alabastro

25.16 Granito, porfido, basalto, arenisca y demás piedras de talla o de construcción, incluso desbastados o simplemente troceados por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares

Granito

- 25.16.11 en bruto o desbastado
- 25.16.12 simplemente troceado por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares

Arenisca

- 25.16.21 en bruto o desbastada
- 25.16.22 simplemente troceada por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares

Las demás piedras de talla o de construcción

- 25.16.90 las demás

68.01 Adoquines, encintados y losas para pavimentos, de piedra natural (excepto la pizarra)

68.01.00 Adoquines, encintados y losas para pavimentos, de piedra natural (excepto la pizarra)

68.02 Piedra de talla o de construcción trabajada (excepto la pizarra) y sus manufacturas (con exclusión de las de la partida 6801); cubos, dados y artículos similares, para mosaicos, de piedra natural (incluida la pizarra), aunque estén sobre soporte; gránulos, tasquiles y polvo de piedra natural (incluida la pizarra), coloreados artificialmente.

68.02.10. Losetas, cubos, dados y artículos similares, de cualquier forma en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm.; gránulos, tasquiles y polvo, coloreados artificialmente.

Las demás piedras de talla o de construcción y sus manufacturas simplemente talladas o aserradas, con superficie plana o lisa:

68.02.21 Mármol, travertinos y alabastro

68.02.22 Las demás piedras calizas

68.02.23 Granito

68.02.29 Las demás piedras

Los demás

68.02.91 Mármol, travertinos y alabastro

68.02.92 Las demás piedras calizas

68.02.93 Granito

68.22.99 Las demás piedras

68.03 Pizarra natural trabajada y manufacturas de pizarra natural o aglomerada

68.03.00 pizarra natural trabajada y manufacturas de pizarra natural o aglomerada



ICEX

III. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

En la actualidad el sector de la piedra natural se encuentra en un momento de clara expansión a nivel mundial. La Unión Europea es el principal mercado mundial de la piedra natural como productor (40% de la producción mundial) y como consumidor (40% del consumo). Y dentro del área, Italia es el país con mayor producción y el principal competidor de España, (segundo productor europeo). Una posición que se ve amenazado por la creciente competencia de China, India y Brasil principalmente; países todos ellos con un alto potencial extractivo y condiciones laborales menos rigurosas que en Europa.

No se dispone de estadísticas mundiales oficiales sobre reservas de piedra natural, sin embargo es notorio que mármoles y granitos en general son abundantes en buena parte del mundo, en especial aquellos en color gris, beige y blanco.

Tabla 1: Importaciones y exportaciones de piedra natural en Suiza desde 2000-2005 (en miles de unidades)

	Valor	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Importaciones	Mill. CHF	212,08	218,75	215,81	231,87	250,85	258,75
	Miles Tm	478,31	515,09	481,89	478,54	527,62	551,70
Exportaciones	Mill. CHF	33,79	38,37	30,50	29,43	26,91	26,84
	Miles Tm	72,73	78,06	74,79	72,36	66,52	77,85

Fuente: Swissimpex

Gráfico 1: El comercio exterior de piedra natural en Suiza



Fuente: Elaboración propia a partir de Swissimpex

Según estadísticas internacionales, Suiza es el país que más piedra natural consume per cápita en todo el mundo. Según el informe anual italiano del sector Stone 2004, en el año 2003 se lanzaron al mercado suizo 555.000 t de piedra natural trabajada. Si, partiendo de esta cantidad, se calcula la superficie de placas con un espesor medio de 2 cm, se obtiene la respetable cifra de 10,27 millones de m² o de 1,45 m² por habitante. Es decir, que Suiza se sitúa internacionalmente a la cabeza, por delante de Grecia (1,37 m²) y España (1,25 m²). La cifra correspondiente a Alemania tan sólo asciende a 0,54 m², y la media mundial es de 0,14 m² por habitante. Si se compara con los valores per cápita de Alemania, Suiza importa y exporta casi el doble que Alemania. Es decir, Suiza en comparación con Alemania si constituye un buen mercado de piedra natural, incluso para muchos proveedores alemanes, y, en particular, para los de mármol del Jurásico.

Vamos a analizar a continuación las importaciones suizas de mármol, granito y pizarra desde el año 2000 al 2005. En particular nos centraremos en la partida 6802 analizaremos las siguientes subpartidas:

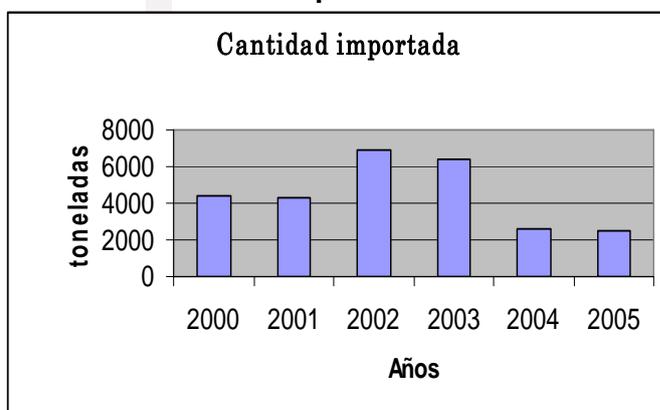
6802.21.00: Mármol, travertinos y alabastros y sus manufacturas, simplemente talladas o aserradas, con superficie plana o lisa

Tabla 2: Importaciones suizas de mármol (en millones de unidades)

Años	kg	chf
2000	4,42	2,98
2001	4,30	3,27
2002	6,90	3,74
2003	6,43	3,80
2004	2,65	3,46
2005	2,50	3,61

Fuente: Swissimpex

Gráfico 2: Cantidad importada a Suiza de mármol



Fuente: Elaboración propia a partir del Swissimpex

Las importaciones de mármol en bruto han experimentado un aumento entre los años 2002 y 2003, en cambio en los dos años posteriores las importaciones del mismo han disminuido notablemente.

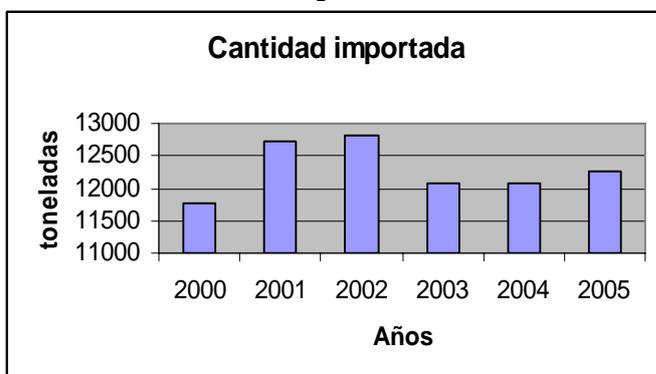
6802.91.90: Mármol, travertinos y alabastro, de cualquier forma, pulido, ornamentado o modelada de otro modo (con exclusión de la partida 6801 o 680210)

Tabla 3: Importaciones suizas de mármol elaborado (en millones de unidades)

Años	kg	chf
2000	11,76	23,11
2001	12,72	25,79
2002	12,81	25,48
2003	12,07	25,14
2004	12,07	25,14
2005	12,25	24,55

Fuente: Swissimpex

Gráfico 3: Cantidades importadas a Suiza de mármol elaborado



Fuente: Elaboración propia a partir del Swissimpex

Las importaciones de mármol elaborado, en contraste con el mármol sin elaborar, se adquiere en proporciones mucho mayores y su valor de compra es más elevado. Las importaciones a Suiza de este tipo de piedra en el 2001 y el 2002 son elevadas en cuanto a cantidad se refiere, en cambio en el año 2003 disminuye siendo visible una recuperación en los años posteriores.

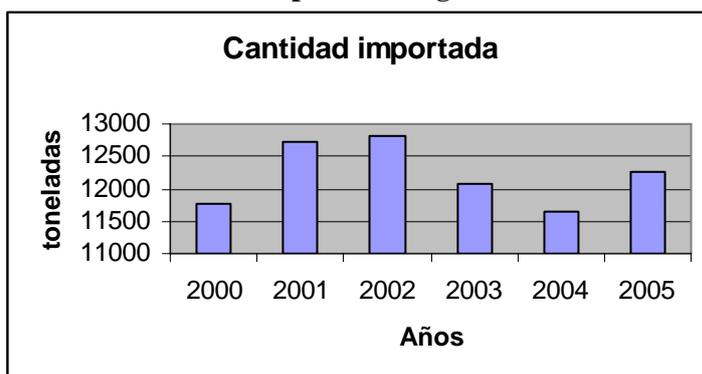
68.02.23.00: Granito y sus manufacturas, simplemente talladas o arresadas, con superficie plana o lisa (excluidas las partidas 6801 o 680210)

Tabla 4: Importaciones suizas de granito (en millones de unidades)

Años	kg	chf
2000	11,76	23,11
2001	12,72	25,79
2002	12,81	25,48
2003	12,07	25,14
2004	11,66	25,25
2005	12,25	24,55

Fuente: Swissimpex

Gráfico 4: Cantidad importada de granito



EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

Fuente: Elaboración propia a partir de Swissimpex

Las importaciones de granito experimentan un aumento desde el año 2000 al 2002. En el año 2003 y 2004, disminuyen las mismas y en el 2005 crecen de nuevo.

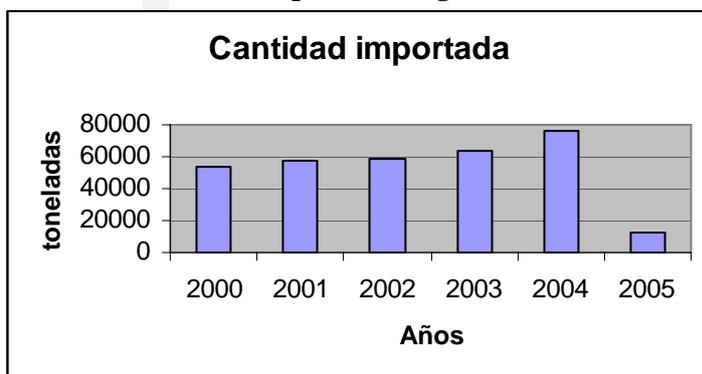
6802.93.10 Granito pulimentado, decorado o trabajado de otro modo, pero sin esculpir, de peso neto igual o superior a 10 kg

Tabla 5: Importaciones de granito elaborado

Años	kg	chf
2000	53,99	96,21
2001	58,02	100,25
2002	58,69	97,15
2003	64,24	105,94
2004	75,79	116,97
2005	12,25	24,55

Fuente: Swissimpex

Gráfico 5: Cantidad importada de granito elaborado



Fuente: Elaboración propia a partir del Swissimpex

Las cantidades de importación de granito elaborado son mayores que la del mismo en bruto. Las importaciones son constantes y aumentan levemente hasta el año 2005, donde experimentan una caída notable.

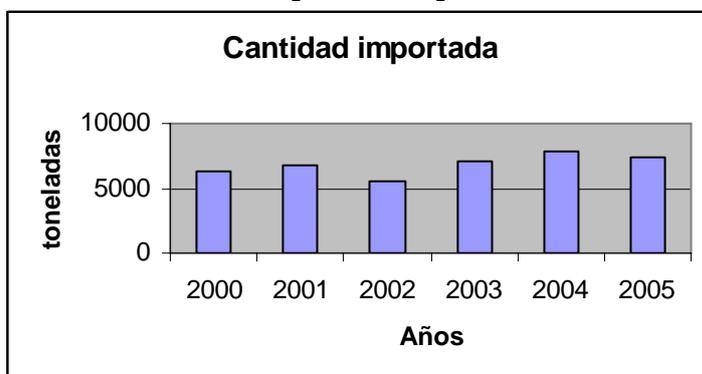
6803001000 Pizarra natural trabajada y manufacturas de pizarra natural o aglomerada

Tabla 6: Importaciones de pizarra

Años	kg	chf
2000	6,36	6,49
2001	6,84	6,84
2002	5,53	5,41
2003	7,01	6,95
2004	7,91	7,49
2005	7,35	7,25

Fuente: Swissimpex

Gráfico 6: Cantidad importada de pizarra



Fuente: Elaboración propia a partir de Swissimpex

La cantidad importada de pizarra se mantiene en niveles constantes en los últimos cinco años.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

La zona del Tessin es el lugar donde se encuentran la mayoría de las reservas de piedra natural suizas. Las empresas extractoras se enfrentan desde hace años a un estancamiento de las ventas debido a la disminución notable de la demanda interna. Asimismo, la supresión de las barreras a la importación permitió la entrada a productos de otros países con costes de producción y de personal más baratos, ofreciendo sus productos a un precio mucho menor, léase, China, India, Vietnam y países suramericanos. Suiza importa una gran cantidad de piedra natural tanto elaborada como sin elaborar, en cambio exporta piedra natural en bloques sin elaborar y sin apenas valor añadido. La empresa Bettazza ha optado por otra vía, vendiendo la mitad de su producción a países tales como Alemania y Países Bajos, el 80% de sus ventas se llevan a cabo fuera del cantón de procedencia. Las empresas ubicadas en el Tessin suelen ser familiares y de pequeño tamaño, la mayoría de ellas cuentan con menos de 10 empleados. Algunas se dedican solamente a un eslabón de la cadena productiva, es decir, piden la materia prima, la transforman y venden el producto terminado. Otras se quedaron tecnológicamente estancadas. Se elaboran productos tradicionales como, por ejemplo, adoquines, o se dedican a la preparación de piedra en bloques sin elaborar.

Si buscamos nichos de mercado se pueden mencionar, reformas de cocinas y baños, así como el cubrimiento de fachadas. Pero para ello las empresas suizas se tendrían que concentrar en clientes que estén dispuestos a pagar un sobreprecio a cambio de un material proveniente de Suiza y relacionar éste con los Alpes, es decir, que lo identifiquen con el lujo tal como ocurre con los relojes. Las importaciones del año pasado sobrepasaron los 330 mi-

llones de francos, lo cual supera en cinco veces las ventas anuales de las empresas del Tessin. La mayoría de las importaciones de productos acabados proviene de Italia, los bloques sin elabora los importan de Alemania a Suiza, a pesar de que en éste país no es el que extrae este tipo de material pero es claramente un país intermediario.

3. CONSTRUCCIÓN

Tabla 7: Las cifras clave de la construcción en Suiza

Las cifras clave de la construcción en Suiza	
Gastos en construcción	47,1 (aprox.10%del PIB)
Gastos pertenecientes a nuevas construcciones	29,6
Gastos pertenecientes a renovaciones y rehabilitaciones	14,4
Empresas (año 2001)	37.000
Efectivo del sector (año 2001)	294.000
Vivienda en construcción (a finales del 2004)	46.350
Proporción de vivienda en propiedad privada	34,6%

Fuente: OFS

A pesar de años de atonía de la economía suiza, a partir de comienzos del año 2003 el mercado de la construcción está cambiando, registrando una subida de las inversiones privadas (+7,5%) y un incremento de construcción de viviendas (+10%) en el 2004. Esta mejora se produce sobre todo gracias a los inversores privados (que aprovechan el nivel históricamente bajo del tipo de interés hipotecario), propiciando así un posible cambio en las prácticas habituales de los suizos donde la mayoría de la población opta habitualmente por el arrendamiento (alrededor de dos tercios de la población). A pesar de estas tendencias positivas, la subida de los precios en el sector (+2,6% en el 2004, causada sobre todo por el despegue del acero y los costes de transporte) y la flexión de las inversiones públicas (5,2% sobre un año, debido a las recientes dificultades presupuestarias), podrían aún cuestionar esta progresión. Teniendo en cuenta el aumento de los precios en toda la rama, los márgenes permanecen bajo presión, y en este contexto las grandes empresas del sector siguen siendo las más resistentes. El sector, muy dependiente de las renovaciones y rehabilitaciones de edificios, se encuentra muy debilitado, lo que favorece la presencia de la competencia extranjera que se

EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

intensifica cada vez más. Los profesionales consideran que se debería producir una concentración de las empresas, así como, una pérdida de empleos a medio plazo. A pesar de la buena voluntad aparente, los esfuerzos de dinamización del sector a través de la renovación de edificios, vital para la rama, siguen siendo insuficientes. La lucha por ocupar un puesto decisivo en el mercado es constante y la competencia nacional e internacional intentan adjudicarse los grandes proyectos. Como consecuencia, las empresas suizas se ven obligadas a ofertar unos precios que representan un alto riesgo, debido a los márgenes tan reducidos e intentan penetrar en otros mercados directamente o mediante la participación en otras empresas aprovechando, sobre todo la buena imagen (garantía, calidad) de la que gozan los proyectos y servicios suizos. Por el contrario, el proveedor suizo se encuentra en una situación de desventaja, ya que la competencia a nivel internacional es muy dura, sobre todo en el caso de aquellos materiales de construcción, en los que el precio es un factor decisivo.

El sector de la construcción proporciona empleo a cerca de 150.000 personas, cuenta con 30.000 empresas en Suiza, de las cuales el 80% son empresas de tamaño medio (menos de 10 empleados). La fuerte presión sobre los precios y los servicios, contradictoriamente, no condujo a una concentración en el sector, sino a un fraccionamiento o incluso a una atomización de los prestadores de servicios y proveedores, con una tendencia a la aparición de microempresas (con menos de 5 empleados).

Las fachadas: la actividad en las fachadas, es un sector que cuenta con cerca de 250 empresas de tamaño medio (unas 20 personas) y éstas son a menudo de ámbito regional.

La distribución: según la asociación que agrupa a los principales protagonistas del comercio de materiales de construcción, la cifra de ventas anual de las aproximadamente 40 empresas de distribución en Suiza ascendería a 2 millones de CHF y cuenta con 160 puntos de venta (el personal ronda las 3.000 personas). A raíz de una larga consolidación durante los años anteriores, la distribución de materiales de construcción en Suiza depende de dos potentes protagonistas, HG Comercial y Getaz-Romang. Otros se orientan hacia otros nichos como la cerámica, la cocina y el cuarto de baño y son Sabag, Richner Bäder y Plättli o Sanitas Troesch, los dos últimos son empresas extranjeras (Richner pertenece a la irlandesa CRH, Sanitas Troesch a la francesa Saint-Gobain). A nivel regional/ cantonal, la necesidad de una concentración es una necesidad, tal como ocurre con la sociedad Baumat AG a Thoune (cantón de Berna)- salida en 2004 de una fusión entre dos protagonistas regionales-.

Particularidad suiza: La central de muestras "Schweizer Baumuster Centrale" fundado en 1938 y con base en Zurich. Este show pone un índice a todos los productos y materiales

disponibles en Suiza para las sociedades locales o extranjeras, las cuales han de disponer de una representación local (condición sine qua non para exponer los materiales).

Los líderes de la distribución de los materiales de construcción: El líder incuestionable en Suiza, HG Commerciale está organizado bajo forma cooperativa, con un volumen de negocios de 805 millones de CHF y 40 puntos de venta. Getaz-Romang, Vevey, es el número dos del mercado con un volumen de negocios de 741 millones de CHF en 2004 y 40 puntos de venta.

4. IMPORTACIONES

Destaca el hecho de que una parte importante de las introducciones de piedra natural española en Suiza se llevan a cabo a través de terceros países, especialmente de Alemania y Italia. Es notable asimismo la presencia cada vez mayor de piedra natural procedente de países con ventajas en costes como China. Entre las variedades de piedra natural con más demanda en el mercado suizo destacan los mármoles italianos, franceses y españoles; los granitos italianos, chinos y alemanes y las pizarras brasileñas, italianas, alemanas y españolas. En cualquier caso hay que destacar que la mayor parte de las importaciones suizas de piedra natural corresponden a productos elaborados, con mucho más valor añadido que las piedras en bruto.

EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

Dentro de la partida 6802 analizaremos las siguientes subpartidas:

6802.9100 Mármol, travertinos y alabastro de cualquier forma pulido, ornamentado o modelado de otro modo (excluidos los de la partida 6801 o 680210)

Tabla 8-10: Ranking de las importaciones de mármol elaborado desde el año 2000 a 2005

Año 2000 Ranking	kg	CHF	% cuota de importación	Año 2001 Ranking	kg	CHF	% cuota de importación
1. Italia	7994270	16706779	67,96%	1. Italia	9196077	18933837	72,28%
2. España	1075250	1039891	9,14%	2. España	1215578	1275234	9,55%
3. Grecia	800625	1011032	6,81%	3. Francia	544996	2502186	4,28%
4. Francia	552708	1645867	4,70%	4. Alemania	534176	1055976	4,20%
5. Alemania	493650	852803	4,20%	5. Grecia	438240	580728	3,44%
6. Portugal	426260	812199	3,62%	6. Portugal	343401	465395	2,70%
7. Turquía	90051	136917	0,77%	7. Turquía	163423	227175	1,28%
8. Países Bajos	70777	128210	0,60%	8. China	67013	138126	0,53%
9. Turks	57840	90462	0,49%	9. Bulgaria	38380	68700	0,30%
10. Taiwan	55299	249057	0,47%	10. Austria	29520	119367	0,23%
Total Top 10	11616730	22673217	98,76%	Total Top 10	12570804	25366724	98,80%
Resto	146250	433020	1,24%	Resto	152077	421397	1,20%
Total	11762980	23106237	100%	Total	12722881	25788121	100%

Año 2002 Ranking	kg	CHF	% cuota de importación	Año 2003 Ranking	kg	CHF	% cuota de importación
1. Italia	8927716	18016464	69,69%	1. Italia	8427493	18941794	69,80%
2. España	1381185	1450236	10,78%	2. España	1641239	1989981	13,59%
3. Alemania	623968	1681766	4,87%	3. Francia	470724	1539102	3,90%
4. Francia	567324	2147801	4,43%	4. Alemania	405851	1085541	3,36%
5. Grecia	463034	622880	3,61%	5. Grecia	323036	471288	2,68%
6. Portugal	275650	327445	2,15%	6. Portugal	246428	215910	2,04%
7. Austria	230861	597154	1,80%	7. Turquía	219571	178932	1,82%
8. Turquía	128476	150204	1,00%	8. Israel	74453	134498	0,62%
9. Egipto	59300	60860	0,46%	9. Austria	69876	236727	0,58%
10. China	32099	42276	0,25%	10. Rumanía	50820	55261	0,42%
Top Ten	12689613	25097086	99,06%	Top Ten	11929491	24849034	98,81%
Resto	120883	388174	0,94%	Resto	144241	303285	1,19%
Total	12810496	25485260	100%	Total	12073732	25152319	100%

EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

Año 2004 Ranking	kg	CHF	% cuota de importación	Año 2005 Ranking	kg	CHF	% cuota de importación
1. Italia	7926601	17864947	67,63%	1. Italia	8599538	18650270	69,64%
2. España	1268889	1567567	10,83%	2. España	1268265	1597352	10,27%
3. Francia	497603	1752969	4,25%	3. Francia	577512	1576251	4,68%
4. Alemania	493796	1026154	4,21%	4. Alemania	502736	976470	4,07%
5. Portugal	492137	438348	4,20%	5. Turquía	418237	347262	3,39%
6. Grecia	263516	532666	2,25%	6. Portugal	255106	220788	2,07%
7. Austria	164693	922818	1,41%	7. Grecia	140645	286282	1,14%
8. Turquía	148371	150431	1,27%	8. China	119965	135176	0,97%
9. Israel	88593	126429	0,76%	9. Serbia/Mtnegro	98828	72950	0,80%
10. China	51754	73324	0,44%	10. Austria	93822	255681	0,76%
Top Ten	11395953	24455653	97,24%	Top Ten	12074654	24118482	97,78%
Resto	324013	834079	2,76%	Resto	274297	505532	2,22%
Total	11719966	25289732	100%	Total	12348951	24624014	100%

Fuente: Swissimpex

Tal y como apreciamos en las tablas, Italia es el líder indiscutible en el mercado suizo del mármol, con una cuota de importación que ronda el 70% a lo largo de los últimos cinco años. La segunda posición en el Ranking la ocupa España con un 10% de la cuota. En el año 2003 se puede observar un incremento notorio de las importaciones de mármol español a Suiza, llegando la cuota de importación a casi un 14%. Se aprecia asimismo que el valor por unidad de medida (kg) de las importaciones de mármol aumenta paulatinamente, en el año 2000 el mármol se valora a 0,97 CHF/ kg y en el 2005 llega a 1,26 CHF/ kg.

6802.9300 Granito pulimentado, decorado o trabajado de otro modo (excluido los de las partidas 6801 o 680210)

Tabla 11-13: Ranking de las importaciones de granito desde el año 2000 a 2005

Año 2000 Ranking	kg	chf	% cuota de importación	Año 2001 Ranking	kg	chf	% cuota de importación
1. Italia	48343494	79501649	89,00%	1. Italia	50939278	81339661	87,64%
2. Francia	1594789	5866647	2,94%	2. Alemania	1933259	8332968	3,33%
3. Alemania	1418359	6994935	2,61%	3. Francia	1630940	5922426	2,81%
4. España	702546	630089	1,29%	4. China	1403759	1143982	2,42%
5. China	492115	592660	0,91%	5. España	809675	674457	1,39%
6. Austria	463568	1603569	0,85%	6. Austria	357230	1870720	0,61%
7. Vietnam	371553	245095	0,68%	7. Portugal	341319	291435	0,59%
8. Polonia	299086	183069	0,55%	8. Vietnam	282205	124450	0,49%
9. Portugal	289544	285925	0,53%	9. India	166770	340348	0,29%
10. India	158700	284881	0,29%	10. Polonia	72163	44575	0,12%
Top ten	54133754	96188519	99,65%	Top ten	57936598	100085022	99,68%
Resto	187771	265650	0,35%	Resto	187855	271617	0,32%
Total	54321525	96454169	100%	Total	58124453	100356639	100%

EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

Año 2002 Ranking	kg	chf	% cuota de importación	Año 2003 Ranking	kg	chf	% cuota de importación
1. Italia	50039588	75319109	84,85%	1. Italia	50591425	76547995	78,77%
2. Alemania	2303931	10282673	3,91%	2. Alemania	3855100	15293173	6,00%
3. Francia	1692861	5958412	2,87%	3. China	3483691	2400221	5,42%
4. China	1443601	1058405	2,45%	4. España	1681130	1295935	2,62%
5. España	816777	714686	1,38%	5. Francia	1554462	5591485	2,42%
6. India	571498	499668	0,97%	6. Brasil	960404	908031	1,50%
7. Vietnam	533108	247751	0,90%	7. Austria	498046	2691635	0,78%
8. Austria	444753	2083279	0,75%	8. Vietnam	460275	123119	0,72%
9. Brasil	348178	518386	0,59%	9. India	403079	532393	0,63%
10. Polonia	260766	107261	0,44%	10. Portugal	296072	221091	0,46%
Top Ten	58455061	96789630	99,12%	Top Ten	63783684	105605078	99,31%
Resto	518172	523271	0,88%	Resto	441581	440936	0,69%
Total	58973233	97312901	100%	Total	64225265	106046014	100%

Año 2004 Ranking	kg	chf	% cuota de importación	Año 2005 Ranking	kg	chf	% cuota de importación
1. Italia	53468710	80358845	70,46%	1. Italia	55504733	83322288	66,05%
2. China	9765025	5231970	12,87%	2. China	15796721	7645036	18,80%
3. Alemania	4798796	17714499	6,32%	3. Alemania	4930775	16612112	5,87%
4. España	2511901	1934346	3,31%	4. España	2418219	2158275	2,88%
5. Francia	1806819	6522346	2,38%	5. Francia	1668616	6052553	1,99%
6. India	761540	954509	1,00%	6. Brasil	1104593	1161322	1,31%
7. Austria	686515	2794053	0,90%	7. Austria	882275	3039714	1,05%
8. Brasil	673997	750173	0,89%	8. Portugal	536336	348122	0,64%
9. Portugal	565416	315636	0,75%	9. India	472870	501123	0,56%
10. Vietnam	326500	53639	0,43%	10. Polonia	155474	60932	0,19%
Top Ten	75365219	116630016	99,32%	Top Ten	83470612	120901477	99,33%
Resto	519059	420621	0,68%	Resto	562571	742961	0,67%
Total	75884278	117050637	100%	Total	84033183	121644438	100%

Fuente: Swissimpex

Italia vuelve a figurar como líder absoluto en el mercado suizo de granito de importación, aunque se aprecia una tendencia a la baja conforme aumentan las importaciones de China. Las exportaciones españolas de granito no resultan significativas a pesar de ocupar el cuarto lugar del Ranking, pero su cuota de importación alcanzó como máximo un 3,31% en el año 2004.

EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

6803.0000 Pizarra natural trabajada y manufacturas de pizarra natural o aglomerada

Tabla 14-15: Ranking de importaciones de pizarra desde el año 2000 al 2005

Año 2000 Ranking	kg	chf	% cuota de importación	Año 2001 Ranking	kg	chf	% cuota de importación
1. Italia	1620828	1863826	25,50%	1. Alemania	1614190	1768674	23,60%
2. Alemania	1291288	1387658	20,32%	2. Italia	1394105	1630477	20,38%
3. Portugal	822086	751219	12,94%	3. Brasil	1132626	846627	16,56%
4. España	735730	492234	11,58%	4. España	913761	539693	13,36%
5. Brasil	684793	562223	10,77%	5. Francia	807352	1101975	11,80%
6. Francia	496843	767783	7,82%	6. Portugal	361227	357204	5,28%
7. India	263915	224488	4,15%	7. China	293373	135741	4,29%
8. Países Bajos	172043	109860	2,71%	8. Noruega	94400	225121	1,38%
9. Grecia	104250	27039	1,64%	9. India	70950	47341	1,04%
10. Austria	47997	80394	0,76%	10. Grecia	48800	17856	0,71%
Top Ten	6239773	6266724	98,18%	Top Ten	6730784	6670709	98,42%
Otros	115647	218595	1,82%	Otros	108331	171261	1,58%
Total	6355420	6485319	100%	Total	6839115	6841970	100%

Año 2002 Ranking	kg	chf	% cuota de importación	Año 2003 Ranking	kg	chf	% cuota de importación
1. Brasil	1408315	891138	25,49%	1. Brasil	1994598	1237176	28,45%
2. Alemania	1313430	1426621	23,77%	2. Alemania	1679393	1971912	23,95%
3. Italia	901434	1213713	16,31%	3. Italia	1014276	1303195	14,47%
4. España	731896	456372	13,25%	4. España	665576	485391	9,49%
5. Francia	473899	746013	8,58%	5. Francia	648977	869376	9,26%
6. Portugal	309021	293118	5,59%	6. Portugal	472512	431117	6,74%
7. India	130650	73810	2,36%	7. China	113094	108213	1,61%
8. Austria	117400	166679	2,12%	8. India	94803	62977	1,35%
9. China	92101	56697	1,67%	9. Noruega	85290	41124	1,22%
10. El Congo	11250	31677	0,20%	10. Austria	82752	268452	1,18%
Top Ten	5489396	5355838	99,34%	Top Ten	6851271	6778933	97,73%
Resto	36337	56173	0,66%	Resto	159357	167458	2,27%
Total	5525733	5412011	100%	Total	7010628	6946391	100%

Año 2004 Ranking	kg	chf	% cuota de importación	Año 2005 Ranking	kg	chf	% cuota de importación
1. Alemania	2215588	2424012	28,01%	1. Alemania	2222682	2419749	30,21%
2. Brasil	2024379	1204344	25,59%	2. Brasil	1614526	1117640	21,94%
3. España	1260417	908303	15,94%	3. Italia	1119963	1398976	15,22%
4. Italia	1000476	1347304	12,65%	4. España	816162	628318	11,09%
5. Francia	463944	713323	5,87%	5. Francia	502812	555342	6,83%
6. Noruega	286294	175022	3,62%	6. Noruega	235250	252851	3,20%
7. Portugal	248126	278607	3,14%	7. China	209293	206583	2,84%
8. Bélgica	148332	137208	1,88%	8. Portugal	179994	233497	2,45%
9. India	103050	47991	1,30%	9. Bélgica	175141	168093	2,38%
10. Austria	54642	120706	0,69%	10. Austria	91391	152162	1,24%
Top Ten	7805248	7356820	98,68%	Top Ten	7167214	7133211	97,41%
Resto	104137	131909	1,32%	Resto	190700	121165	2,59%
Total	7909385	7488729	100%	Total	7357914	7254376	100%

Fuente: Swisseximpex

EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

En las pizarras importadas el país líder en los últimos dos años es Alemania, con una cuota de un 30% siguiéndole Brasil e Italia muy de cerca. España, en el 2004, ocupó el 3er puesto y su cuota de importación llegó a un 16% del total, éste año fue una excepción, ya que habitualmente ocupó el cuarto puesto del ranking y su porcentaje de importación era menor. Muchos de los materiales con fisuras se importan de países con costes laborales muy bajos (China e India). Por ello, materiales diversos de Europa se pueden mantener en el mercado. Las pizarras más conocidas en Suiza provienen de Italia, Portugal (pizarra negra) y Gran Bretaña (por ejemplo la pizarra Burlington). Según una base de datos internacional hoy en día existen unas 100 clases diferentes de pizarra en el mercado, de los cuales alrededor de un 33% proviene de la India, 33% de Europa, 15% de China, 12% de América del norte, 5% de Brasil y un 2% de Egipto. Lamentablemente no existe una nomenclatura uniforme para los materiales originarios de otros continentes. Así muchos materiales iguales tienen diferentes nombres según el distribuidor. En Europa, sobre todo en Alemania, la pizarra se usa sobre todo para recubrir tejados y fachadas.

ICEX

IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

En Suiza hay tradición en el uso de granito y mármol en la construcción, tanto para interiores (suelos, escaleras, baños, cocinas) como para exteriores (jardines, pavimentos, fachadas). También es tradicional el empleo de piedras ornamentales trabajadas para el sector funerario, así como el empleo de pizarra para cubiertas de tejados. La demanda de mármol y granito está ya consolidada, mientras que la de pizarra es mucho menos importante, ya que desde hace años se ha venido sustituyendo por materiales sintéticos que la imitan. Sin embargo, el consumidor suizo tiene especial predilección por los productos naturales. En cuanto a las tendencias de consumo, la mayoría de la piedra natural se dirige al sector de la construcción. Los principales segmentos de mercado para la piedra natural en el marco del sector de la construcción son, entre otros:

- Pavimentos interiores
- Pavimentos exteriores
- Fachadas de edificios
- Mobiliario urbano
- Jardinería y paisajismo

Otros destinos de la piedra natural son las estructuras y construcciones representativas (fachadas de edificios públicos, jardines y parques, mobiliario urbano para zonas residenciales y comerciales, aeropuertos y estaciones de tren) y el sector de la restauración y saneamiento, el cual se prevé que será el principal consumidor de piedra natural en el futuro (renovación de interiores de edificios, refuerzo del nivel representativo de salas públicas, limpieza y saneamiento de fachadas).

EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

La elección de un determinado tipo de material como revestimiento de paredes y suelos varía considerablemente en función de las zonas geográficas, climatología, nivel de renta. En una encuesta realizada en el año 2000 los países de la UE se ponía de manifiesto que los criterios más importantes que consideran los consumidores son:

- Coste de material
- Aptitud para un determinado uso y propósito
- Durabilidad y calidad del producto
- Lugar de destino de los materiales (cuarto de baño, salón, cocina...). Este es un factor clave para determinar qué cualidades son deseables en los materiales: calidez, superficie no deslizante, absorción del ruido, aislamiento térmico, higiene...
- Facilidad de limpieza
- Facilidad de mantenimiento
- Cualidades estéticas y posibilidad de combinar con la decoración de la vivienda y adaptarse a la moda
- Aspectos prácticos: materiales no-alérgicos
- Comodidad: calidez, suavidad...
- Características geográficas y variabilidad climática.

V ■ PRECIOS Y SU FORMACIÓN

En los últimos años los precios en el sector de la piedra natural han seguido una tendencia a la baja. Esta tendencia se debe sobre todo a dos factores:

- Por una parte, en cuanto a la consolidación del mercado, se partía hace tan sólo 15 años de una situación en la que coexistían pocas empresas, sin apenas competencia entre ellas. En la actualidad esta situación se tornó en opuesta, debido a que, al estimularse la competencia, los precios se redujeron.
- Por otro lado, aparecen en el mercado productos procedentes de otros países, ofreciendo precios muy competitivos en comparación con los productores tradicionales del sector, y ofreciendo también en muchos casos unas amplias gamas de variedades, que van desde las que son muy similares a las tradicionales (a veces casi idénticas), hasta variedades completamente novedosas.

A continuación veremos un ejemplo de niveles de precios y categoría de absorción de piedra natural usada en revestimiento de cocinas. El siguiente cuadro de piedra natural se basa en la experiencia de la empresa Emilio Stecher AG de Root (Lucerna). Ésta informa a las empresas de interiorismo y arquitectos sobre la piedra, su categoría de precio (1-9) así como su capacidad de absorción (A-D).

Las categorías de precio son:

- 1-3: segmento de precio bajo
- 4-5: segmento de precio medio
- 6-7: segmento de precio alto
- 8-9: segmento de precio muy alto

La capacidad de absorción se clasifica en:

EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

- A: Las piedras de la clase A cuentan con la absorción mínima de líquidos, ya que la superficie es muy compacta. Un cambio de color a través del contacto con grasa o aceite no se produce prácticamente en ningún caso. Por ello necesitan un cuidado mínimo.
- B: Los de la clase B presenta una escasa absorción de líquidos y la piedra se oscurece un poco tras el uso. La pátina (barniz) le proporciona mas carácter, con lo cual, al pasar los años la piedra natural gana en belleza, ya que los colores se hacen más fuertes y la textura contrasta más.
- C: En la clase C se tiene una absorción considerable de líquidos. La mayoría de los representantes de esta clase de piedra tienen una textura pronunciada. Las manchas de aceite oscurecen pero casi ni se aprecian.
- D: Piedras de esta clase (la mayoría son granito-gneis o cuarcita) absorben mucho líquido. Las manchas de grasa se perciben claramente, ya que se trata de materiales homogéneas. Las piedras de esta clase no son adecuadas para viviendas que se pretenden alquilar.

Todas las piedras (A-D) son adecuadas para el revestimiento de cocinas con la limpieza conveniente. Están a prueba de golpes, de calor y de ácidos.

EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

Capacidad de absorción	Categorías de precio			
	Bajo (1-3)	Medio (4-5)	Alto (6-7)	Muy alto (8-9)
A	(CdP2): Nero Impala (Nero Africa), Wolga green, Marita blue; (CdP3): Bruno Baltico, Rosso gaucho	(CdP 4): Angola black, Polar white, Rouge coral; (CdP 5): Labrador hell «Blue Pearl», Ital.Serpentin, Nero Assoluto «Zimbabwe», Virginia mist, Bengal Blue dunkel, Verde butterfly	(CdP 6): Amadeus, Labrador oscuro, Nero Assoluto, Belfast, Wolga blue; (CdP 7): Aurora, Black Amethysta (Star Galaxy), Blue Eyes, Labrador hell GT azulísimo	
B	(CdP 1): Blanco Sardo, Rosa Beta, Rosa Porriño, Rosa Sardo, Rojo Balmoral, Pedras Selgadas, (CdP 2): Cinza azul Bianco Cristallo, Black crystal (Negro Real, Favaco); (CdP 3): Amparo	(CdP 4): Bianco Montorfano, Gran Porfido violett, Porphyrr rosso, Steigen pink, Rosa Baveno; (CdP 5): Himalayan blue	(CdP 6): Porphyrr alto Adige, Porphyrr Valcamonica, Monsun, Rosso Vanga, Juparana Africa, Sucuru; (CdP 7): Azul Aran, King blue Africa	(CdP 9): Azul Bahia
C	(CdP1): Pizarra italiana, Porto pizarra ; (CdP 3): Gran Paraiso	(CdP 4): Arcobaleno, Jacaranda, Juparana, Juparana Colombo, Juparana India, Lambada, Lila gerais, Multicolor rosso, Multicolor verde, Silver cloude, Verde tropical, Wiscount white; (CdP 5): Bahia gris, Bel Horizonte, Bengal blue hell, Giallo California, Giallo Venezia, Juparana Cina, Juparana fantastico, Juparana rosé, Kashmir white, Orissa blue, Paradiso dunkel, Paradiso hell, Rio Branco, Samba white, Verde Maritaka, Speckstein	(CdP 6): Australien green, Imperial white, Juparana classico, Bianco Lord, Solar white	(CdP 8): Azul Bochira, Azul Macauba, Azul Imperial
D	(CdP 1): Beola gianonato, Iragna, Lordinno, Monte rosa, Serizzo claro, Serizzo oscuro (CdP 2): Rooterberger Sandstein, Bollinger Sandstein, Beola grigia Favalle, Bodio nero, Calanca, Cresciano; (CdP 3): Dorato Valmalenco, Legiuna, Onsernone, Valle-Maggia	(CdP 4): Verde argentata, Verde argento, London white; (CdP 5): Hinterrheinquarzit	(CdP 6): Rosa Quarzit, Soglio, Verde Spluga, Castione dunkel	

VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

A pesar de que Italia es el país que ocupa la posición más importante como principal productor de piedra natural, España, que ocupa el segundo puesto, está mejorando su posición. Dado que gran parte de la piedra natural exportada entra en Suiza a través de Alemania, hay que destacar el avance de la piedra española en dicho mercado. Aunque España todavía está bastante lejos de Italia en la exportación de piedra natural a Alemania, hay que destacar el hecho de que las entregas españolas en este país están siguiendo una tendencia positiva, mientras que las de Italia se están estancando. Es más, según el Secretario General de Euro-Roc, Prof. Dr. Gerd Merke, en diez años España desempeñará un papel mucho más importante dentro del mercado alemán en detrimento del liderazgo italiano de la piedra natural, lo que sin duda irá unido a una mejor posición de la piedra española en el mercado suizo. De hecho, la ventaja italiana en capacidad de producción está disminuyendo considerablemente.

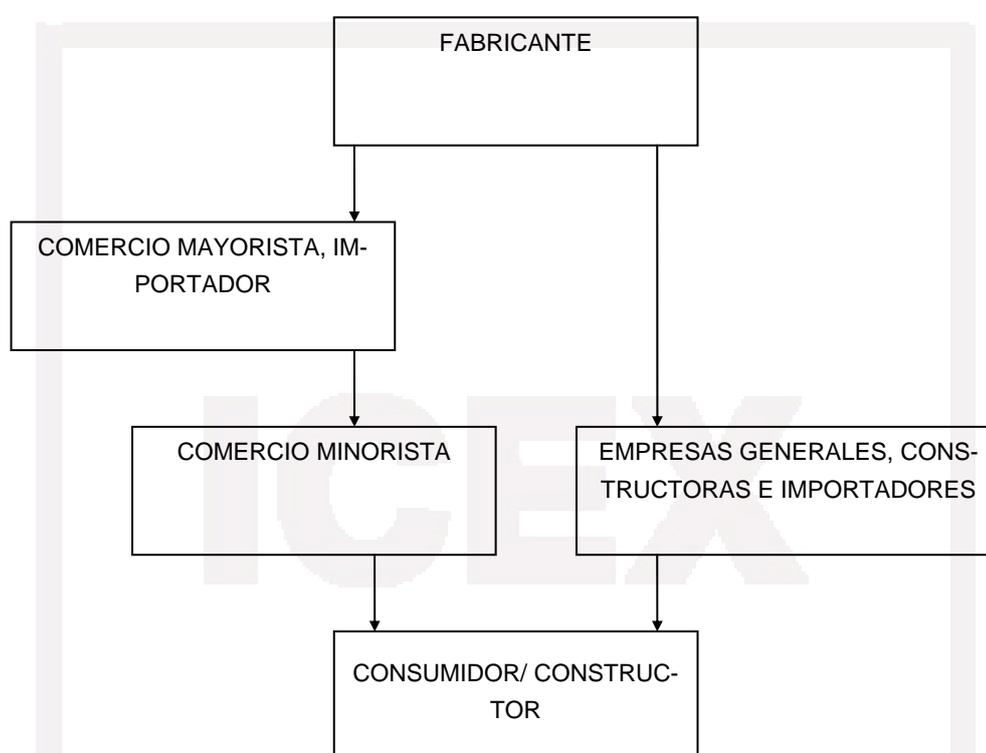
Entre las causas que se apuntan para explicar las diferencias con Italia están las estrechas y tradicionales relaciones que ha habido siempre entre los productores de piedra italianos y los importadores suizos. Mientras que las empresas italianas sostienen en Suiza una importante red de clientes con cientos de pequeñas carteras, los españoles por el contrario prefieren contactos con algunas de las principales empresas suizas del sector. Ya que en Suiza una importante cuota de volumen de ventas del sector se centra en los pequeños pedidos en este segmento España tiene pocas posibilidades. Italia es un país que intercambia e importa grandes cantidades de bloques de piedras naturales procedentes de Africa, India, Turquía, España y Brasil, entre otros. Ejemplo de italianos (Giallo Veneciano, Verde Riasa, Verde Diplomata). Estos bloques son cortados y trabajados por italianos, exportando a continuación todo el material obtenido y consiguiendo un mayor valor añadido. Incluso las únicas canteras de Giallo Veneciano existentes en Brasil pertenecen a empresas italianas.

Por otra parte, las empresas italianas ofrecen una serie de servicios (estándares de calidad, plazos de entrega cortos, facilidad y rapidez en los medios de pagos utilizados,...) que los importadores suizos tiene en cuenta a la hora de realizar las compras. Tampoco se debe subestimar el problema del idioma. En Italia, incluso en las pequeñas empresas es normal encontrar alguna persona que hable alemán, lo que en España ocurre en muy pocas ocasiones.

En cuanto a las manufacturas de piedra natural la percepción varía en función del tipo de piedra (mármol, granito o pizarra) y el tipo de empresa, en especial si su actividad principal se deriva de la piedra natural (importadores, empresas de extracción y de transformación e instaladores) o si en cambio la usan como un material más de sus productos finales (empresas de muebles de cocina y baño y promotores-constructores fundamentalmente):

- Con el mármol hay que destacar que el “crema marfil” es muy conocido por todas las empresas que trabajan con piedra natural como actividad principal o no. Los otros tipos de mármol como “rojo alicante”, “marrón imperial”, etc. también son bien conocidos por las empresas cuya actividad principal se deriva de la piedra natural como es lógico, pero ya no tanto por las otras empresas.
- Con el granito de España éste es también es conocido por la mayoría de los importadores siendo los mas mencionados “rosa porriño”, “gris mondariz” del sur de Galicia y “blanco cristal” del sur de Madrid.
- Para el caso de la pizarra se recomienda dirigir los esfuerzos a la creación de imagen de marca, identificando la pizarra española como símbolo de calidad. Aunque existe la tradición de pizarra en los tejados, en Suiza existe también de cubiertas sintéticas (Faserzement). Este producto sustitutivo pasa por ciertas dificultades pues a pesar de tener un precio menor que la pizarra, no reúne las características sanitarias y ecológicas de ésta. Se mantiene el volumen de las obras de restauración, lo cual significa una ampliación de la demanda del material, ya que según la tradición arquitectónica suiza, en siglos pasados la pizarra fue integrada como material de construcción para cubiertas. En cuanto a nuevos usos, se ve que la pizarra es un material con cada vez mayor presencia y se solicita con frecuencia para todo tipo de aplicaciones.

VII. DISTRIBUCIÓN



- El granito: el primer paso comercial, cuando el granito se encuentra sin transformar, es la venta del granito en bloques a las empresas transformadoras. El transformador procesa el producto y realiza la venta a un distribuidor o comercializador. Sólo en los casos en donde por necesidades de obra (cercanía del proyecto a planta productora,...) o debido a proyectos muy grandes, se compra directamente al productor. El distribuidor o comercializador pone el producto al alcance del consumidor final, en el caso del mercado nacional. Raras veces existe un paso más de intermediación en la distribución nacional; que es el que se presenta al pasar de un distribuidor mayorista a uno minorista.
- El mármol: la distribución del mármol depende de su uso final. El mármol para la construcción de edificios se distribuye principalmente por medio de contratistas, instalados-

res y mayoristas. Los distribuidores e importadores deben contar con grandes inventarios de productos para surtir en forma oportuna y con variedad de colores. El mármol utilizado en pisos se vende por medio de distribuidores de pisos y tiendas minoristas y “marmoleros” (artesanos del mármol). Para pequeños productores de artículos de mármol se recomiendan los distribuidores con capacidad de distribuir al comercio minorista.

- o La pizarra: en este caso el consumidor final es el tejador, el contratista o la propia empresa constructora. En cuanto a su distribución, por un lado están las cadenas de materiales de construcción y, por otro, el comercio minorista de DIY (Do It Yourself). El desarrollo del DIY para hacer frente a las reformas y rehabilitaciones ha supuesto un nuevo mercado para los materiales de construcción que supone un 40% de las ventas totales del sector. Otra tendencia es la del almacén abierto: el cliente tiene acceso al almacén donde se almacena y expone la mercancía, como los hipermercados de materiales de construcción.

Los prescriptores del sector: normalmente intervienen tres personas a la hora de realizar un proyecto en Suiza y son el propietario del terreno, el arquitecto, y un contratista. El arquitecto suele decidir sobre la elección del material y en ocasiones lo elige él personalmente o delega en el contratista. Éste a su vez suele subcontratar tanto la colocación como la compra del material a una tercera empresa. Sin embargo, hay que insistir en el papel del consumidor final (propietario de la vivienda), ya que en Suiza gusta de participar activamente en la toma de decisiones respecto a los materiales a utilizar.

La descripción de los prescriptores del sector de la piedra natural es la que sigue:

- Arquitectos: son los que escogen los materiales para cada proyecto. La calidad de la arquitectura comienza con la adecuación del material, espesor, dimensiones y acabados a las exigencias concretas de cada caso. Es necesario por tanto que el arquitecto conozca las prestaciones y limitaciones del material para poder indicar acertadamente las características de cada uno de los materiales, elementos y sistemas constructivos que compongan su proyecto. Suelen acudir a salas de exposiciones para decidirse por el material adecuado, o directamente al importador/ distribuidor.
- Diseñadores (Innenarchitekten): aconsejan sobre la utilización o no de la piedra y sobre el tipo de piedra a utilizar, en revestimiento de interiores. Acuden a tiendas especializadas para las baldosas a medida o tamaño Standard.

- **Contratistas:** al llevar a cabo grandes proyectos subcontratan la adquisición del material a pequeñas empresas, que se ponen en contacto con importadores/ distribuidores para adquirir el material. En estos casos, suelen ser estas empresas subcontratadas las que colocan el material en la obra. En proyectos de menor envergadura son ellos mismos los que seleccionan el material, generalmente de acuerdo con el arquitecto y el consumidor final y lo colocan. Para ello se dirigen a tiendas especializadas o salas de exposición (sobre todo para baldosas para revestimiento de interiores) o a distribuidores con almacén propio para adquirir las plaquetas de revestimiento exterior.



ICEX

VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

- Los aranceles y barreras técnicas: los productos de estos capítulos, procedentes de España, con certificado de origen de la mercancía, están exentos de derecho de aduana. La TVA, equivalente al IVA español, es del 7,6%.
- La legislación básica no contiene ninguna legislación específica para la importación de piedra natural a Suiza.
- Las formas de pago son las habituales en los países de la UE. No es corriente la utilización del crédito documentario.

IX. ANEXOS

1. FERIAS

En Suiza no existe ninguna feria específica del sector de la piedra natural, si bien la exposición más representativa es la SWISSBAU, la Feria Internacional de la Construcción. Puede consultar información adicional a la misma en idiomas alemán, francés o inglés en la página Web www.swissbau.ch o <http://www.messebasel.ch/swissbau>. La próxima edición tendrá lugar en Basilea del 23 al 27 de enero de 2007.

- Swissbau (Exposición suiza de la construcción).
 - Fecha de celebración : 23 al 27 de enero 2007
 - Lugar: Basilea
 - Periodicidad: Bienal
 - Productos: cocinas, equipos sanitarios, reformas, construcción, acondicionamiento de jardines, piscinas. Inmuebles. Planificación y comunicación.
 - Organizador: MCH Messe Basel AG, Messeplatz 1, Postfach, Basel, CH-4005, Suiza, Tel.:0041(0)582002020; Fax.: 0041(0)582002194; E-mail: messe@messebasel.ch; Web: www.messebasel.ch

Así mismo puede consultar en idiomas alemán o inglés información sobre la feria internacional sobre la piedra natural “Stone+Tec” en Nürnberg (Alemania) cuya última edición celebrada ha finalizado el 01 de junio de 2003 bajo <http://www.stone-tec.com> . La próxima edición tendrá lugar entre el 06 y 09 de junio de 2007.

- Lurenova (Feria de la renovación de la Suiza del centro- Lucerna)
 - Fecha de celebración : 5 al 8 de octubre 2006
 - Lugar: Lucerna
 - Periodicidad: Anual
 - Productos: todos los sectores relacionados con reformas de viviendas y de la decoración (interior y exterior)
 - Organizador: ZT Fachmessen AG, Postfach 56, Birmenstorf, Zürich,5413, Suiza, Tel.: 0041 (0)562252383; Fax: 0041(0)562252373, E-mail: info@fachmessen.ch, Web: www.fachmessen.ch

- Bauen & Modernisieren
 - Fecha de celebración : 31 agosto a 4 de septiembre 2006
 - Lugar: Zurich
 - Periodicidad: Anual
 - Productos: sectores relacionados con la vivienda, la cocina, el baño, técnicas de construcción, suelos, alfombras, diseño,...
 - Organizador: ZT Fachmessen AG, Postfach 56, Birmenstorf, Zürich,5413, Suiza, Tel.: 0041 (0)562252383; Fax: 0041(0)562252373, E-mail: info@fachmessen.ch, Web: www.fachmessen.ch

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

La Asociación Suiza de Agencias de Publicidad dispone bajo www.mediaprint.ch (D/F/E) de una base de datos on line en dos versiones (gratuita una y otra completa de pago) donde se puede consultar las revistas especializadas de los sectores de su interés. Seleccione en su versión gratuita la rúbrica "**Recherche Titres**" y seleccione en la rúbrica "**Liste détaillée**" la definición **Constructions, bâtiments** para iniciar la búsqueda de publicaciones del sector. Pinche sobre cada uno de los resultados para acceder a sus informaciones tales como tipo de publicación, editorial, tirada, tarifas de inserción de anuncios, etc.

3. ASOCIACIONES

Naturstein-Verband Schweiz (NVS) o Association Suisse De La Pierre Naturelle (NVS)

C/o Gerster Jürg Dr. & Partner AG

Konradstr. 9

Postfach 8023

8005 Zürich

Tel: 0041 (0)1 271 90 90

Fax: 0041 (0)1 271 90 92

E-Mail: nvs@naturstein-schweiz.ch

Web: www.nvs.ch

La Asociación suiza de la piedra natural **NVS** defiende los intereses de la industria de la transformación de la piedra natural en colaboración con las siguientes asociaciones del sector:

- Asociación suiza para promoción de la piedra natural **PNS PRO NATURSTEIN** (<http://www.nvs.ch/pns/index.html>). Agrupa entre sus miembros tanto a fabricantes como a proveedores y/o consumidores profesionales, como pueden ser arquitectos, paisajistas, etc. Una vez seleccionado el idioma de interés, puede consultar las señas de las empresas miembro pinchando el apartado **Mitglieder / Membres** y a continuación cada una de las empresas que aparecen en la lista. Dichas empresas se encuentran repertoriadas exclusivamente por orden alfabético, no existiendo información específica al sector de actividad comercial de las mismas.
- Asociación de escultores suizos **VSBS** (<http://www.vsbs.ch>).
- Asociación de productores suizos de piedra natural **SNP** (<http://www.s-n-p.ch>)
- Asociación de industrias del granito, mármol y piedras naturales del cantón Ticino **AIGT**
- Asociación francófona de profesiones de la piedra **ARMP** (<http://www.armp.ch>).

Verband Schweizer Bildhauer- und Steinmetzmeister (VSBS) Asociación de escultores suizos VSBS

Secretariado:

Schwarztorstr. 26

3007 Bern BE

Tel. 0041 (0)31 382 23 22

EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

Fax 0041 (0)31 382 26 70

Web: www.vsbs.ch

Schweizer Naturstein Produzenten SNP o Asociación De Productores Suizos De Piedra Natural SNP

C/o GUBER Natursteine AG

Grüneckweg 3

Postfach

6055 Alpnach Dorf OW

Tel. 0041 (0)41 670 28 28

Fax 0041 (0)41 670 13 67

E-Mail: info@s-n-p.ch

Web: www.s-n-p.ch

Seleccionando el apartado **Mitglieder** obtendrá las señas de las empresas miembros de dicha asociación.

Associazione Industrie dei Graniti Marmi e Pietre Naturali del Cantone Ticino AIGT o Asociación de industrias del granito, mármol y piedras naturales del cantón Ticino AIGT

via Parco 6

6500 Bellinzona TI

Tel. 0041 (0)91 825 13 24

Fax 0041 (0)91 825 93 42

Association romande des metiers de la pierre armp o Asociación francófona de profesiones de la piedra ARMP

Rue du Lac

Case postale 1215 - 1001 Lausanne

EL MERCADO DE [SECTOR] EN [PAÍS]

1094 Paudex

Tel. 0041 (0)21 796 33 00

Fax 0041 (0)21 796 33 11

E-Mail: info@armp.ch

Web: www.armp.ch

Dicha página Web está redactada únicamente en idioma francés. Seleccionando el apartado **Entreprises Formatrices** pueden consultar los cantones y las empresas que ofrecen formaciones escolares sobre las profesiones relacionadas con la piedra natural.

Schweiz. Fachverband für Sand und Kies (FSK) o Association Suisse Des Sables Et Graviers (ASG).

Asociación suiza del sector arena y gravilla (FSK)

Bubenbergl. 9

Postfach 3001 - Bern

3011 Bern BE

Tel. 0041 (0)31 326 26 26

Fax 0041 (0)31 326 26 29

Web: www.fsk-asg.ch

E-Mail: info@fsk-asg.ch

Puede consultar las señas de las empresas miembros seleccionando el apartado **Mitglieder** (miembros) y pinchando en el mapa suizo primero el cantón y después la región de su interés. Para consultar las señas de dichas empresas deberá seleccionarlas una a una.

Verband Schweizerische Ziegelindustrie (VSZ) O Asociación Suiza De La Industria De La Teja (VSZ)

Elfenstrasse. 19, Postfach

3000 Bern 6

Tel: 0041 (0)31 356 57 57

Fax: 0041 (0)31 352 11 85

E-Mail: mail@domoterra.ch

Web: www.domoterra.ch

Director: Sr. Peter R.- Burkhalter

La Asociación suiza de la Industria Cerámica VSZ nos informa que los ladrillos cerámicos son empleados en la construcción de muros y tabiques interiores que posteriormente son recubiertos, siendo mínimo su empleo en la construcción de tabiques exteriores. Actualmente dicha Asociación cuenta entre sus miembros con 4 grandes fabricantes de ladrillos cerámicos, cuya producción cubre prácticamente el mercado nacional. Existen así mismo otras empresas fabricantes que no son miembros de la Asociación, pero su nivel de producción y cuota de mercado son insignificantes. El mercado del ladrillo en Suiza no genera grandes beneficios debido al alto grado de competencia existente entre las empresas del sector. No hemos obtenido precios de venta de los productos de su interés, si bien nos han informado que a menudo estas grandes empresas ofrecen sus productos a precios inferiores del coste de producción para conseguir un pedido de importancia. Puede consultar en idiomas francés o alemán información general sobre el mercado suizo de la industria cerámica en la página Web de dicha Asociación www.domoterra.ch seleccionando los apartados **Documentación para arquitectos e ingenieros** y a continuación **Ladrillos (Backsteine / Briques de terre cuite)**.

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

- ASEPP Association Suisse des Entreprises en Plâtrerie Peinture, Wallisellen, www.smgv.com
- ASTF Association Suisses des Toitures et des Façades, Uzwil, www.svdw.ch
- USIE Union Suisse des Installateurs-Electriciens, Zürich, www.vsei.ch
- VSHB Association des Commerçant de matériaux de construction, Zürich, www.vshb.ch
- Suissetec Association Suisse des Techniciens du Bâtiment, Zürich, www.suissetec.ch
- SGVSB Association Suisse des grossistes du secteur sanitaire, Altdorf, www.dasbad.ch