

El granito en Galicia

José Ángel Lorenzo Ramírez*

El sector del granito se encuentra en un momento crucial de reconquista del mercado exterior ante la competencia vía precio de los productores de países en vías de desarrollo. Se están poniendo las bases para que el sector pueda competir vía calidad en el mercado exterior, y ganar así cuota.

Palabras clave: industria extractiva, industria de transformación, exportaciones, conquista de mercados.

Clasificación JEL: R10, L72.

1. Introducción

El sector del granito en Galicia es el reflejo de una tradición histórica en el uso de la piedra en nuestra Comunidad. Los antecedentes de la transformación de la piedra en Galicia son tan antiguos como la historia de los primeros pobladores. Desde el Megalítico, las construcciones en Galicia han estado protagonizadas por el granito: dólmenes, vías romanas, iglesias, catedrales, pazos (típica casa solariega gallega) son sólo algunos ejemplos de las diversas aplicaciones de la piedra que han perdurado durante siglos para llegar hasta nuestros días. El tradicional oficio de cantero (artesano que trabaja la piedra) es una de las profesiones con más raigambre en nuestra tierra.

Desde un punto de vista industrial es en el siglo XX cuando el granito se revela como uno de los sectores más dinámicos y pujantes de la economía gallega. Hasta la década de los 70 la actividad era básicamente extractiva, pero a partir de ese momento el proceso de transformación comenzó a ganar peso. La variedad de granito que ha hecho célebre a Galicia es el *Rosa Porriño* que debe su denominación a la localidad del mismo nombre ubicada a 15 Km de Vigo y que se ha convertido en el centro español del granito.

La industria de transformación inicialmente fue una simple continuidad de la actividad de las canteras pero hoy en día el granito elaborado en Galicia es el verdadero motor del sector. En el año 2004 el 70 por 100 del valor de las exportaciones de granito correspondieron a granito elaborado.

El sector del granito está altamente internacionalizado. El granito se extrae en cualquier parte del mundo, se transforma en otro lugar para ser utilizado finalmente en un tercer destino. Las empresas gallegas no son ajenas a esta realidad de tal manera que en estos momentos la industria del granito se abastece con granito en bloque procedente de la propia Comunidad pero también con granitos procedentes de los más diversos lugares del



G A L I C I A

* Secretario General. Asociación Galega de Graniteiros.

mundo (Brasil, Sudáfrica, China, ...) en una proporción que en estos momentos se aproxima al 50 por 100 nacional y 50 por 100 importado. Al tratarse de un producto natural, cada yacimiento tiene sus propias características físicas, mecánicas pero, sobre todo, cada variedad de granito tiene su propia tonalidad, lo que ha favorecido que las empresas graniteras dispongan de decenas de variedades de producto para hacer frente a las exigencias, cada vez mayores del mercado.

2. Líder en España

El sector del granito gallego es líder indiscutible a nivel nacional. En lo que se refiere al granito en bruto, en 2003 en las canteras gallegas se extrajeron 810.000 Tm que representan aproximadamente el 60 por 100 del total de España (1.385.000 Tm).

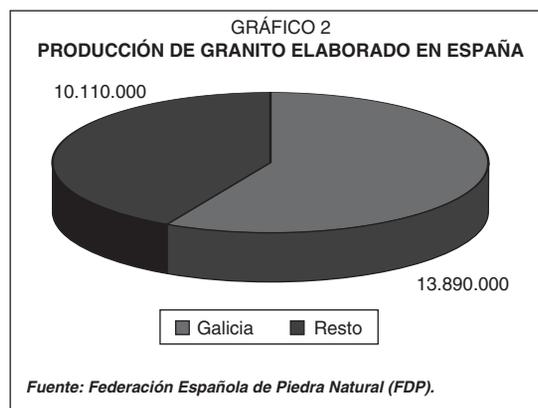
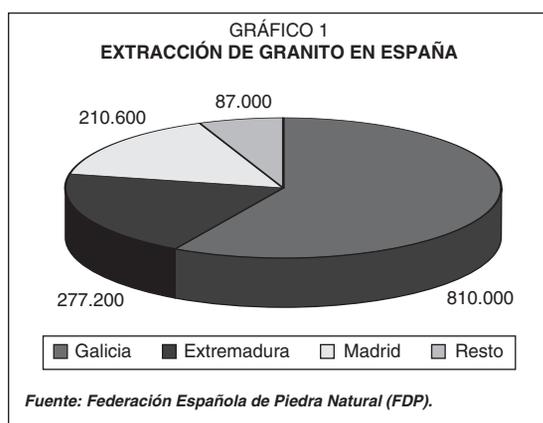
Ese liderazgo se mantiene en la transformación. En el año 2003, de los 24.000.000 m² de granito elaborado en España prácticamente también un 60 por 100 (13.890.000 m²) salieron de las factorías gallegas.

En cuanto al empleo, en Galicia trabajan aproximadamente 2.800 personas de las 5.000 que constituyen el empleo directo (canteras más fábricas) del sector en España.

El empleo industrial, el que se dedica a



GALICIA



la transformación de granito, alcanza el número de 1.900 de trabajadores en Galicia (3.600 en España).

CUADRO 1
EL EMPLEO EN EL SECTOR DEL GRANITO

	GALICIA	ESPAÑA
Canteras	800	1.300
Fábricas	2.000	3.700
Total	2.800	5.000

Fuente: Federación Española de Piedra Natural (FDP).

3. Comercio exterior

El sector de la Piedra Natural en general y el del granito en particular, se caracterizan por el importante grado de internacionalización de su actividad.

En esta faceta, las empresas gallegas también gozan de una hegemonía indiscutible a nivel nacional. Las exportaciones gallegas de granito en 2003 ascendieron a casi 95,85 millones de € frente a los 158,89 millones del total nacional en el mismo período.

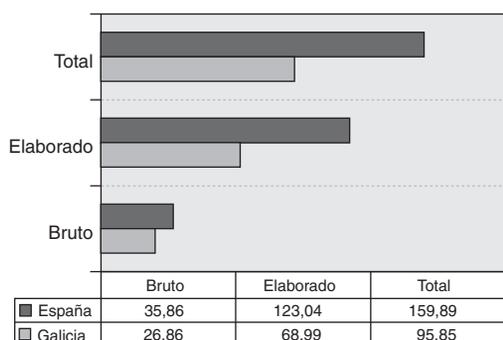
Como se puede comprobar en el Gráfico 3, el valor de las exportaciones del granito elaborado en 2003 ha representado más que el doble del valor de las exportaciones de granito en bruto.

En cuanto a la tendencia, en el Gráfico 4 se observa la creciente importancia del granito elaborado frente al granito en bruto.

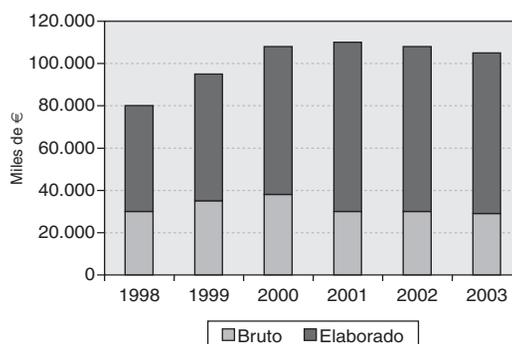
**CUADRO 2
EXPORTACIONES DE GRANITO ORIGEN ESPAÑA 2003.**

	Toneladas			Miles de euros		
	2002	2003	Var. (%)	2002	2003	Var. (%)
Granito en bruto	329.815	286.557	-13,12	39.250	35.861	-8,63
Granito elaborado	251.874	234.157	-7,03	136.249	123.034	-9,70
TOTAL.....	581.689	520.714	-10,48	175.499	158.895	-5,55

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

**GRÁFICO 3
EXPORTACIONES DE GRANITO (Millones de €)**


Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

**GRÁFICO 4
EXPORTACIONES GALLEGAS DE GRANITO**


Fuente: Dirección General Aduanas.

En cualquier caso, el año 2001 parece que marca un punto de inflexión en la actividad exportadora del granito gallego. Lo que hasta ese momento había sido un crecimiento sostenido de las ventas en el exterior se torna en un declive tanto para el granito en bruto como para el granito elaborado.

4. La competencia internacional. Los países emergentes

La principal explicación del descenso de las exportaciones, sin duda se debe a la competencia de los llamados países emergentes capitaneados por China, pero sin descartar la importancia de otros países como India y Brasil principalmente.

En la actualidad, China es el líder absoluto del mercado a nivel mundial. Este sector simboliza lo que este gigante asiático representa o puede representar dentro de la economía mundial. China es un país que dispone de unos recursos naturales prácticamente ilimitados lo que en

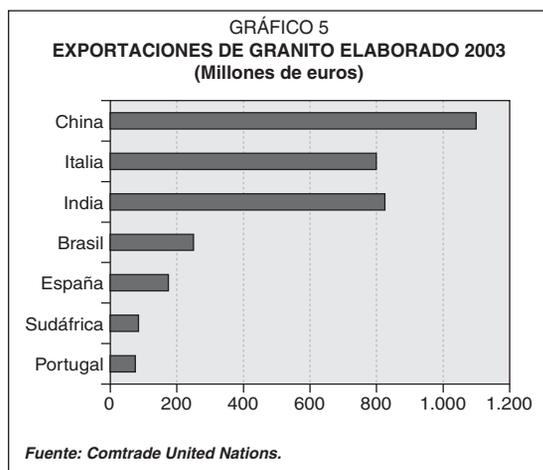
este sector es una garantía de aprovisionamiento de materia prima. Si a eso le añadimos que las canteras son explotadas en unas condiciones de escaso respeto medioambiental y, sobre todo, que dispone de mano de obra con un coste laboral mínimo, competir con China en precio es muy difícil por ahora.

El Gráfico 5 evidencia que existen dos tipos de países en el mercado internacional del granito. Por un lado están los países europeos, productores tradicionales, con Italia a la cabeza, y por otro los nuevos productores, con China como máximo exponente. La tendencia que se observa en los últimos años es que los segundos están ganando claramente a los primeros.

Ante esta situación, las empresas europeas (entre ellas las gallegas) se han visto obligadas a revisar sus estrategias. Por un lado es unánime la opinión de que se asume la globalización y la libre competencia entre países, pero siempre y cuando ésta se produzca en igualdad de condiciones; y



GALICIA



por otro también está generalizada entre las empresas europeas la idea de que la forma de competir necesariamente pasa por la calidad, entendida ésta en sentido amplio.

5. La Asociación Galega de Graniteiros



GALICIA

La Asociación Galega de Graniteiros (AGG) está desarrollando distintas actuaciones como respuesta sectorial a los retos que afrontan las empresas gallegas de elaboración de granito.

Esta Asociación nació en 1970, pero es desde mediados de los años 80 cuando el sector elaborador se consolida en Porriño y la asociación empieza a llenarse de contenido. Hasta entonces el sector a nivel nacional era muy reducido. A mediados de los años 90 es cuando la Asociación adquiere la importante representatividad que tiene en estos momentos integrando a las compañías más importantes del sector en Galicia las cuales suponen el 80 por 100 de la facturación.

Proyectos de futuro

Las iniciativas más importantes que se están desarrollando en estos momentos desde la AGG son las siguientes:

- Centro Tecnológico del Granito.

- Proyecto PRM de Marketing Sectorial.
- Observatorio sectorial.
- Proyecto D-Stone en colaboración con Asormarmi (Italia) y AIPGN (Portugal).

6. Centro Tecnológico del Granito

Las actividades de I+D+i son difíciles de asumir de forma individual por las empresas y, al mismo tiempo se consideran esenciales para diferenciar los productos gallegos de los elaborados en otros países. Esta circunstancia ha llevado a la Asociación Galega de Graniteiros a poner en marcha un plan de actuación en el Centro Tecnológico del Granito. Este centro de investigación cuenta ya con su propio edificio y equipos de ensayo. En el plan de actuación del Centro está previsto que disponga de un laboratorio para realizar ensayos (por ejemplo los que son necesarios para que los productos elaborados en granito puedan comercializarse con el distintivo CE) así como un departamento de I+D+i en donde desarrollar proyectos de investigación en campos como las nuevas aplicaciones, formas de colocación de granito, aprovechamiento de residuos. Supondrá también la puesta en marcha de estrategias de *benchmarking* tecnológico como uno de los elementos fundamentales en esta estrategia de desarrollo de valor de I+D+i en el sector.

Proyecto PRM de marketing sectorial

El marketing es otro de los aspectos cruciales en la estrategia de diferenciación del granito gallego. En concreto el PRM es un proyecto de marketing sectorial que la AGG está desarrollando en colaboración con el Consorcio de la Zona Franca de Vigo. El PRM (*Prescriptors Relationship Management*) es un plan de actuación sobre los prescriptores del granito, es decir, aquellas personas que recomiendan (o no) el uso

del granito como material de construcción. Esta compleja iniciativa tiene por objeto influir en arquitectos, promotores, ingenieros, interioristas y demás prescriptores para que éstos a su vez promuevan el uso del granito en sus proyectos. Esto permitirá apoyar la acción comercial directa de las empresas graniteras gallegas en el entorno nacional e internacional.

En definitiva se trata de diferenciar por la vía de «tecnologizar» nuestra oferta ofreciendo un conjunto de servicios y productos a los diferentes colectivos de prescriptores «adaptándolos» a las necesidades de cada colectivo específico, en una primera fase, y de cada profesional concreto, en una fase más avanzada del proyecto. Es la conocida estrategia *one to one* que garantizará un amplio *feed-back* en aspectos tan importantes como tendencias en la construcción, información sobre las principales obras y proyectos en el mundo, posicionamiento «tecnológico» del granito en los diferentes colectivos de prescriptores, etcétera. Todo este caudal informativo será recogido y procesado por un sistema de gestión diseñado al efecto y concretado en el departamento de marketing de la Asociación, recientemente creado.

7. Observatorio sectorial

El objetivo principal es el de sistematizar la búsqueda de información comercial relativa al granito que se traducirá en diversos informes periódicos. Dichos informes tendrán objetivos muy diferentes y estarán orientados a públicos también distintos. Así habrá determinados informes orientados al propio sector —aunque distintos prescriptores puedan obtener información de ellos— y otros orientados específicamente a prescriptores.

El fin es el de disponer de un sistema de inteligencia empresarial.

En un primer acercamiento se han propuesto los siguientes productos para el observatorio sectorial, y cuyo público objetivo, en principio, es el propio sector de granito gallego:

— *Observatorio de la competencia.*

- Informe económico de empresas competidoras extranjeras.
- Informe de alertas en la evolución de los mercados: análisis comparado de cuotas de mercado propias y de la competencia.
- Informe sobre productos sustitutivos en el marco nacional y en el de los mercados globalizados.
- Informe de anticipación y alerta de políticas que afectan a la competencia.
- Informe de estrategias y acciones de marca desarrolladas por la competencia.

— *Observatorio de oportunidades de negocio.*

- Informe de oportunidades de negocios.
- *Observatorio de temas medioambientales.*
- Informe sobre aspectos medioambientales que afectan al subsistema productivo.

Si bien estos informes contienen datos de utilidad para los prescriptores y satisfacen colateralmente alguna de las necesidades manifestadas por los mismos, se ha planteado inicialmente esperar a contar con información más específica sobre las necesidades y expectativas de los prescriptores para adaptar a estos los productos del Observatorio Sectorial que se dirijan al sector.

Proyecto D-Stone 2005

Se trata de un proyecto contemplado dentro del programa Pro-Invest de la Unión Europea, que es un programa de colaboración UE (*Unión Europea*)-ACP (*África, Caribe y Pacífico*) para la promoción de la inversión y de los flujos de tec-



GALICIA

CUADRO 3 PROYECTOS DE FUTURO			
Proyecto	Área	Consiste en	Dirigido a
Centro Tecnológico del Granito	I+D+i	Fomentar los proyectos de investigación y poner en marcha las estrategias de benchmarking tecnológico	Empresas del sector
Proyecto PRM de Marketing Sectorial	Marketing	Un proyecto de colaboración con el Consorcio de la Zona Franca de Vigo para promover el uso del granito	Prescriptores
Observatorio sectorial	Innovación	Sistematizar la búsqueda de información comercial relativa al granito y que se traducirá en informes periódicos	Empresas del sector y Prescriptores
Proyecto D-Stone en colaboración con Asomarmi (Italia) y AIPGN (Portugal)	Marketing	Servir de puente de colaboración y desarrollo entre los países de la zona ACP (África, Caribe y Pacífico) y las regiones claves del sector de la piedra en Europa	Empresas del sector

Fuente: Asociación Galega de Graniteiros.

nología para las empresas, operando dentro de los sectores clave de desarrollo en los países de la zona ACP.

Este objetivo global del Programa Pro-Invest se pretende alcanzar por dos vías: el apoyo a las organizaciones intermedias y asociaciones empresariales, por un lado; y el desarrollo de las inversiones y las alianzas empresariales, por el otro.

Con el proyecto D-Stone 2005 se busca alcanzar los objetivos generales del proyecto Pro-Invest en el sector de las rocas ornamentales. Responde a una vocación netamente internacionalizada del sector europeo y se corresponde con la clara disposición de tender puentes de colaboración y desarrollo con las áreas ACP en las que existen recursos de piedra ornamental de claro valor comercial. En este caso concreto, el área central para el desarrollo del proyecto será África. En este área ACP, aunque las dificultades sociopolíticas y de desarrollo en los últimos años han sido enormes, han surgido varios proyectos empresariales en las rocas ornamentales, especialmente en la explotación de canteras, de evidente interés como consecuencia del inexplorado y desconocido potencial geológico del continente así como de los enormes recursos humanos disponibles.

En este marco surge el proyecto DStone 2005 en el que colaboran las asociaciones Asomarmi de Italia, AIPGN de Portugal, y la AGG de España. Por la parte africana, el líder del proyecto es la *Kenyan Association of Building and Civil Engineering Constructors (KABCEC)* de Kenia con la colaboración de Afristone de Ghana. Dentro de este esquema se desarrollará un foro en Nairobi (Kenia) durante cuatro días y contará con, al menos, treinta empresas europeas del sector de la Piedra Natural (granito y mármol preferentemente) y otras tantas empresas africanas del sector.

Desde nuestro punto de vista, queremos compatibilizar el objetivo general del proyecto Pro-Invest con los objetivos particulares de generación de oportunidades de negocio para nuestras empresas tanto en forma de programas de inversión directa como *joint-ventures* con empresarios locales o cualquier tipo de alianza estratégica de suministro, entre otras posibles.

En cualquier caso, nos sentimos orgullosos de ser la única organización sectorial de Piedra Natural española trabajando activamente en el primer proyecto de colaboración paneuropea en el sector de la piedra natural ornamental.



G A L I C I A