





Este Plan Sectorial forma parte del Plan Estratégico de la Industria Valenciana (PEIV). El PEIV se ha realizado fruto del estudio y diagnóstico previo titulado “**Plan de Investigación y Acción de la Estrategia de Política Industrial**”, realizado por la *Universitat Politècnica de València*, bajo la dirección del Dr. **José Luis Hervás Oliver**, junto con el equipo compuesto por el Dr. Carles Boronat Moll, Dra. Francisca Sempere Ripoll, Dr. Jose Antonio Belso Martínez, Dra. Sofía Estellés Miguel y D. Ascensio Asensio Martínez.

El presente estudio debe citarse como:

**Hervas-Oliver, J.L. (director); Boronat-Moll, C.; Sempere-Ripoll, F; Estelles-Miguel, S.; Belso Martínez; J.A. (2018) Plan Sectorial del Mármol, Plan Estratégico de la Industria Valenciana, Conselleria de Economia Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, Dirección General de Industria y Energía, Generalitat Valenciana. Valencia**

Los casos reales comentados son solo a título de ejemplo ilustrativo y pedagógico, existiendo siempre muchísimas otras empresas y ejemplos. Todos los errores del presente documento, en su caso, son responsabilidad del Dr. Jose Luis Hervas Oliver (*Universitat Politècnica de València*) que ha actuado como Director y Responsable del mismo: [jose.hervas@omp.upv.es](mailto:jose.hervas@omp.upv.es)

## PLAN SECTORIAL DEL MÁRMOL

### INDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2. ANALISIS DEL SECTOR.....	6
3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR MÁRMOL .....	8
4. PUNTOS DÉBILES DEL SECTOR MARMOL.....	10
5. ACCIONES SECTOR MÁRMOL.....	11
6. ACTUACIONES SECTOR MÁRMOL.....	12
7. FICHAS SECTOR MÁRMOL.....	15

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

El sector mármol, representado en uno de los clusters más potentes de España en exportación de materiales de minería (alrededor Novelda), es un sector dañado por la caída de la construcción durante la Gran Recesión, pero que ha sabido reposicionarse en el ámbito internacional a través de un producto de mucha calidad y también de la exportación de piedra en bruto con poca elaboración (*commodity*). El problema actual, en líneas generales, es que al quedarse sin mercado de obra nueva, la elaboración ha perdido valor, y muchas empresas están solo en la parte de extracción y exportación directa del producto en “bruto”, añadiendo muy pocas actividades que constituyan valor en el producto. No obstante esto ya está tendencia ya está aminorando y comienza a ser traccionado por el aumento de la construcción, mostrando claros síntomas de recuperación. No obstante, presenta grandes debilidades al carecer de FP dedicada al mármol en la zona, está muy atomizado, es poco intensivo en marketing y presenta una serie de problemas administrativos en cuanto a la legalización y reconocimiento de las canteras en explotación.

En total, en la C. Valenciana existen unas 900 empresas, de las que unas 50 empresas se ubican en la zona del cluster de extracción (Novelda, La Romana, Pinoso, etc.) que hacen que la C. Valenciana sea la nº1 de España en exportación al extranjero, aportando unas 3.500 ocupaciones industriales en la C. Valenciana y facturando alrededor de 1000 millones de euros en total (2016).

Las empresas/actividades de proyectos integrales (por ejemplo revestir un hotel, una ópera, un teatro, auditorio, una restauración importante, un aeropuerto, etc. etc.) son las que más valor añadido aportan, puesto que *customizan*, añaden valor a un diseño o producto final y no vendiendo puramente “piedras”, sino aportando soluciones integrales de decoración, diseño, elaboración y producto terminado. Es el más interesante y el que más futuro presenta, en términos de sostenibilidad y valor añadido.

Por lo tanto, a día de hoy, la actividad de cantera (venta en bruto con poca elaboración) y los proyectos (producto estrella de mucho valor) son los que están tirando, estando la elaboración más parada. En general, debe aumentar el valor de su producto mediante más y mejores estrategias de marketing, realización de proyectos

integrales que añadan (y capturen) valor, utilización y difusión de las bondades del mármol en paquetes de acciones de promoción a prescriptores, etc.

El sector, a futuro, necesita apoyo necesario en las siguientes líneas:

-Normativa para la legalización e integración de canteras. Esta es la más importante y la más necesaria en el sector.

-Observatorio de Vigilancia de Mercado para mejorar toma de decisiones. Branding: creación y potenciación de marca, prestigio e imagen del Sector (Indicación de origen, actividades de promoción conjunta, etc.)

- a. Marca conjunta: posicionamiento del valor y las soluciones del mármol; generación e impulso de marcas de Indicación Geográfica (Ej. *Crema Marfil Alicante*, etc.).
- b. Cátedras de prescriptores para apoyo a la difusión de las soluciones en mármol.
- c. Incorporación de Diseñadores y arquitectos: vigilancia tecnológica, tendencias, mercado.
- d. Apoyo a Proyectos de valor añadido con provisión de información estratégica de mercado-tendencias, diseños, etc.

-Formación. Potenciación cursos en actividades clave.

- e. Generación de Catálogo de puestos de trabajo y actividades clave en las que se necesita formación en el sector.
- f. Formación de comerciales.
- g. Impulsar FP en las actividades del sector o la presencia de cursos de especialización.
- h. Mejorar las relaciones con Escuelas de minería.

-Fomento de la economía circular.

-Impulso acciones para facilitar certificaciones y consultoría de apoyo al sector en Centro de Referencia.

-Renovación de maquinaria e introducción de industria 4.0.

## 2. ANÁLISIS DEL SECTOR

En el caso del Mármol nos encontramos con dos CNAEs 2009. En primer lugar la parte de extracción de la piedra (minería) 0811 "Extracción de piedra ornamental y para la construcción" y, en segundo lugar, la parte de la elaboración con el 2370 "Corte, tallado y acabado de la piedra".

De nuevo, como en el caso de la cerámica, nos encontramos en un sector mármol que se concentra básicamente en 6 municipios: Novelda, Monforte del Cid, La Romana, Monóvar, La Algueña y Pinoso, todo ello en el Vinalopó. De hecho, el cluster de Novelda (por etiquetarlo) constituye el mayor centro neurálgico de producción y concentración geográfica en España, representando más del 50% de la producción española y más del 60% del total exportación de mármol. Allí se concentran más de 3.000 puestos de trabajo y unas 50 empresas, cubriendo todas las fases de extracción, elaboración, comercializadoras y transportistas, entre otras.

En cuanto al número de empresas, en el DIRCE (237) del INE, 2017, aparecen 530 empresas, en claro descenso desde las 769 de 2008. Con datos del Portal Estadístico de la GVA, en 2008 aparecen 669 empresas y 8.900 ocupados, mientras que en 2014 son 554 empresas y unos 4518 ocupados (grupo 24, Otros productos minerales no metálicos). El 80% aproximado de las empresas del sector son micro pymes de menos de 10 trabajadores, el 18% entre 10 y 49, y de 50 a 249 el 2%. Sólo hay una empresa grande (Levantina).

En el caso del cluster de Novelda, existen 3.650 ocupados, representando cerca del 80% de la ocupación en el Sector y más del 20% del total ocupación en España.

<b>PRODUCCIÓN: CIFRA DE VENTAS Y CONCENTRACIÓN GEOGRÁFICA</b>		
<b>Comunidad Autónoma</b>	<b>Valor (miles de €)</b>	<b>Porcentaje/total</b>
Andalucía	112.200	6,60%
Galicia	433.500	25,50%
C. Valenciana	897.600	52,80%
Región de Murcia	112.200	6,60%
Castilla León	144.500	8,50%

Fuente: Cluster Piedra, 2016 (datos 2015), en producto elaborado.

En cuanto a la exportación, el cluster del mármol de Elda es el primer exportador de España en piedra natural (partida arancelaria 25 y 68 bruto + elaborado de piedra), representando sobre 60% de las exportaciones de mármol elaborado (partida 6802) de toda España y el 75% de mármol bruto (partida 2515) (fuente IVE, GVA). En Septiembre de 2016, según AMA, el 80% de la exportación de producto bruto correspondía a la C. Valenciana, siendo un sector claramente exportador, sobre todo en los productos especiales de Crema Marfil, Rojo Alicante y Dark Emperador, Coralito y Piedra Bateig. España es el sexto exportador mundial (después de China, India, Irán, Italia y Turquía). Los principales mercados de destino son China, Arabia Saudita, Estados Unidos, Argelia, Francia, Emiratos Árabes, Brasil y Qatar, en este orden.

Los municipios con mayor concentración de producción de mármol son Novelda, Elda, Monforte y La Romana, concentrando 2.216 ocupaciones industriales en CNAE 23 Fabricación de productos minerales no metálicos (sin contar la extracción o minería). Contando la extracción (CNAE 08), aumentaríamos a 2.569 ocupados, con la extracción del Pinos (272) y Novelda (81).

093 NOVELDA	1.319
066 ELDA	447
088 MONFORTE DEL CID	266
114 ROMANA, LA	184

En Novelda, de 2.364 ocupados industriales, más de la mitad (56%) se dedican al mármol, y el resto a la alimentación (826, Carmencita), apoyados por unos 100 ocupados en industrias de maquinaria.

### 3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR MÁRMOL.

El sector (caracterizado por CNAE 08 Extracción y 2370, Corte y tallado), mayoritariamente se concentra en cantera y elaboración en Novelda y alrededores (ver Informe 2<sup>1</sup>) se encuentra formado por los siguientes actores (actividades) o subsectores de la cadena de valor:

1. Canteras: prospección, apertura, extracción, restauración.
2. Elaboración de material intermedio: tablas y losas.
3. Elaboración de productos terminados: acabados de superficie de la piedra, encimeras, rosetones, balaustradas, fachadas, esculturas, grandes superficies, materiales para necesidades especiales de grosor, clima, construcción en altura, etc.
4. Distribución: mayorista, minorista, aplicadores.
5. Distribución nacional/ internacional.
6. Representación comercial fuerza de ventas personales.
7. Estudio y realización técnica de proyectos singulares o bajo pedido (hoteles, museos, auditorios, centros de convenciones, aeropuertos, etc.).
8. Empresas comercializadoras enfocadas Proyectos.

Creemos que, a efectos de análisis, el sector se podría dividir en cuatro subsectores principales/actividades, siendo el 1 y el 4 los clave en la actualidad, si bien se está notando ya la recuperación y la mayor elaboración (fase 2). Pero aquel en el que se está actualmente generando valor actualmente es el de canteras, que además soporta las exportaciones. Así, con la crisis y la caída de la construcción, la exportación en bruto de las canteras, con producto muy poco elaborado, es el grueso de la exportación.

1. Canteras.
2. Elaboración de material intermedio y terminado.
3. Distribución y representación.
4. Proyectos.

El sector, agrupado en Novelda y alrededores, tiene una empresa tractora (Levantina) que es la más representativa del sector, empresa que realiza incluso productos compactos (similares al Silestone de Cosentino), si bien se encuentra dicha fase en Almassora, Castellón (Neolith), además de la piedra natural/mármol en la zona del cluster de Novelda. Luego tenemos una serie de empresas de más de 50 empleados

---

<sup>1</sup> Proyecto de Investigación y Acción, previo al PEIV. Disponible en DGEIN



(Intermarmor, Luis Sanchez, etc.) y el resto son de menos de 50 personas (Eurostone, Bateig, Visemar, etc.), en particular, el 80% son de menos de 10 trabajadores. En total, en la C. Valenciana existen unas 900 empresas, de las que unas 50 empresas se ubican en la zona del cluster de extracción (Novelda, La Romana, Pinoso, etc.) que hacen que la C. Valenciana sea la nº1 de España en exportación al extranjero, aportando unas 3.500 ocupaciones industriales en la C. Valenciana y facturando alrededor de 1000 millones de euros en total (2016). El sector exporta principalmente a China, USA, Emiratos Árabes, Arabia Saudita, Italia, México o Rusia, entre otros. Las principales ferias del sector son MARMOMAC sobre maquinaria y producto, en Verona (Italia) y XIAMEN STONE FAIR, en Xiamen China.

Si bien cuenta con apoyos puntuales en transferencia desde el Departamento de Petrología de la Universidad de Alicante, el sector ha visto como la unidad técnica de AIDICO, el IITT de la Construcción desaparece, no existiendo a día de hoy centro de referencia del sector. El sector se organiza junto con Macael (Almería) y Cejin (Murcia) en el *Cluster de la Piedra Natural*, compartiendo información y otras actividades.

#### 4. PUNTOS DÉBILES DEL SECTOR MARMOL.

Los principales **problemas /puntos débiles** del sector son:

- Excesiva atomización y tamaño reducido de las empresas.
- Énfasis en el producto y proceso pero no en el marketing ni en la innovación para ofrecer valor añadido, diferenciación, nuevas propuestas de valor (ejemplo, empresa *Neolith* –de Levantina-- en compactos).
- Venta de producto en bruto (de cantera), con poco valor añadido.
- Falta de competencias de marketing y diseño para apostar y moverse al mercado de proyectos que es donde está el valor añadido del proceso.
- Mucha competencia del sector cerámico, con imitaciones tipo mármol y piedra.
- Falta creación de imagen conjunta de prestigio, de calidad, de producto noble, unido a marcas protegidas de indicaciones geográficas (ejemplo, Crema Marfil).
- Creación de un Observatorio del Mercado que ayudara a tener información de tendencias, diseños, canales, mercados, y que además funcionara para orientar a las empresas hacia el valor añadido por proyectos y la creación e impulso de mejor imagen y marcas para el sector.
- Falta de personal formado en arquitectura/diseño para entrada en segmentos de más valor añadido, mercado de proyectos y en acciones típicas de prescripción para mejorar el conocimiento y la promoción del material mármol/piedra natural.
- Falta de normativa para legalización e integración de canteras (especialmente Monte Coto), así como la inclusión de canteras en los PGOUs de los municipios del cluster.
- Faltan conocimiento de uso y de aplicabilidad de los residuos (carbonato cálcico) para generar valoración de subproductos y fomentar economía circular.
- Problemas en cuanto a la retirada de residuos inertes del proceso (puntos físicos de entrega o canteras para restauración vía la utilización de los residuos).
- Faltan acciones de formación en el sector, en especial en temas de comerciales/diseño para nuevos segmentos y mercados.
- Poco apoyo institucional en el posicionamiento internacional de la marca “Mármol de Alicante” en el exterior, falta de imagen conjunta potente (calidad, nobleza, servicio, etc.), sobre todo en las ferias importantes del sector.
- No hay FP en actividades del sector, y pocas acciones formativas relacionadas con el mismo.
- Poco control de entrada de bloques de mármol/piedra de terceros países que no cumplen normativa, sobre todo desde China.

-Falta más apoyo y relación con Escuelas de Minería para fomentar transferencia de conocimiento.

-Inexistencia de un instituto tecnológico o centro de referencia en el sector (desaparición de AIDICO) que limita las certificaciones y acciones de consultoría.

## 5. ACCIONES SECTOR MÁRMOL.

Como resumen de la **priorización** de acciones o líneas necesarias en el sector tendríamos las siguientes:

1. **Normativa para la legalización e integración de canteras.**
2. **Observatorio de Vigilancia Mercado.** Creación de marca, prestigio e imagen del Sector (Indicación de origen, actividades de promoción conjunta, etc.):
  - a. Marca conjunta: posicionamiento del valor y las soluciones del mármol; generación e impulso de marcas de Indicación Geográfica (Ej. *Crema Marfil Alicante*, etc.).
  - b. Cátedras de prescriptores para apoyo a la difusión de las soluciones cerámicas.
  - c. Incorporación de Diseñadores y arquitectos: vigilancia tecnológica, tendencias, mercado.
  - d. Apoyo a Proyectos de valor añadido con información de mercado-tendencias, diseños, etc.
3. **Formación.** Potenciación cursos en actividades clave.
  - a. Generación de Catálogo de puestos de trabajo y actividades clave en las que se necesita formación en el sector.
  - b. Formación de comerciales.
  - c. Impulsar FP en las actividades del sector.
  - d. Mejorar las relaciones con Escuelas de minería.
4. Fomento de la Economía circular.
5. Impulso acciones para facilitar certificaciones y consultoría de apoyo al sector en Centro de Referencia.
6. Renovación maquinaria.

## 6. ACTUACIONES SECTOR MÁRMOL

Las principales acciones son<sup>2</sup>:

### A. Normativa.

Aquí reside el principal problema del Sector Mármol y su cluster en la C. Valenciana, en concreto existe el problema de que las canteras históricas no están reconocidas como tal, residiendo en un limbo jurídico que imposibilita el correcto desarrollo del sector. En especial, cobra especial importancia el realizar un Plan Especial en el Sector Canteras (Plan de Ordenación del Territorio Estratégico prioritario que garantice el desarrollo de las actividades extractivas), de manera que se puedan legalizar las minas históricas y sobre todo la explotación del Monte Coto. Dicho Plan Especial requiere de un proyecto horizontal que coordine 3 Consellerías e incluso Ayuntamientos: Ayuntamientos (Aprobaciones de PGOU Algueña y Novelda) + Industria (Minas) + Agricultura (Medio-Ambiente) + Habitatge (Territorio) + la asociación AMA. Dicho proyecto, integrando a todos los actores para aprobar el Monte Coto más los PGOUS, permitiría de manera transversal e integradora el legalizar la base operativa de dicho sector, así como el correcto desarrollo de su cluster. Esto se traduciría en las siguientes actividades:

1. Trámite especial y de urgencia para la legalización de las explotaciones del Monte Coto. Factor clave en la sostenibilidad del clúster del mármol de la Comunidad de Valencia.
2. Legalización de las canteras históricas de la Comunidad Valenciana. Trámite especial y urgente.
3. Ley de la Minería de la *Generalitat*. Facilitadora de la apertura de canteras nuevas, siempre dentro del máximo respeto al Medio Ambiente. Especial

<sup>2</sup> Las cinco medidas más valoradas son (30 encuestas contestadas):

1.- Economía circular. Fomento de la investigación para aplicación de residuos en otros campos o soluciones.

129 puntos y una valoración media de 4,30.

2.- Normativa para la legalización e integración de canteras: Plan Especial de legalización de Monte Coto e inclusión de canteras en PGOUs.

127 puntos y valoración media de 4,23.

3.- Observatorio de Vigilancia Mercado y acciones de imagen conjuntas del sector. Creación de un Observatorio que de apoyo al sector y potencia su marca, prestigio e imagen del Sector (Indicación de origen, actividades de promoción conjunta, etc.), gestionando la creación de marcas conjuntas y de Indicación Geográfica, gestione las Cátedras de Prescriptores e incorpore arquitectos y diseñadores para potenciar Proyectos de valor añadido.

117 puntos y valoración media de 3,90.

4.- Renovación maquinaria.

115 puntos y valoración media de 3,83.

5.- Centro de referencia y formación. 110 puntos y valoración media de 3,67, tres acciones.

- Apoyo tecnológico. Impulso a acciones para facilitar certificaciones y consultoría de apoyo al sector en Centro de Referencia.

- Impulsar FP en las actividades del sector.

- Formación de comerciales en las necesidades del sector.

atención a procedimientos rápidos, costes de avales sensatos en función del proyecto concreto, etc.

4. Reactivación de la Mesa de la Minería.
5. Plan de Áridos de la Comunidad Valenciana. Economía Circular, de cara a buscar aplicaciones de subproductos y residuos a diversos campos. Ayudas en materia Medioambiental, tratamiento residuos, eficiencia energética.
6. Sería necesario el poder contar con Técnicos en la Administración que tengan conocimientos del Sector y, sobre todo, con voluntad política para poder integrar Consellerias y dar solución a un sector muy importante en las comarcas del Vinalopó.

## **B. Mercados/productos.**

1. Apoyo a la presencia Internacional en Ferias y Eventos como clúster de materia prima de calidad, fomentando de manera conjunta la marca Mármol de Alicante y ofreciendo un posicionamiento de calidad con indicación de origen de procedencia.
  - a. Stands conjuntos marca Mármol de Alicante en ferias de relevancia internacional (con colaboración de ICEX).
  - b. Difusión y promoción a prescriptores nacionales/internacionales
  - c. Colaboración nacional e internacional de las empresas en la promoción de los materiales de la Comunidad.
  - d. Conocimiento de los materiales y mercados a nivel mundial. Divulgación y Jornadas prescriptor para atraer prescriptores (diseñadores, arquitectos, etc.).
2. Creación de marca conjunta de valor añadido y lobby del sector; Campaña Publicitaria – Posicionamiento sector (nacional e internacional) – Mejora de la imagen y creación de una *Marca de Indicación Geográfica* (como *Crema Marfil Alicante*, etc.) y marca de *Mármol de Alicante*.
3. Mayor control a la entrada de material de terceros países sin cumplir normativa y con potencial dumping, en especial producto de China.

## **C. Innovación.**

1. Mejora de maquinaria y procesos de extracción. Ayudas para renovación.
2. ***Observatorio de Mercado*** para temas de vigilancia tecnológica y tendencias de mercado que puedan apoyar y motivar.
  - a. La transición hacia la fase de Proyectos que es la que puede añadir más valor.

- b. Establecimiento de acciones de transferencia y adquisición conocimiento (tecnología, formación, etc.) con Escuelas de Minería
- c. Establecimiento de **Cátedras de Mármol** (similar al sector cerámica) para difusión del material entre prescriptores. Además, se integraría a arquitectos y diseñadores para proponer valor y soluciones integrales con mármol.
- d. Promover la vigilancia tecnológica (intercambio de experiencias e innovación con otros clústers del sector en el mundo), promoción del networking-colaboración en el propio cluster, y permitiría transitar hacia la creación de marcas conjuntas de mejora de posicionamiento e imagen del Mármol de Alicante.

#### **D. Formación- recursos humanos**

1. Intentar impulsar FP o ciclos formativos relacionados que puedan ayudar al sector.
2. Formación específica en comerciales, incluyendo idiomas.
3. Formación continua profesional del personal de canteras y elaboración.
4. Formación específica en temas de marketing y diseño para poder enfocar procesos y ventas a mercados de Proyectos y transitar hacia más valor añadido en las soluciones o propuestas de valor del mármol.

#### **E. Cluster/asociación**

1. Promover la colaboración en el sector. Intentar formar estructuras de cooperación para mayor tamaño conjunto colaboración en diversas actividades.

## 7. FICHAS SECTOR MÁRMOL.

<b>SECTOR: MÁRMOL</b>	
<b>Objetivo</b>	<p><b>Normalización y adecuación de las minas a la legalidad vigente</b></p> <p>Aquí reside el principal problema del Sector Mármol y su cluster en la C. Valenciana, en concreto existe el problema de que las canteras históricas no están reconocidas como tal, residiendo en un limbo jurídico que imposibilita el correcto desarrollo del sector. En especial, cobra especial importancia el realizar un Plan Especial en el Sector Canteras (Plan de Ordenación del Territorio Estratégico prioritario que garantice el desarrollo de las actividades extractivas), de manera que se puedan legalizar las minas históricas y sobre todo la explotación del Monte Coto. Dicho Plan Especial requiere de un proyecto horizontal que coordine 3 Consellerías e incluso Ayuntamientos: Ayuntamientos (Aprobaciones de PGOU Algueña y Novelda) + Industria (Minas) + Agricultura (Medio-Ambiente) + Habitatge (Territorio) + la asociación AMA. Dicho proyecto, integrando a todos los actores para aprobar el Monte Coto más los PGOUS, permitiría de manera transversal e integradora el legalizar la base operativa de dicho sector, así como el correcto desarrollo de su cluster.</p>
<b>Actuación</b> <b>1</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Trámite especial y de urgencia para la legalización de las explotaciones del Monte Coto. Factor clave en la sostenibilidad del clúster del mármol de la Comunidad de Valencia.</li> <li>2. Legalización de las canteras históricas de la Comunidad Valenciana. Trámite especial y urgente.</li> <li>3. Ley de la Minería de la Generalitat. Facilitadora de la apertura de canteras nuevas, siempre dentro del máximo respeto al Medio Ambiente. Especial atención a procedimientos rápidos, costes de avales sensatos en función del proyecto concreto, etc.</li> <li>4. Reactivación de la Mesa de la Minería</li> <li>5. Plan de Áridos de la Comunidad Valenciana. Economía Circular, de cara a buscar aplicaciones de subproductos y residuos a diversos campos. Ayudas en materia Medioambiental, tratamiento residuos, eficiencia energética.</li> <li>6. Sería necesario el poder contar con Técnicos en la Administración que tengan conocimientos del Sector y, sobre todo, con voluntad política para poder integrar Consellerías y dar solución a un sector muy importante en las comarcas del Vinalopó.</li> </ol>

SECTOR: MÁRMOL	
Objetivo	<b>Mejorar la imagen conjunta y posicionamiento del sector y fomentar su paso hacia más valor añadido y diferenciación.</b>
Actuación 2	<p>1. Apoyo a la presencia Internacional en ferias y eventos como clúster de materia prima de calidad, fomentando de manera conjunta la marca Mármol de Alicante y ofreciendo un posicionamiento de calidad con indicación de origen de procedencia.</p> <p>a. Stands conjuntos marca Mármol de Alicante en ferias de relevancia internacional (con colaboración de ICEX en pabellones conjuntos).</p> <p>b. Difusión y promoción del producto mármol a prescriptores nacionales/internacionales.</p> <p>c. Colaboración nacional e internacional de las empresas en la promoción de los materiales de la Comunidad.</p> <p>d. Conocimiento de los materiales y mercados a nivel mundial. Divulgación y Jornadas Técnicas prescriptor para atraer prescriptores (diseñadores, arquitectos, etc.).</p> <p>2. Creación de marca conjunta de valor añadido y lobby del sector; Campaña Publicitaria – Posicionamiento sector (nacional e internacional) – Mejora de la imagen y creación de una <i>Marca de Indicación Geográfica</i> (como <i>Crema Marfil Alicante</i>, etc.) y marca de <i>Mármol de Alicante</i>.</p> <p>3. Mayor control a la entrada de material de terceros países sin cumplir normativa y con potencial dumping, en especial producto de China.</p>

SECTOR: MÁRMOL	
Objetivo	<b>Mejorar la innovación y las competencias de las empresas para ofrecer productos de mayor valor añadido.</b>
Actuación 3	<p>1. Mejora de maquinaria y procesos de extracción y elaboración. Ayudas para renovación.</p> <p>2. <b>Observatorio de Mercado</b> para temas de vigilancia tecnológica y tendencias de mercado que puedan apoyar y motivar</p> <p>a. La transición hacia la fase de proyectos integrales que es la que puede añadir más valor.</p>



	<p>b. Establecimiento de acciones de transferencia y adquisición conocimiento (tecnología, formación, etc.) con Escuelas de Minería.</p> <p>c. Establecimiento de Cátedras de Mármol (similar al sector cerámica) para difusión de las propiedades y bondades del material entre prescriptores. Además, se integraría a arquitectos y diseñadores, en el ámbito nacional e internacional, para proponer valor y soluciones integrales con mármol.</p> <p>d. Promover la vigilancia tecnológica (intercambio de experiencias e innovación con otros clústers del sector en el mundo), promoción del networking-colaboración en el propio cluster, y permitiría transitar hacia la creación de marcas conjuntas de mejora de posicionamiento e imagen del Mármol de Alicante.</p>
--	---

<b>SECTOR: MÁRMOL</b>	
<b>Objetivo</b>	<b>Mejorar la formación del sector.</b>
<b>Actuación 4</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Intentar impulsar FP o ciclos formativos relacionados que puedan ayudar al sector.</li> <li>2. Formación específica de equipos comerciales, incluyendo idiomas.</li> <li>3. Formación continua profesional del personal de canteras y elaboración.</li> <li>4. Formación específica en temas de marketing y diseño para poder enfocar procesos y ventas a mercados de proyectos integrales y transitar hacia más valor añadido en las soluciones o propuestas de valor del mármol.</li> </ol>

<b>SECTOR: MÁRMOL</b>	
<b>Objetivo</b>	<b>Promover la colaboración dentro del sector para crear sinergias y especialización en la internacionalización.</b>
<b>Actuación 5</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promover la colaboración en el sector. Intentar formar estructuras de cooperación y networking (consorcios, redes, etc.) para ofrecer al mercado internacional mejores soluciones constructivas, en base a la conjunción de las diferentes competencias de distintas empresas del sector.</li> </ol>

<b>SECTOR: MÁRMOL</b>	
<b>GENÉRICA</b>	<b>ADAPTACIÓN DE LOS RETOS ESTRATÉGICOS AL SECTOR.</b>
	<b>OBJETIVO:</b> Desarrollar los Retos Estratégicos en el sector.