

Perfil de **Piedra Natural** del mercado de Estados Unidos



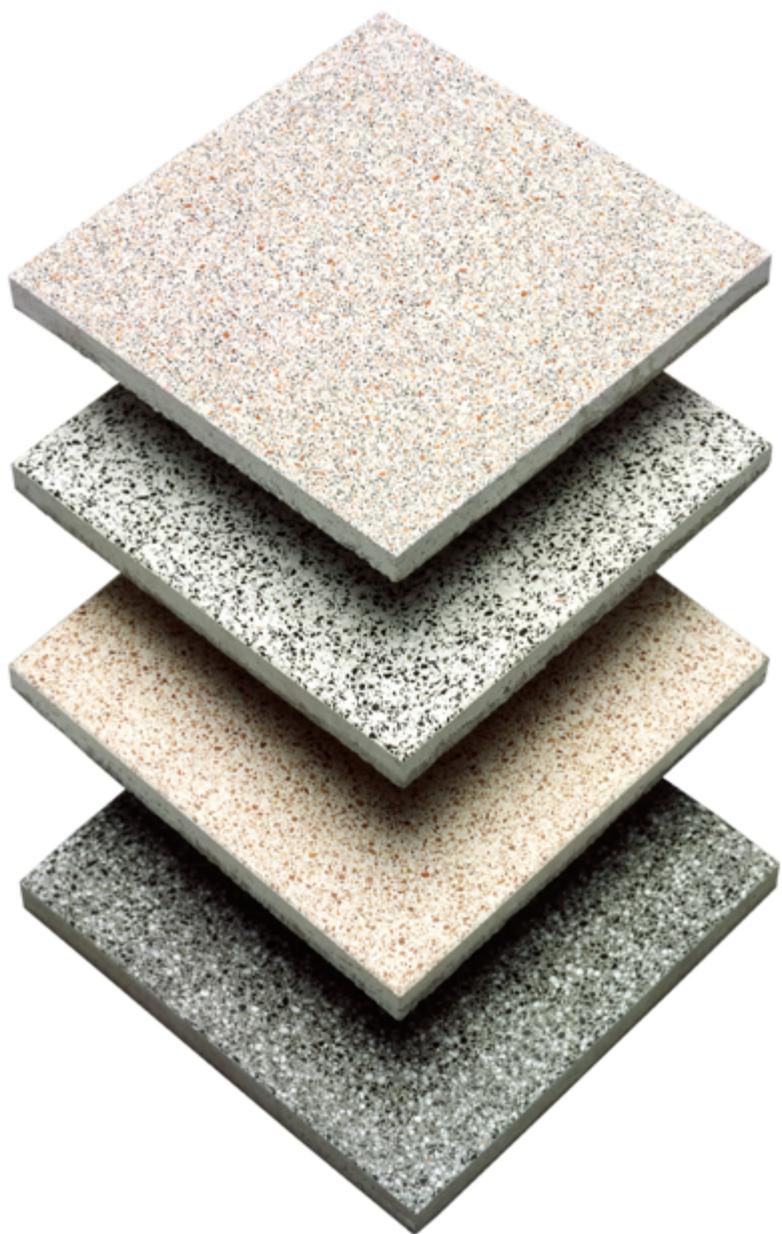
PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Este perfil de producto ha sido elaborado en el mercado estadounidense por la consultora Stone Trends Internacional, utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Miami, y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y de PROMPERÚ. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: "MINCETUR - Plan de Desarrollo de Mercado de Estados Unidos.





Índice

| | |
|--|-----------|
| Metodología de Estudio | 6 |
| 1. Evaluación del Mercado | 8 |
| 1.1 Tamaño del mercado | 8 |
| 2. Análisis de la Demanda | 26 |
| 2.1 Usos y formas de consumo | 26 |
| 2.2 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado | 35 |
| 2.3 Análisis de la competencia | 37 |
| 2.4 Regiones/sectores de mayor consumo dentro del mercado | 41 |
| 3. Condiciones de Acceso al Mercado | 44 |



| | |
|--|-----------|
| 3.1 Aranceles | 44 |
| 3.2 Normas de origen y pruebas de origen | 50 |
| 3.3 Requisitos específicos de los importadores | 51 |
| 3.4 Barreras, estándares y normas | 54 |
| 4. Comercialización y Distribución | 56 |
| 5. Información Adicional | 60 |
| 5.1 Oficinas y gremios en el mercado | 60 |
| 5.2 Ferias Comerciales | 60 |
| 5.3 Links de interés | 61 |



Metodología de Estudio

El estudio de mercado se realizó en tres etapas aproximadamente:

- Una investigación inicial secundaria para proporcionar una visión general y específica del mercado de piedras naturales en Estados Unidos.
- Una investigación principal, mediante entrevistas con importadores en Estados Unidos.
- Una evaluación de los datos y la redacción del presente estudio de comercialización.

La investigación secundaria incluyó una revisión de publicaciones de la industria, revistas, recursos impresos de diversas sociedades industriales y publicaciones gubernamentales. El objetivo de esta revisión fue establecer el tamaño del mercado para las piedras naturales en Estados Unidos y el estado del mercado global. La investigación principal consistió en entrevistas realizadas a compañías estadounidenses que actualmente importan productos hacia Estados Unidos. Finalmente, la evaluación de los datos y la redacción del informe realizado por la consultora Stone Trends Internacional quien hiciera ciertas recomendaciones y concluyera que existen muchas oportunidades para la maca procesada en el mercado estadounidense.



01

Evaluación del Mercado

1.1 Tamaño del mercado

Estados Unidos es el mayor mercado de consumo de productos de piedra desbastada en fábrica en tamaño estándar (piedra dimensionada) en el mundo.

Por décadas, países alrededor del mundo han embarcado productos terminados y semiterminados a los Estados Unidos. Desde los años 80 el mercado ha experimentado un crecimiento increíble. Solamente en los últimos 20 años han sido pocos los años en los que el promedio de importaciones de piedra desbastada en fábrica (piedra dimensionada) ha declinado de un año al siguiente (2008 y 2009), según los datos de US International Trade Commission. Fuera de esto, el mercado de los Estados Unidos ha mostrado siempre cada año un crecimiento que varía del +3% al +27% en un solo año. Para ofrecer en perspectiva

cuanto ha crecido el mercado de piedra dimensionada en los Estados Unidos en los últimos 20 años, bastará con resaltar que en el año 1995 el total de importaciones a los Estados Unidos de piedra dimensionada desbastada fue de USD 458 millones y en el año 2015 el total de importaciones se acercó a USD 3 mil millones. En otras palabras, son casi tanto como siete veces más piedra que está siendo consumida en los Estados Unidos, que la que fue veinte años atrás. Muy pocas industrias pueden alardear de tal crecimiento constante.

Producción Local - Exportaciones +
 Importaciones = Consumo
 USD 470 millones - USD 156 millones +
 USD 2 915 miles de millones = USD 3 229
 miles de millones

1.1.1 Producción Local (USD 470 millones)

Las más recientes cifras publicadas por el US Geological Survey (USGS) son del Anuario de Minerales del año 2014 para piedra dimensionada. El monto de cantera de piedra dimensionada en los Estados Unidos en el año 2014 fue de USD 470 millones en valor y de 2,47 millones de toneladas métricas, incrementando el Telaje un 8% con respecto al año anterior. Las dos canteras más grandes en los Estados Unidos son COLD SPRINGS con base en el Estado de Minnesota, y POLYCOR, con base en Montreal, Canadá. Ambas poseedoras de canteras múltiples a lo largo y ancho de Norteamérica. El siguiente análisis detallado por tipo de piedra se tomó de "STe, Dimension" del US Bureau of Mines (Departamento de Minería de los Estados Unidos).

La piedra en bruto representó el 59% del Telaje y el 49% del valor de toda

la piedra dimensionada extraída de la cantera en los Estados Unidos (incluyendo exportaciones).

Granito

La más reciente información publicada por USGS por Estados indica que el granito fue producido por 37 compañías operando 53 canteras en 16 Estados. En el año 2014, la producción sumó 519 miles de toneladas valoradas en USD 117 millones. Los Estados productores con mayores ventas fueron Massachusetts y Georgia, que sumaron el 57% del Telaje y el 46% del valor del granito producido en Estados Unidos Champlain STe, Cold Springs, Fletcher Granite, Swenson Granite Words y Williams STe fueron los productores líderes y sumaron el 44% del valor alcanzado por el granito en el país. El Estado de Carolina del Norte



posee la mayor cantera sencilla de granito en los Estados Unidos.

Piedra caliza (limesTe)

La piedra caliza dimensionada fue producida por 79 compañías con 87 canteras en 17 Estados, alcanzando una producción de 1,04 miles de toneladas y un valor de USD 180 millones en año 2014. Los cinco Estados dominantes en orden descendente fueron Texas, Indiana, Wisconsin, Kansas y Tennessee, que juntos combinan el 93% del Telaje y del valor. Los productores principales fueron Espinoza STe, Indiana LimesTe, Mezger Enterprises, RLF Salado Quarries, y Texas STe Quarries fueron los productores líderes y representaron aproximadamente el 38% del Telaje y el 29% del valor de la piedra caliza de Estados Unidos.

Arenisca (sandsTe)

La piedra arenisca dimensionada fue producida por 64 compañías, operando 71 canteras en 15 Estados, sumando en el año 2014, 416 mil toneladas con un valor de USD 53,4 millones. Los 5 Estados de mayor producción en orden descendente por Telaje fueron Texas, Arizona, Nueva York,

Pensilvania y Oklahoma. Los productores líderes fueron Gordon STe, Harley Gray STe, MBK Associates, Schaefer Enterprises of Deposit y TBK Materials, que juntas representaron el 30% del Telaje y el 13% del valor de la producción doméstica.

Mármol

El mármol fue extraído de las canteras por 5 compañías operando en 8 canteras en 4 Estados. Así, en el año 2014 se alcanzó una producción de 45,7 mil toneladas de mármol con un valor de USD 17,4 millones. Tennessee fue el productor líder seguido por Vermont, Georgia y Colorado. Las empresas líderes fueron Tennessee Marble y Vermont Quarries Corp.

Laja (slate)

La Laja fue producida por 14 compañías operando en 15 canteras en 6 Estados, que en el año 2014 alcanzaron una producción de 43,3 mil toneladas con un valor de USD 17 millones. Los Estados líderes en orden descendente fueron Vermont, Idaho y Pensilvania. Los mayores productores fueron Penn Big Bed Slate, Newmont Slate, y Scriuanich Natural STe.

1.1.2 Exportaciones

Las exportaciones de piedra natural de Estados Unidos se pueden analizar en primer lugar por tipo de producto a un nivel de partida arancelaria de cuatro

dígitos, según el sistema armonizado de aranceles. La siguiente tabla muestra el valor y volúmenes exportados desde Estados Unidos en el año 2014.

Tabla N°1: Exportación de piedras naturales de los Estados Unidos durante el año 2014

| Capítulo | Valor en USD millones | Cantidad (Toneladas) | Porcentaje del cambio (2014/2013) | Principales destinos |
|--|-----------------------|----------------------|-----------------------------------|--|
| 2514: Laja en bruto | 0,75 | 1,1 | 23% | Canadá (42%), Islas Vírgenes (19%) y España (7%) |
| 2515: MTL Calcáreo en bruto | 19,8 | 34,6 | 53% | Canadá (54%), Italia (31%) y Bahamas (2%) |
| 2516: Basalto pórfito de granito arenisco en bruto | 38 | 107 | -0,40% | China (43%), Canadá (26%) e Italia (20%) |
| 6801: Adoquín, Piedra para guarnición, baldosa (No Laja) | 4,2 | 4 | 160% | Corea (44%), México (19%) y Canadá (17%) |
| 6802: Piedra desbastada (No Laja) | 89,4 | 354 414 | 6% | Canadá (66%), México (7%) y Bahamas (5%) |
| 6803: Laja | 4,4 | n/d | 15% | Canadá (62%), Singapur (11%) e Inglaterra (8%) |
| Total | 156,55 | 354 560 | - | - |

Nota: En donde se registre n/d, la Oficina de Censo no recogió datos de cantidades.

Fuente: Oficina del Censo



Adicionalmente, se detalla a continuación el análisis de las exportaciones de piedra natural de Estados Unidos al exterior,

desglosado por subpartidas arancelarias a 10 dígitos, según datos de US International Trade Commission.

Tabla N°2: Exportaciones de Estados Unidos de piedra natural en el año 2015

| Subpartida nacional | Descripción |
|---------------------|---|
| 2514.00.00.00 | Pizarra, incluida desbastada o simplemente troceada, por aserrado o de otro modo, en bloques |
| 2515.11.00.00 | Mármol y travertinos, en bruto o desbastados. |
| 2515.20.00.00 | Piedras calizas de talla o de construcción, excepto mármol y travertinos; alabastro. |
| 2515.12.00.00 | Mármol y travertinos, simplemente troceados, por aserrado o de otro modo, en bloques o en pla |
| 2516.11.00.00 | Granito, en bruto o desbastado. |
| 2516.90.00.00 | Pórfido, basalto y demás piedras de talla o de construcción. |
| 2516.12.00.00 | Granito, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas |
| 2516.20.20.00 | Arenisca, simplemente troceada, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas |
| 2516.20.10.00 | Arenisca, en bruto o desbastada |

Fuente: US International Trade Commission



| | Valor en miles de USD | Cantidad en miles de Toneladas | Porcentaje de cambio del valor (2015/2014) |
|--|-----------------------|--------------------------------|--|
| o en placas cuadradas o rectangulares. | 650 | 1 | 18,70% |
| | 13 141 | 11 | 91,10% |
| | 10 874 | 33 | 8,40% |
| as cuadradas o rectangulares. | 4 535 | 5 | 80,20% |
| | 20 994 | 55 | -13,50% |
| | 5 646 | 20 | 48,90% |
| s o rectangulares. | 5 578 | 17 | -25,60% |
| as o rectangulares. | 2 967 | 5 | 65,20% |
| | 223 | 0 | -21,60% |



| Subpartida nacional | Descripción |
|---------------------|--|
| 6801.00.00.00 | Adoquines, encintado bordillos y losas para pavimentos de piedra natural (excl. la pizarra) |
| 6802.99.00.00 | Piedra de talla, natural, distintas de las piedras calizas, el granito y la pizarra. |
| 6802.93.00.00 | Granito de cualquier forma, pulimentado, decorado o trabajado de otro modo. |
| 6802.91.00.00 | Mármol, travertinos y alabastro, de cualquier forma, pulimentado, decorado o trabajado de otro modo. |
| 6802.10.00.00 | Losetas, cubos, dados y demás piedras naturales trabajadas, incl. la pizarra, para mosaicos y similares, rectangulares, en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado < 7 cm; granito. |
| 6802.23.00.00 | Granito y sus manufacturas, simplemente talladas o aserradas, con superficie plana o lisa. |
| 6802.29.90.00 | Piedra de talla o de construcción, natural, distinta de las piedras calizas, el granito y la pizarra, simplemente talladas o aserradas. |
| 6802.92.00.00 | Piedras calizas distintas del mármol, travertinos y alabastro, de cualquier forma, pulimentado, decorado o trabajado de otro modo. |
| 6802.21.00.00 | Mármol, travertinos, alabastro y sus manufacturas, simplemente talladas o aserradas, con superficie plana o lisa. |
| 6802.29.10.00 | Otras piedras calizas de talla o de construcción, natural, simplemente talladas o aserradas. |
| 6803.00.00.00 | Pizarra natural trabajada y manufacturas de pizarra natural o aglomerada. |
| Total | |

Fuente: US International Trade Commission

| | Valor en miles de USD | Cantidad en miles de Toneladas | Porcentaje de cambio del valor (2015/2014) |
|---|-----------------------|--------------------------------|--|
| | 2 575 | 4 | -39,00% |
| | 19 767 | 7 | 33,60% |
| | 14 677 | 6 | -0,50% |
| ro modo. | 10 074 | 87 | -5,00% |
| similares, incl. de forma distinta a la cuadrada o ánulos, tasquiles fragmentos y polvo de piedra natural. | 7 567 | n/d | 16,70% |
| | 7 536 | 13 | 9,60% |
| simplemente talladas o aserradas. | 7 027 | 48 | -16,50% |
| decorado o trabajado de otro modo. | 5 587 | 92 | -6,70% |
| superficie plana o lisa. | 3 834 | 2 | -39,70% |
| | 45 | 0 | -84,00% |
| | 3 404 | n/d | -17,40% |
| | 146 701 | n/d | 2,94% |



1.1.3 Importaciones

Adicionalmente, se detalla a continuación el análisis de las exportaciones de piedra natural de Estados Unidos al exterior,

desglosado por subpartidas arancelarias a 10 dígitos, según datos de US International Trade Commission.

Tabla N°3: Importación de piedras naturales de los Estados Unidos durante el año 2014

| Capítulo | Valor en millones USD | Cantidades (Toneladas) | Porcentaje del cambio (2014/2013) | Principales proveedores |
|--|-----------------------|------------------------|-----------------------------------|--|
| 2514: Laja en bruto | 3,6 | 7 254 | -0,97% | China (52%), España (22%) y Brasil (12%) |
| 2515: MTL Calcáreo en bruto | 6,1 | n/d | 9,6 | Italia (22%), China (16%) y Portugal (12%) |
| 2516: Basalto pórfido de granito arenisco en bruto | 19,5 | n/d | 20,30% | India (27%), Canadá (23%) y China (18%) |
| 6801: Adoquín, piedra para guarnición, baldosa (No Laja) | 26,5 | 211 440 | 34% | India (42%), Turquía (14%) e Indonesia (11,8%) |
| 6802: Piedra desbastada (no laja) | 2 792,40 | 3 792 616 | 4,90% | Brasil (27%), China (19%) e Italia (17%) |
| 6803: Laja | 67,4 | n/d | 4,70% | China (48%), India (22%) y Brasil (9%) |
| Total | 2 915,5 | 4 01 310 | - | - |

Nota: En donde se registre n/d, la Oficina de Censo no recogió datos de cantidades.

Fuente: Oficina del Censo



Tabla N°4: Importaciones en Estados Unidos de piedra natural en 2015

| Subpartida nacional | Descripción |
|---------------------|--|
| 2514.00.00.00 | Pizarra, incluida desbastada o simplemente troceada, por aserrado o de otro modo, en bloques |
| 2515.20.00.00 | Piedras calizas de talla o de construcción, excepto mármol y travertino; alabastro |
| 2515.12.10.00 | Mármol, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas |
| 2515.11.00.00 | Mármol y travertinos, en bruto o desbastados * dato en miles de metros cúbicos. |
| 2515.12.20.00 | Travertino, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas |
| 2516.11.00.00 | Granito, en bruto o desbastado * dato en miles de metros cúbicos |
| 2516.20.20.00 | Arenisca, simplemente troceada, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas |
| 2516.12.00.30 | Granito, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas |
| 2516.90.00.60 | Pórfido, basalto y demás piedras de talla o de construcción, con un grosor menor a 7,5 cm |
| 2516.12.00.60 | Granito, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas |
| 2516.20.10.00 | Arenisca, en bruto o desbastada * dato en miles de metros cúbicos. |
| 2516.90.00.30 | Pórfido, basalto y demás piedras de talla o de construcción, con un grosor igual o superior a 7,5 cm |
| 6801.00.00.00 | Adoquines, encintado bordillos y losas para pavimentos de piedra natural (excl. la pizarra). |
| 6802.93.00.25 | Granito de cualquier forma, pulimentado, decorado o trabajado de otro modo, con grosor máximo |
| 6802.91.05.00 | Mármol, losetas. |
| 6802.91.15.00 | Mármol, diferente a losetas. |
| 6802.99.00.60 | Otra piedra natural. |
| 6802.93.00.90 | Granito, el resto no especificado en otras partidas. |

Fuente: US International Trade Commission, elaborado por OCEX Miami

| | Valor en miles de USD | Cantidad en miles de Toneladas | Porcentaje de cambio del valor (2015/2014) |
|---|-----------------------|--------------------------------|--|
| o en placas cuadradas o rectangulares | 3 212 | 7 | -11,10% |
| | 3 470 | 14 | 65,30% |
| s o rectangulares | 2 762 | 3 | 2,60% |
| | 528 | 1* | -49,20% |
| das o rectangulares. | 315 | 0 | -11,20% |
| | 8 912 | 41* | -1,00% |
| as o rectangulares. | 3 925 | 10 | 18,00% |
| s o rectangulares, de 7,5 cm o más de grosor. | 3 566 | 5 | 866,00% |
| | 2 886 | 7 | -8,20% |
| s o rectangulares, con un grosor menor a 7,5 cm | 2 578 | 6 | 42,00% |
| | 2 403 | 32* | 192,50% |
| cm | 1 390 | 4 | 27,90% |
| | 38 232 | 212 | 43,90% |
| mo de entre 1,5 cm y 7,5 cm | 770 887 | 1 008 | -2,90% |
| | 428 996 | 415 | 18,10% |
| | 334 207 | 248 | 9,10% |
| | 286 815 | 295 | 5,80% |
| | 250 963 | 373 | 6,70% |



| Subpartida nacional | Descripción |
|---------------------|---|
| 6802.91.25.00 | Trauertino, trabajado. |
| 6802.93.00.10 | Granito para talla o construcción según partida 6802.23.00, sin trocear, con solo una de las superficies simplemente aserrado. |
| 6802.92.00.00 | Piedras calizas distintas del mármol, trauertinos y alabastro, de cualquier forma, pulimentado, |
| 6802.10.00.00 | Losetas, cubos, dados y demás piedras naturales trabajadas, incl. la pizarra, para mosaicos y similares en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado < 7 cm; gránulos, tasques |
| 6802.93.00.35 | Granito, monumentos, bases y marcadores con un espesor máximo superior a 7,5 cm |
| 6802.23.00.00 | Granito y sus manufacturas, simplemente talladas o aserradas, con superficie plana o lisa. |
| 6802.21.50.00 | Mármol, alabastro de talla o de construcción, implementos tallados o aserrados, con superficie |
| 6802.93.00.60 | El resto de granito para talla o construcción, troceado, con una o más de las superficies trabajadas con grosor máximo superior a 7,5 cm |
| 6802.99.00.30 | Otros monumentos, bases y marcadores de piedra. |
| 6802.91.20.00 | Trauertino, simplemente decorado o pulimentado |
| 6802.21.10.00 | Trauertino y sus manufacturas, simplemente talladas o aserradas, con superficie plana o lisa. |
| 6802.29.90.00 | El resto de piedra natural, simplemente talladas o aserradas, con superficie plana o lisa. |
| 6802.93.00.20 | Granito para talla o construcción, troceado, con una o más de las superficies trabajadas de alguna manera, con un máximo de 1,5 cm |
| 6802.29.10.00 | Otra piedra caliza de talla o construcción, simplemente tallada o aserrada. |
| 6802.91.30.00 | Alabastro, el resto. |
| 6803.00.50.00 | Pizarra natural trabajada y manufacturas de pizarra natural o aglomerada, excepto pizarra para |
| 6803.00.10.00 | Pizarra para tejados * dato en miles de metros cuadrados. |
| Total | |

Fuente: US International Trade Commission, elaborado por OCEX Miami

| | Valor en miles de USD | Cantidad en miles de Toneladas | Porcentaje de cambio del valor (2015/2014) |
|--|-----------------------|--------------------------------|--|
| | 236 283 | 663 | -9,50% |
| erficies trabajadas de algún modo, pero más que | 179 672 | 248 | -9,00% |
| decorado o trabajado de otro modo. | 113 441 | 157 | 4,90% |
| mil, incl. de forma distinta a la cuadrada o rectangular, útiles fragmentos y polvo de piedra natural. | 90 113 | n/d | 23,70% |
| | 42 786 | 65 | 7,10% |
| | 34 884 | 40 | 43,50% |
| e plana o lisa. | 31 653 | 26 | 14,70% |
| das de algún modo, pero más que simplemente aserrado, | 29 789 | 35 | 21,70% |
| | 18 864 | 18 | 6,50% |
| | 17 223 | 26 | -5,50% |
| | 13 534 | 25 | 19,30% |
| | 11 452 | 19 | 10,40% |
| ún modo, pero más que simplemente aserrado, con grosor | 11 166 | 14 | 8,40% |
| | 6 781 | 21 | 3,60% |
| | 1 795 | 14 | -26,00% |
| ra tejados. | 58 935 | n/d | 2,80% |
| | 10 458 | 961* | 3,70% |
| | 3 054 876 | n/d | 4,39% |



1.1.4 Importaciones desde Perú

Las importaciones de piedra natural de Estados Unidos desde el Perú habrían experimentado un descenso de 5,1% en el año 2015 frente al año 2014, según el análisis a diez dígitos realizado por US

International Trade Commission, para alcanzar el valor de USD 9,5 millones, y entre los que destaca el travertino y otros productos de piedras calizas, alabastro y mármol.

Tabla N°5: Importación de piedras naturales

| Capítulo | Valor en USD | Cantidad (Toneladas) | Porcentaje del cambio (2014/2013) |
|---|-------------------|----------------------|--|
| 2514: Laja en bruto | n/d | n/d | n/d |
| 2515: MTL calcáreo en bruto | 27 364 | 105 | -47% |
| En 2013 el Valor fue USD 51 982 Cantidad 201 T | | | |
| 2516: Basalto pórfido de granito arenisco en bruto | n/d | n/d | n/d |
| 6801: Adoquín, piedra para guarnición, baldosa (No Laja) | n/d | n/d | n/d |
| 6802: Piedra desbastada (No Laja) | 10 019 851 | 9 518 | -28,2% |
| En 2013 el Valor fue USD 13,9 millones, La Cantidad fue de 13 748 T. | | | |
| 6803: Laja | n/d | n/d | USD 25 000 importados en 2013 / nada en 2014 |
| Total | 10 047 215 | 9 623 | |

Nota: En donde se registre n/d, la Oficina de Censo no recogió datos de cantidades.
Fuente: Oficina del Censo



Tabla N°6: Importaciones en Estados Unidos de piedra natural de Perú en el año

| Subpartida nacional | Descripción |
|---------------------|--|
| 2515.20.00.00 | Piedras calizas de talla o de construcción, excepto mármol y travertino; alabastro. |
| 6802.91.25.00 | Travertino, trabajado |
| 6802.21.10.00 | Travertino y sus manufacturas, simplemente talladas o aserradas, con superficie plana o lisa. |
| 6802.91.20.00 | Travertino, simplemente decorado o pulimentado. |
| 6802.99.00.60 | Otra piedra natural. |
| 6802.91.15.00 | Mármol, diferente a losetas. |
| 6802.10.00.00 | Losetas, cubos, dados y demás piedras naturales trabajadas, incl. la pizarra, para mosaicos y similares, rectangulares, en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado < 7 cm; granito. |
| 6802.21.50.00 | Mármol, alabastro de talla o de construcción, implementos tallados o aserrados, con superficie plana o lisa. |
| 6802.29.90.00 | El resto de piedra natural, simplemente talladas o aserradas, con superficie plana o lisa. |
| 6802.92.00.00 | Piedras calizas distintas del mármol, travertinos y alabastro, de cualquier forma, pulimentado, o simplemente talladas o aserradas. |
| 6802.91.05.00 | Mármol, losetas. |
| 6802.99.00.30 | Otros monumentos, bases y marcadores de piedra. |
| 6802.93.00.90 | Granito, el resto no especificado en otras partidas. |
| Total | |

Fuente: US International Trade Commission

2015, HTS - 10 dígitos

| | Valor en miles de USD | Cantidad en miles de Toneladas | Porcentaje de cambio del valor (2015/2014) |
|---|-----------------------|--------------------------------|--|
| | 117 | 400 | 325,90% |
| | 5 541 | 4 916 | -2,80% |
| | 2 307 | 3 022 | -22,20% |
| | 625 | 547 | -11,00% |
| | 269 | 711 | 348,70% |
| | 197 | 190 | 56,10% |
| milares, incl. de forma distinta a la cuadrada o hexagonal, en bloques, pedregales, fragmentos y polvo de piedra natural. | 192 | n/d | -21,50% |
| plana o lisa. | 93 | 81 | 43,70% |
| | 57 | 485 | 661,70% |
| decorado o trabajado de otro modo. | 39 | 39 | -16,40% |
| | 35 | 34 | 311,30% |
| | 31 | 113 | 2,50% |
| | 0 | 0 | -100,00% |
| | 9 503 | n/d | -5,10% |



02

Análisis de la Demanda

2.1 Usos y formas de consumo

La piedra dimensionada frecuentemente es caracterizada en dos segmentos principales: “Piedra en bruto” y “Piedra trabajada o desbastada”¹.

Referente a la forma de consumo de las piedras naturales, se toma en consideración las partidas de cuatro dígitos en el Capítulo 25 del arancel de Estados Unidos, el cual incluyen:

- Laja en bruto
- Mármol trauertinos y otros calcáreos en bruto
- Basalto pórfido de granito arenisco en bruto

Las descripciones precisas de las partidas con detalle a diez dígitos se muestran a continuación:

¹ El International Harmonized Tariff Schedule (Tabla de Tarifa Armonizada Internacional): Divide esos dos segmentos de mercado en dos capítulos diferentes. Todas las tarifas armonizadas para importación o exportación son las mismas o similares en todos los mercados internacionales hasta los 6 dígitos. Los códigos reales en los EE.UU. son códigos de 10 dígitos (vea el anexo para las subpartidas HTS en el Capítulo 25 y el Capítulo 68).

Los primeros dos números en el código HTS son el capítulo de designación. Por ejemplo, el Capítulo 25 es donde usted encontrará el segmento de PIEDRA BRUTA: Piedra que simplemente está cortada o aserrada y no terminada. Las estadísticas mostradas arriba son extraídas de aún más especialización de partidas de 4 dígitos, que identificarán las subpartidas para la Piedra Dimensionada.

Tabla N°7: Descripciones arancelarias de las categorías nacionales del capítulo 25 del Arancel de Aduanas de Estados Unidos

| Descripciones de las categorías arancelarias estadounidenses |
|---|
| Pizarra, incluso desbastada o simplemente troceada, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares. |
| Mármol y travertino en bruto o desbastados |
| Mármol, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares |
| Travertino, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares |
| «Ecaussines» y demás piedras calizas de talla o de construcción; alabastro |
| Granito, en bruto o desbastado |
| Granito, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares, con un grosor igual o superior a 7,5 cm |
| Granito, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares, el resto |
| Arenisca, en bruto o devastada |
| Arenisca, simplemente troceada, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares |
| Las demás piedras de talla o de construcción, con grosor igual o superior a 7,5 cm |



Los principales usos de piedra bruta se encuentran en la construcción de edificios, piedra para guarnición, cubos en bruto, bloques, y diferentes tipos de piedra de paisajismo, entre otros. Una porción grande de este mercado es también el de monumentos, que se encuentra típicamente incluido en la partidas 2516 porque la mayoría de ellos están construidos en granito o piedras similares al granito.

El segundo segmento del mercado es la piedra cepillada o desbastada. Esta es cuando al menos una superficie está terminada, en el caso de losa o adoquines o trabajo de cortar a tamaño estándar. Esos formatos se encuentran incluidos todos bajo el Capítulo 68 del arancel de

Estados Unidos.

Las partidas de 4 dígitos en el Capítulo 68 para piedra dimensionada incluyen:

- Adoquín, Piedra para Guarnición, Baldosa (no pizarra)
- Piedra Desbastada (No Laja)
- Laja

Esas subpartidas se encuentran además subdivididas conforme al tipo de piedra y el tipo de trabajo o corte o terminado que se ha hecho a la piedra.

Las descripciones precisas de las subpartidas se muestran a continuación:

Tabla N°8: Descripciones arancelarias de las categorías nacionales del capítulo 68 del Arancel de Aduanas de Estados Unidos

| Descripciones de las categorías arancelarias estadounidenses |
|--|
| Adoquines, encintados (bordillos) y losas para pavimentos, de piedra natural (excepto la pizarra). |
| Losetas, cubos, dados y artículos similares, incluso de forma distinta a la cuadrada o rectangular, en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm; gránulos, trasquiles (fragmentos) y polvo, coloreados artificialmente |
| Trauertino |
| Mármol y alabastro |
| Granito |
| Piedras calizas |

Descripciones de las categorías arancelarias estadounidenses

Las demás

Mármol, losetas

Mármol, diferente a losetas

Trauertino, de la subpartida 6802.21.10, simplemente decorado o pulimentado

Trauertino, los demás

Alabastro

Las demás piedras calizas

Granito para talla o construcción, de la subpartida 6802.23.00, sin trocear, solo con una de las superficies trabajada más que simplemente cortada o aserrada

Granito para talla o construcción, de la subpartida 6802.23.00, troceado, con una o más de las superficies trabajadas más que simplemente cortadas o aserradas, con un grosor máximo de 1,5 cm

Granito para talla o construcción, de la subpartida 6802.23.00, troceado, con una o más de las superficies trabajadas más que simplemente cortadas o aserradas, con un grosor máximo mayor a 1,5 cm pero menor que 7,5 cm

Granito, monumentos, bases y marcadores con grosor máximo superior a 7,5 cm

Granito, otras manufacturas con grosor máximo superior a 7,5 cm

Granito, los demás

Otra piedra natural, monumentos, bases y marcadores

Las demás piedras, el resto

Pizarra natural para tejados

Pizarra natural trabajada y manufacturas de pizarra natural o aglomerada, excepto pizarra para tejados



Los usos principales de piedra tallada están en la construcción y en el diseño arquitectónico. El revestimiento vertical, pisos y cubiertas de muebles son posiblemente los principales usos en esta subpartida. La piedra tallada incluye productos terminados y semiterminados. Un ejemplo de producto semiterminado es un bloque de piedra. Los bloques de piedra varían dependiendo de la medida del bloque que es extraído de una cantera dada. Las lajas de granito tienden a ser más largas que el mármol o la piedra caliza o las losas de travertinos, pero no existe una regla absoluta en formatos, color, medida o precio en el mercado de piedra dimensionada.

Los bloques son producidos o importados a los Estados Unidos para ser cortados posteriormente y terminados para trabajos de corte a la medida, como cubiertas de cocinas, vestíbulos comerciales, recubrimientos interiores o exteriores y otros usos. Los bloques típicamente son pulidos o ribeteados sobre un lado, aun cuando muchos nuevos terminados y terminados mezclados están integrándose al mercado.

Las losetas (baldosas) son un ejemplo de productos modulares terminados que son producidos e importados. En el pasado,

la mayoría de las losetas eran de corte cuadrado y proporciones modestas. La tendencia en la industria es introducir losetas de formatos mayores y más grandes, pero es importante hacer notar que existen losetas de todas las medidas también en uso.

Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Aparte de las subpartidas generales de piedras en bruto y desbastadas, la piedra dimensionada se encuentra dividida en subpartidas principalmente geológicas. Las categorías principales de piedra natural para el mercado de piedras dimensionadas incluyen: granito, piedra caliza, mármol, arenisca y laja. Estas piedras se encuentran también agrupadas en dos grupos principales de calcáreos (mármol, piedra caliza, travertinos y otros) y piedras no calcáreas (granito, pórfido, basalto y otros).

Cada piedra puede ser clasificada en función de las características más importantes: peso específico, coeficiente de absorción de agua, porosidad, resistencia a la compresión, resistencia a la flexión, resistencia al desgaste, resistencia al impacto, o rozamiento.

Tabla N°9: Propiedades de las piedras naturales según Schleicher

| Piedra | Peso específico tm/m ³ | Absorción del agua | | | Resistencia a | | |
|------------|--------------------------------------|--------------------|-------------|-------------------------------|-----------------------------|---------------|------------------------------------|
| | | Peso % | Porosidad % | Compresión kg/cm ² | Tracción kg/cm ² | Choque golpes | Roza- miento cm ³ |
| Mármol | 2,65-2,85 | 0,2-0,6 | 0,4-1,8 | 800-1 800 | 60-150 | 8-10 | 15-40 |
| Trauertino | 2,40-2,50 | 2-5 | 4-10 | 200-600 | 40-100 | 8-10 | 15-10 |

Fuente: "Rocas ornamentales en el Perú: Mercados y Perspectivas", INGEMMET 2003.

Otros factores diferenciadores de las piedras son la variedad, color, tamaño o uso, entre otros. Los travertinos en particular ofrecen diversidad de tonos naturales que van desde el marfil suave y blanco crema a tonos dorados de nogal y miel, verdes plateados, rojos rústicos y marrón oscuro. Al ser una piedra natural, los colores dependen de los materiales orgánicos y minerales presentes en cada cantera, por lo que las baldosas de travertinos nunca serán de un color sólido único ya que contendrán vetas o franjas a lo largo de la piedra, aunque algunas de las variedades sí presentarán una mayor consistencia en el color. Por esa razón cada piedra tiene un estilo y carácter únicos.

A continuación, se muestra un listado de los principales colores definidos en los travertinos:

- Walnut: variedad de tonos marrones, desde colores más tostados a otros "chocolate con leche".
- Noce: matices de nogal desde dorado intermedio a marrón oscuro tipo café.
- Chocolate: marrón oscuro.
- Silver: matiz ligero de marfil con un tono gris que da apariencia plateada.
- Philadelphia: colores terrosos con algo de estriación.



- Gold: Tonos de miel dorada.
- Light: Tonos crema o marfil.
- Navona: beige muy ligero, casi blanco, con apariencia rústica o antigua.
- Emerald: Tonos pálidos con matices verdosos.
- Emerald Light: vetas en verde pálido sobre fondo blanco.
- Onyx Light: vetas ónix amarillo tipo miel sobre fondo blanco.
- Mina Rustic: mezcla de beige y nogal con algunas vetas amarillas y negras.
- Mina Dark: un tono más oscuro que el beige, se puede describir también como "Light Walnut".
- Scabos: variedad de colores jaspeados desde tonos miel claros a color teja.
- Durango: marfil turbio y khaki claro con manchas diminutas de dendrita negra.
- Red: alto contenido de óxido con Tos desde el más pálido al escarlata.
- Rosa: color rosa profundo con motas crema.
- Gray: gris oscuro altamente estriado.
- Classico: diseño y color uniforme que se parecen al corcho natural.
- Beige: Tos desde el marfil claro al beige pálido.

Además, las baldosas de travertinos pueden presentar diferentes terminados o acabados, en la industria se encuentran los siguientes:

- Pulimentado (polished): el travertino se alisa y pule para alcanzar una



superficie brillante y con reflejo similar al mármol. Este acabado es el más común en aplicaciones comerciales.

- Afilado (honed): acabado plano y satinado con un terminado mate con poco brillo. Este es el acabado más popular para uso residencial.
- Cepillado (brushed): travertino con textura áspera y terminado mate. Aspecto más antiguo y es menos resbaladizo que los anteriores.
- Aserrado (saw cut): terminado liso y completamente mate sin afilado o pulido.
- Ligeramente pulido (tumbled): ofrece el acabado más natural del travertino, con gran textura, sin brillos, y con bordes redondeados, dando así la apariencia erosionada de las piedras antiguas. Es el acabado más común en instalaciones exteriores.
- Relleno: las baldosas de travertino podrán presentarse con los poros de su estado natural, o más comúnmente vendrán con estos poros rellenos de materiales que ofrezcan el mismo acabado en color.

En cuanto al grosor de los travertinos, las medidas estándar para las baldosas son de 3/8" (0,95 cm), 1/2" (1,27 cm), y 5/8" (1,58 cm), y de 1 1/4" (3,17 cm) para los pavimentos.

El grosor recomendado varía dependiendo del tipo de travertinos y de su uso final.

Adicionalmente, los travertinos están presente en diferentes tamaños, desde los más pequeños para mosaicos a baldosas de larga escala para instalar en vestíbulos de edificios comerciales, no todos los colores están presentes en todos los tamaños, los más comunes son los que siguen a continuación:

- 12" x 12" x 3/8"
(30,48 cm x 30,48 cm x 0,95 cm)
- 16" x 16" x 1/2"
(40,64 cm x 40,64 cm x 1,27 cm)
- 16" x 16" x 3/8"
(40,64 cm x 40,64 cm x 0,95 cm)
- 16" x 24" x 1/2"
(40,64 cm x 60,96 cm x 1,27 cm)
- 18" x 18" x 1/2"
(45,72 cm x 45,72 cm x 1,27 cm)
- 24" x 24" x 1/2"
(60,96 cm x 60,96 cm x 1,27 cm)
- 24" x 24" x 5/8" (60,96 cm x 60,96 cm x 1,58 cm)
- 3" x 6" x 3/8"
(7,62 cm x 15,24 cm x 0,95 cm)
- 4" x 4" x 3/8"
(10,16 cm x 10,16 cm x 0,95 cm)



- 4" x 8" x 3/8"
(10,16 cm x 20,32 cm x 0,95 cm)
- 6" x 6" x 3/8"
(15,24 cm x 15,24 cm x 0,95 cm)
- 8" x 16" x 1/2"
(20,32 cm x 15,24 cm x 1,27 cm)
- 8" x 8" x 1/2"
(20,32 cm x 20,32 cm x 1,27 cm)
- 8" x 8" x 3/8"
(20,32 cm x 20,32 cm x 0,95 cm)
- 12" x 12" x 1/2"
(30,48 cm x 30,48 cm x 1,27 cm)
- 12" x 24" x 1/2"
(30,48 cm x 60,96 cm x 1,27 cm)

Por otro lado, hay otro término en la industria que hace referencia al grado de la piedra o baldosa, no obstante, no hay ningún nombre industrial estándar para los travertinos, siendo los siguientes los más comúnmente empleados:

- Premium: también conocido como primer grado, la baldosa presenta cortes perfectos con grosor uniforme y muy poco relleno.
- Standard: también conocido como segundo grado, también está perfectamente cortada con grosor uniforme, pero cuenta con mayor relleno en la piedra.

- Comercial: también conocido como tercer grado, puede no presentar cortes perfectos en todos sus lados ni grosor uniforme, y la piedra tiene más nivel de relleno.

Por otra parte, muchas auditorías y visitas son hechas por consumidores y por los fabricantes, concernientes al inventario de abasto disponible. La disponibilidad es posiblemente el criterio de selección más importante para cualquier trabajo de piedra, ya sea para una cubierta de cocina o para el piso de un gran centro comercial.

Por ejemplo, si usted está diseñando una cocina que necesita siete lozas para fabricar las cubiertas y la isla de trabajo, debe localizar un conjunto de lozas del mismo bloque que tenga al menos 7 lozas. Si selecciona una piedra que solamente tenga 3 lozas en existencia, nunca conseguirá, del siguiente embarque, otras similares. Lo mismo pasa en las tiendas de grandes almacenes, cuando la gente está buscando losetas para completar un cuarto en su casa, debe de haber suficiente, de las losetas, en existencia con coloración y venas similares.

En términos de salas de exhibición al menudeo, este criterio de "disponibilidad" es fundamental. Con frecuencia las tiendas exhibirán una o dos muestras de losas y baldosas y las dos pueden ser muy diferentes de la que se tenga en el inventario de los proveedores.

2.2 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

La piedra natural o baldosas cerámicas son algunos de los materiales empleados como recubrimiento de superficies tanto en las residencias de nueva construcción como en las ampliaciones y reformas, así como en el mantenimiento y reparación de proyectos comerciales y residenciales. Es el mundo de la moda y la televisión es el principal eje impulsor para las tendencias de diseño, estilo y color en todas las industrias, incluida la de decoración de interiores.

Así, este sector viene afectado principalmente por la evolución de la industria de la construcción en Estados Unidos, la cual ha presentado signos de desaceleración en el año 2016, tras varios años de crecimiento sostenido. La agencia de investigación Dodge, especializada en construcción, predice un crecimiento del número de puestas en marcha (comienzo de construcción de nuevas viviendas) de 5% en el año 2017, luego de los incrementos de 11% en el año 2015 y del estimado 1% del año 2016. Esto incluye 8% de crecimiento estimado para la construcción residencial y no-residencial, y un 3% para el resto de proyectos fuera del sector inmobiliario.

La industria de la piedra dimensionada está bien posicionada para crecimiento futuro, en tanto que representa a una

gran tendencia consumidora de productos naturales. Eso, combinado con la mega tendencia de sostenibilidad en la industria de la construcción, proporciona una gran ventaja a los productores de piedra que siguen prácticas y lineamientos sostenibles.

Con el casi saturado nivel de productos de granito en el mercado, existe una nueva tendencia hacia las cubiertas de muebles y pisos de mármol, travertinos y piedra caliza.

Los colores neutrales son ciertamente la tendencia de los últimos diez años y recientemente los travertinos se han convertido en un material básico para arquitectos y diseñadores de interiores. Se estima que los travertinos recientemente han tenido gran éxito en lo que tiene un color neutro y es una piedra que luce como piedra/producto natural.

Mucha de la industria del aglomerado (piedra artificial) y cerámica, se basa en la imitación de piedra natural. Todo lo que tiene que hacer, es realizar una visita rápida a una sala de exhibición de losetas o a una tienda de grandes almacenes y verá la cantidad de losas de travertino, empedrados y productos de loseta de cerámica "travertino" para darse una buena idea de la demanda de esta estética.



Las últimas tendencias en esta industria consisten en la creación de espacios sofisticados con un amplio rango de materiales en pisos y paredes, que van desde piedra natural y porcelana a aplicaciones de vidrio y metal, así como combinaciones de los mismos creando por tanto nuevas posibilidades en diseño. En el caso de los metales como tendencia para las terminaciones, resaltan los acabados en Tos plateados, dorados, cobre, óxido, bronce o titanio. Destaca también el resurgimiento de los efectos de madera en las baldosas cerámicas, sobre todo en aquellos espacios más transitados ofreciendo de esta manera más durabilidad frente al uso de la madera como tal. Los espacios ofrecen más texturas, usando diferentes tipos de piedra con aspecto rústico y enfocándose en una apariencia de movimiento y Talidad en las superficies decoradas.

En lo referente a la forma de estos materiales, hay una creciente demanda de tamaños más grandes en piedra natural y en cerámica, de manera que los formatos de 24x24 pulgadas son cada vez más comunes. Igualmente, se observa una tendencia por el uso de baldosas más finas, de hasta diez milímetros, incluso de baldosas de piedra traslúcidas o con formas curvas. Destaca además la popularidad de patrones geométricos y

orgánicos que evocan los años cincuenta y sesenta.

Por su lado, la agencia PanTe, autoridad mundial en tendencias del color, indica las paletas de colores que marcaron las tendencias en diseño y decoración del interior de las residencias para el año 2016, y que están inspiradas en la naturaleza, arquitectura y destinos turísticos. Estas incluyen algunas basadas en colores que rememoran la madera, barro y otras figuras naturales; mezclas delicadas de Tos pastel de los colores azul, melocotón y amarillo; nuevas combinaciones de colores opuestos; uso de matices que recrean estilos tradicionales; gama de colores de joyería y el uso de materiales con brillos y colores intensos; mixturas de Tos verdes y amarillos intensos en contraste con rosas y naranjas; o combinación de colores eclécticos como mezcla de diferentes influencias culturales. Igualmente, para el año 2017, la misma agencia prevé un resurgimiento de las imágenes en blanco y negro, que pueden combinarse con colores fuertes y vibrantes; mezclas de diseños, texturas y colores; espacios que conectan con la naturaleza y sus materias primas; aspectos tanto sofisticados como ligeros, y otros ricos en tonalidades florales; mostrando así diversas directrices para los interiores de las viviendas en Estados Unidos.

2.3 Análisis de la competencia

Según la Agencia del Censo (US Census Bureau), el consumo de piedra natural en Estados Unidos corresponde a USD 30 mil millones anuales. Por su parte, el portal especializado Floor Trends revela que el granito es el principal tipo de piedra vendida en Estados Unidos con una cuota del 24%, seguido del travertino (21%), mosaico (19%), mármol (12%), pizarra (12%) y

caliza (6%). Así, el travertino es uno de los materiales de piedra natural más usados en la arquitectura moderna en Estados Unidos. Los principales importadores y distribuidores que destacan en la industria de piedra son MS International (también a la cabeza de la industria mundial) y Dal Tile, entre otros que se mencionan en la tabla a continuación:

Tabla N°10: Principales importadores y distribuidores de la Industria de piedra en Estados Unidos

| Principales distribuidores | Productos/materiales | Ventas anuales | Oficinas centrales | Página Web |
|----------------------------|---|-----------------------|--------------------|--|
| MS International | Piedra natural en su mayoría. Porcelana, cerámica, cristal y cuarzo | >USD 750 millones | Orange, CA | www.msiste.com |
| Dal Tile | Cerámica, porcelana, cristal, metal y piedra natural | USD 2,23 mil millones | Dallas, TX | www.daltile.com |
| Walker Zanger | Piedra natural, cerámica, porcelana y cristal | USD 76,86 millones | North Hills, CA | www.walkerzanger.com |
| Arizona Tile | Piedra natural, cerámica, cristal y cuarzo | USD 287,10 millones | Tempe, AZ | www.arizonatile.com |
| Bedrosians | Porcelana, piedra natural, cerámica y cristal | USD 187,06 millones | Fresno, CA | www.bedrosians.com |

Fuente: The Natural STe Institute y Hoovers



Como se ha demostrado con las estadísticas, las piedras principales que son importadas desde el Perú se encuentran en la partida de piedras calcáreas y en la más importante subpartida que es el travertino. Para el propósito de este reporte, nos concentraremos en la competencia dentro de la subpartida arancelaria 6802.91 (piedra trabajada monumental o de construcción, de mármol, travertinos y alabastro). Actualmente todas las piedras trabajadas que están siendo importadas desde Perú se clasifican dentro de esta subpartida arancelaria.

En términos de competencia para el producto peruano, habría que enfocarse

en el producto importado, al no existir producción doméstica de travertinos en Estados Unidos. En ese sentido, y analizando la misma subpartida arancelaria 6802.91, no aplican preferencias arancelarias para Turquía, Italia o China, pero sí para Canadá y México, cuyas exportaciones a Estados Unidos para la subpartida arancelaria 6802.91 y sus subgrupos quedan libres de arancel, igual que para el Perú.

Existen numerosos depósitos naturales de travertinos alrededor del mundo, como es evidente por el hecho de que existen 74 diferentes países que exportan piedras de esta subpartida al mercado



estadounidense. Sin embargo, los tres países de mayor exportación son los que abastecen el 80% del total de esta subpartida. Esos países incluyen: Turquía (33%), Italia (30%) y China (1%). Perú es el noveno en términos de países proveedores. En esta subpartida, Perú exportó USD 6,5 millones y un total de 5 862 toneladas de piedra, el equivalente al 0,69% de la cuota de mercado.

Hace una década, Italia contaba con una situación de cuasi monopolio en el mercado mundial de travertino, sin embargo, en la actualidad han surgido otros mercados con cantidades significativas para abastecer a la demanda global.

Los diez mayores países que son los competidores principales en esta subpartida son (en orden descendente): Turquía, Italia, China, México, España, Grecia, Brasil, India, Perú y Canadá.

Turquía e Italia siempre han sido los principales proveedores de travertinos a los Estados Unidos. Desde la introducción del euro, Turquía ha tenido ventaja en términos de moneda. En términos de precio, (piedra trabajada en esta subpartida - USD por t), debido a la importante competencia en el mercado hubo un detrimento en el precio de la piedra conforme pegó en la frontera de los Estados Unidos.

La piedra natural es el quinto producto más importante que se exporta de Turquía, y el travertino hace hasta el 91% de la piedra que está siendo exportada desde Turquía. Este abundante abasto natural combinado con el muy bajo precio por unidad de USD 438/t, hace a Turquía el líder de mercado en los Estados Unidos. Esto, asociado con el hecho de que Turquía ha hecho su mayor esfuerzo en promover el travertino turco. El Pabellón turco es uno de los pabellones más grandes en las mayores exhibiciones de mercado en los Estados Unidos y tienen un gran número de productores.

Por mucho, Turquía fue el precio más bajo de mármol, travertinos y alabastro, desbastados, con promedio de USD 438/t. El país proveedor más caro en los diez primeros fue Canadá a USD 7200/t. Durante el año 2014, el precio promedio de importación de mármol, travertinos, alabastro desbastado, llegando a los Estados Unidos fue de USD 776/t.

El costo por t proveniente de Perú fue de USD 1 121/t. El precio de Perú fue ligeramente mayor que el precio de China a USD 1 175/t, pero menor que el precio de Italia a USD 1 617/t.

Por su parte, Italia ha sido tradicionalmente uno de los principales competidores para el mercado internacional de travertino. Esto se debe a un número de factores, los grandes depósitos de travertino, el histórico



uso de travertino romano alrededor del mundo, combinado con el hecho de que Italia es el más gran núcleo de mercado de bloque y compra bloques de travertino de muchos proveedores internacionales. Por ejemplo, Irán tiene un depósito muy grande de travertino, pero no ha sido capaz

de comerciar directamente con los Estados Unidos debido a restricciones políticas de comercio. Sin embargo, dado el costo de mano de obra en Italia junto con el valor del euro, Italia no ha mantenido la posición de liderazgo debido al extremadamente bajo precio de Turquía.

Tabla N°11: Precios promedio del mármol, travertinos y alabastro de los diez mayores proveedores de los Estados Unidos (2014)

| País de Abasto | Participación del mercado (%) | Precio/t |
|----------------|-------------------------------|------------|
| Turquía | 33,50 | USD 38/t |
| Italia | 30,80 | USD1617/t |
| China | 17,10 | USD 1175/t |
| México | 4,60 | USD 740/t |
| España | 3,50 | USD 922/t |
| Grecia | 2,00 | USD1840/t |
| Brasil | 1,60 | USD1388/t |
| India | 1,40 | USD 782/t |
| Perú | 0,70 | USD 1121/t |
| Canadá | 0,50 | USD 7216/t |

Nota: Los precios listados son a nivel de importadores del precio de lista sobre facturas comerciales acompañando documentos de embarque

Fuente: Elaborado por STe Trends International

2.4 Regiones/sectores de mayor consumo dentro del mercado

El consumo de piedra dimensionada ha crecido a lo largo de los Estados Unidos en centros de distribución y tiendas al menudeo ubicadas de un lado al otro del país. Las grandes tiendas de almacenes como Home Depot o Lowes han comprado losetas de piedra directamente para los consumidores en los cincuenta Estados. Sus Departamentos Internos de Diseño para cocinas y baños, trabajan también exclusivamente con mayoristas locales de loseta, para fabricar cubiertas para clientes locales.

Sin embargo, los almacenes y los mayores importadores de losas tienden a estar concentrados cerca de los principales puertos de entrada a los Estados Unidos, que, por supuesto, se encuentran ubicados en las zonas costeras. La siguiente tabla presenta a los diez mayores puertos de entrada y su cuota prospectiva de mercado en términos de piedra trabajada que viene a los Estados Unidos.

Tabla N°12: Principales puertos de ingreso de las importaciones de piedras naturales, según participación

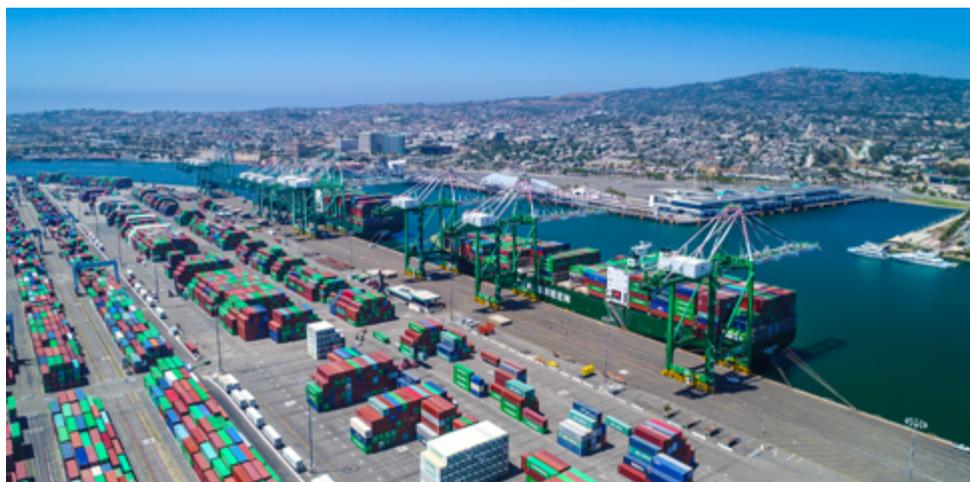
| Puerto de entrada | Participación del Mercado (%) |
|-------------------|-------------------------------|
| Newark, NJ | 16,50 |
| Los Ángeles, CA | 16,40 |
| Houston, TX | 13,10 |
| Norfolk, VA | 7,60 |

Fuente: Elaborado por STe Trends International



| Puerto de entrada | Participación del Mercado (%) |
|---------------------|-------------------------------|
| Savannah, GA | 6,90 |
| Port Everglades, FL | 5,70 |
| Oakland, CA | 4,30 |
| Miami, FL | 4,30 |
| New York, NY | 3,40 |
| Long Beach, CA | 2,20 |

Fuente: Elaborado por STE Trends International



Ventajas del producto peruano y competencia

Perú se encuentra entre las naciones que comparten una historia fascinante del uso de la piedra natural en la arquitectura. Por siglos, el travertino, piedra caliza y mármol han sido excavados de las canteras en la región. Este uso de la piedra es conocido alrededor del mundo por el Imperio inca, la cordillera de los Andes y, en particular, Machu Picchu. Esta llamada a la historia y el uso local de piedras da una gran ventaja de comercialización sobre culturas más nuevas que están extrayendo travertino.

En cuanto al tipo de material y al precio, el travertino peruano sería comparable al de Turquía y México, considerando a estos dos países como los principales competidores dentro del mercado americano, y dejando fuera a Italia de este grupo por contar con un posicionamiento más elevado tanto en precio como en calidad. Además, el travertino de Perú cuenta con ventajas competitivas con respecto al procedente de México y Turquía, pues se trata de un material mucho más denso, que requiere de un menor proceso de relleno al contar con

menos bolsas de aire, hecho que puede servir para un mejor posicionamiento en el mercado americano.

Como Italia, Turquía, México y China; Perú también tiene acceso a trabajadores y artesanos altamente calificados que pueden trabajar en los diseños de piedra tanto modernos como tradicionales.

Dado que Perú tiene un número de puertos marítimos, también tiene una ventaja logística sobre las naciones sin acceso al mar en abastecer al mercado internacional. Todos, los cinco más grandes, abastecedores de piedra natural de los Estados Unidos tienen esta ventaja logística (Brasil, China, Italia, Turquía e India). A través del Canal de Panamá para los puertos de la Costa este y la navegación directa a los Puertos de la Costa oeste, Perú también ha distinguido esta ventaja.

Finalmente, Perú tiene un programa de tarifa especial con los Estados Unidos para la importación de productos de piedra natural cubiertos en esta investigación. Esto otorga hasta un 4,9% de ventaja sobre productos importados de los tres mayores países proveedores.



03

Condiciones de Acceso al Mercado

3.1 Aranceles

Cada piedra que ingresa al mercado debe ser clasificada ya sea en el Capítulo 25 (piedra en bruto) o Capítulo 68 (piedra desbastada), entonces, las otras especificaciones son necesarias para una clasificación apropiada, que incluye:

- Familia geológica
- La cantidad de terminado, cortado, o ribeteado hecho al producto (en un lado, múltiples lados, entre otros)
- La medida o el formato del producto.

Con esta información serán calculados los aranceles.

Es importante notar que esas especificaciones están determinadas por el Servicio de Aduanas y Protección de la Frontera de los Estados Unidos. Si se desea conocer el reglamento sobre un producto de piedra dado, puede establecer contacto

con: US Customs and Border Protection; Office of Regulations and Rulings in Washington DC. (www.cbp.gov/contact/international-trade-contacts)

Una vez que la piedra se coloca en el mercado, está sujeta también a "categorías comerciales". En esto no existe una entidad en los Estados Unidos que controle la nomenclatura de las piedras dimensionadas, las categorías descritas arriba son usadas en diferentes formas. En el pasado cualquier piedra caliza que pudiera portar un brillo podía ser llamada mármol. En forma similar, muchas piedras muy duras vinieron al mercado y frecuentemente fueron llamadas granito, pero no son granito. Fabricantes y vendedores tienden a llamar granito a cualquier piedra muy dura y no porosa que no tiene contenido de carbonato de calcio.

Dado que es importante entender esta diferencia entre la clasificación de importación y la clasificación comercial,

el primer paso en la importación a los Estados Unidos es tener el código HTS apropiado para facturas y documentos de embarque.

El arancel standard para el travertino trabajado e importado a los Estados Unidos es el 4,9% del valor facturado. A la

última publicación de la tarifa de aranceles de HTS, Perú tiene un Programa de Tarifa Especial existente para la importación de productos de piedra en bruto o acabado del Perú. La tasa de arancel para Perú bajo este programa especial es "SIN CARGO", para el travertino y el resto de las partidas analizadas.

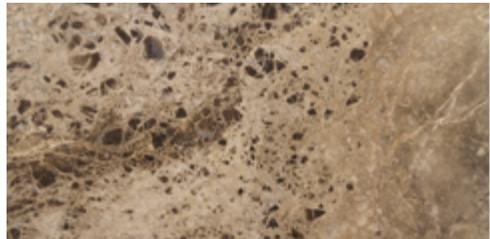


Tabla N°13: Rango de aranceles para las importaciones de Capítulos 25 y 68 para los países sin programa de arancel especial

| Partida | Rango de arancel |
|--|------------------|
| 2514: Laja en bruto | Sin cargo |
| 2515 MTL calcáreas en bruto | Sin cargo - 3% |
| 2516: Granito en bruto, basalto de pórfido, arenisca | Sin cargo - 3% |
| 6801: Adoquín, piedra para guarnición, baldosa (no laja) | 2,8% |
| 6802: Piedra desbastada (no laja) | 1,9 - 6,5% |
| 6803: Laja | Sin cargo - 3,3% |
| Long Beach, CA | 2,20 |

Tabla N°14: Aranceles de importación de las subpartidas del capítulo 25

| Subpartida nacional | Descripción | Arancel General | Arancel especial Perú |
|---------------------|--|-----------------|-----------------------|
| 2514.00.00.00 | Pizarra, incluso desbastada o simplemente troceada, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares. | 0% | 0% |
| 2515.11.00.00 | En bruto o desbastado | 0% | 0% |
| 2515.12.10.00 | Mármol, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares. | 0% | 0% |

Fuente: US International Trade Commission

| Subpartida nacional | Descripción | Arancel General | Arancel especial Perú |
|---------------------|---|-----------------|-----------------------|
| 2515.12.20.00 | Travertino, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares | 3% | 0% |
| 2515.20.00.00 | «Ecaussines» y demás piedras calizas de talla o de construcción; alabastro. | 3% | 0% |
| 2516.11.00.00 | Granito, en bruto o desbastado | 0% | 0% |
| 2516.12.00.30 | Granito, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares, con un grosor igual o superior a 7,5 cm | 2,8% | 0% |
| 2516.12.00.60 | Granito, simplemente troceado, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares, el resto | 2,8% | 0% |
| 2516.20.10.00 | Arenisca, en bruto o devastada | 0% | 0% |
| 2516.20.20.00 | Arenisca, simplemente troceada, por aserrado o de otro modo, en bloques o en placas cuadradas o rectangulares | 3% | 0% |
| 2516.90.00.30 | Las demás piedras de talla o de construcción, con grosor igual o superior a 7,5 cm | 3% | 0% |
| 2516.90.00.60 | Las demás piedras de talla o de construcción, el resto | 3% | 0% |

Fuente: US International Trade Commission



Tabla N°15: Aranceles de importación de las subpartidas del capítulo 68

| Subpartida nacional | Descripción | Arancel General | Arancel especial Perú |
|---------------------|---|-----------------|-----------------------|
| 6801.00.00.00 | Adoquines, encintados (bordillos) y losas para pavimentos, de piedra natural (excepto la pizarra). | 2,80% | 0% |
| 6802.10.00.00 | Losetas, cubos, dados y artículos similares, incluso de forma distinta a la cuadrada o rectangular, en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm; gránulos, tasquiles (fragmentos) y polvo, coloreados artificialmente | 4,80% | 0% |
| 6802.21.10.00 | -Trauertino | 4,20% | 0% |
| 6802.21.50.00 | Mármol y alabastro | 1,90% | 0% |
| 6802.23.00.00 | Granito | 3,70% | 0% |
| 6802.29.10.00 | Piedras calizas | 4,90% | 0% |
| 6802.29.90.00 | Las demás | 6% | 0% |
| 6802.91.05.00 | Mármol, losetas | 2,50% | 0% |
| 6802.91.15.00 | Mármol, diferente a losetas | 4,90% | 0% |
| 6802.91.20.00 | Trauertino, de las subpartida 6802.21.10, simplemente decorado o pulimentado | 4,20% | 0% |
| 6802.91.25.00 | Trauertino, los demás | 3,70% | 0% |
| 6802.91.30.00 | Alabastro | 4,70% | 0% |
| 6802.92.00.00 | Las demás piedras calizas | 4,90% | 0% |

Fuente: US International Trade Commission

| Subpartida nacional | Descripción | Arancel General | Arancel especial Perú |
|---------------------|--|-----------------|-----------------------|
| 6802.93.00.10 | Granito para talla o construcción, de la subpartida 6802.23.00, sin trocear, solo con una de las superficies trabajada más que simplemente cortada o aserrada | 3,70% | 0% |
| 6802.93.00.20 | Granito para talla o construcción, de la subpartida 6802.23.00, troceado, con una o más de las superficies trabajadas más que simplemente cortadas o aserradas, con un grosor máximo de 1,5 cm | 3,70% | 0% |
| 6802.93.00.25 | Granito para talla o construcción, de la subpartida 6802.23.00, troceado, con una o más de las superficies trabajadas más que simplemente cortadas o aserradas, con un grosor máximo mayor a 1,5 cm, pero menor que 7,5 cm | 3,70% | 0% |
| 6802.93.00.35 | Granito, monumentos, bases y marcadores con grosor máximo superior a 7,5 cm | 3,70% | 0% |
| 6802.93.00.60 | Granito, otras manufacturas con grosor máximo superior a 7,5 cm | 3,70% | 0% |
| 6802.93.00.90 | Granito, los demás | 3,70% | 0% |
| 6802.99.00.30 | Otra piedra natural, monumentos, bases y marcadores | 6,50% | 0% |
| 6802.99.00.60 | Las demás piedras, el resto | 6,50% | 0% |
| 6803.00.10.00 | Pizarra natural para tejados | 3,3% | 0% |
| 6803.00.50.00 | Pizarra natural trabajada y manufacturas de pizarra natural o aglomerada, excepto pizarra para tejados | 0% | 0% |

Fuente: US International Trade Commission



Para mayor información, consultar los Capítulos 25 y 68 HTS anexos para tasas de aranceles individuales. Siempre es aconsejable solicitar la reglamentación y tasa de arancel de acceso al mercado a la Oficina de Regulaciones y Reglamentos del CBP de los Estados Unidos. Bajo la columna de Tarifas de Arancel, hay una

subcolumna "Especial", y las letras PE significan Perú.

- Enlace: www.cbp.gov/contact/international-trade-contacts
- Enlace para programas de aranceles especiales (incluyendo Perú): https://dataweb.usitc.gov/scripts/gsp/gsp_tariff.asp

3.2 Normas de origen y pruebas de origen

La señal o marca del país de origen se emplea y está destinada como referencia para que el comprador pueda identificar el país donde se ha producido el producto. Es decir, si la piedra en cuestión ha sido extraída en Perú, ese será el país de producción y fabricación.

Para mayor información sobre la marca del país de origen o fabricación, visite el sitio US CBO:

Enlace: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/eeuu/espanol/Reglas_de_Origen.pdf

Acuerdos Comerciales del Perú PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Inicio | Acuerdos Comerciales | Cómo exportar | Noticias | Estadísticas | Contáctenos

El comercio de esta página requiere una versión más reciente de Adobe Flash Player.

¿Qué Acuerdos Comerciales tenemos?

En vigencia

AFC ACUERDO SOBRE FACILITACIÓN DEL COMERCIO Descarga aquí los textos del AFC

El Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC

El 22 de febrero de 2017 entró en vigencia el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Su importancia radica en que establece medidas enfocadas en brindar transparencia a las normas vinculadas al comercio exterior; agilizar y simplificar los trámites relacionados al despacho de las mercancías; reducir las trabas al flujo de mercancías y a generar equidad en las decisiones de las entidades de control.

3.3 Requisitos específicos de los importadores

Además de los requisitos de importación acostumbrados en ambos, el empaque (fumigación de tarimas de madera) y en la documentación; no existen requisitos específicos para la importación de materiales de piedra importados bajo los capítulos 25 y 68.

En general, estas son las sugerencias principales para el exportador para una rápida liberación de su embarque.

- Incluir toda la información requerida en las facturas a clientes.
- Preparar las facturas cuidadosamente con escritura clara, permitiendo espacio suficiente entre las líneas, y conservando la información dentro de la columna correspondiente.
- Asegurar que las facturas contengan la información de una lista de embarque bien preparada.
- Marcar y numerar cada paquete para que puedan ser identificados con las marcas y números correspondientes que se muestran en las facturas.
- Hacer una descripción detallada en la factura de cada artículo de mercancía que se incluye en cada paquete individual.
- Marcar las mercancías en forma legible y con el país de origen visible, a menos que estén específicamente exentos de los requisitos de marcar el punto de origen, y con cualquier otra marca conforme sea requerido por las leyes de marcado de los Estados Unidos. Las exenciones y los requisitos generales de marcado se detallan en los capítulos 29 y 30.
- Cumplir con las disposiciones de cualquiera de las leyes de los Estados Unidos que pueda aplicar a las mercancías, tales como leyes relacionadas a alimentos, drogas, cosméticos, bebidas alcohólicas, materiales radioactivos, y otros, (Ver Capítulos 33, 34 y 35).
- Seguir las instrucciones muy de cerca con respecto a facturación, empaque, marcado, etiquetado, entre otros; facilitadas al exportador por su cliente en los Estados Unidos. Probablemente el cliente ya haya realizado una verificación cuidadosa de los requisitos que deberá cubrir cuando su mercancía arribe al país.
- Trabajar con CBP (Oficina de Aduanas) para desarrollar estándares de empaque para sus mercancías.
- Establecer procedimientos de seguridad confiables en las instalaciones y en el transporte por embarque de las



mercancías. No dar a los narcotraficantes la oportunidad de introducir narcóticos en su embarque.

- Considerar embarcar con un transportista participante en el Sistema de Manifiestos Automatizado, Automated Manifest System (AMS).
- En el caso de utilizar el servicio de un Agente Aduanero para la transacción, considerar utilizar una firma que participe en el Automated Broker Interface (ABI).

La oficina del US CBP (Oficina de Aduanas Estados Unidos) cuenta con una guía sobre las importaciones a los Estados Unidos que contiene información útil para importadores y compradores concerniente a los nuevos lineamientos de documentación.

Así, para realizar exportaciones a Estados Unidos es necesario cumplir con unas reglas comunes para todos los productos procedentes de Perú, encontrando los siguientes documentos como requisitos obligatorios para todos los embarques de mercancías con destino en el país norteamericano:

Factura Comercial

Documento que recoge constancia de la venta del exportador al comprador en Estados Unidos, y debe reflejar descripción

de la mercancía, cantidad, peso y valor. Adicionalmente incluirá el nombre y dirección de la empresa vendedora y del comprador en Estados Unidos o consignatario, condiciones de venta, así como lugar y fecha, con el mayor detalle posible y redactado de forma clara en idioma inglés.

Lista de bienes (Packing List)

Documento emitido por la empresa exportadora con la descripción de la mercancía: detalle, cantidad, pesa, entre otros.

Conocimiento de embarque

Conocido como "Bill of Lading" cuando el envío es por vía marítima, o "Airway Bill" (ABW) cuando es por vía aérea, y está firmado por el transportista encargado de llevar la mercancía.

Certificado de origen

Certificado que documenta el origen y la procedencia de los bienes, y que permite al exportador peruano obtener el beneficio arancelario gracias al Tratado de Libre Comercio suscrito con Estados Unidos. El siguiente enlace listo las entidades delegadas por MINCETUR para la emisión de este certificado: www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/comercio/certif_origen/Entidades_Delegadas.pdf

Una copia de la publicación: "Importando a los Estados Unidos" del US CBP se anexa a este reporte, e incluye información sobre el proceso del ingreso de bienes en Estados Unidos, inspección, empaques, cumplimiento con las normativas, facturación, aplicación de aranceles, clasificación y valoración de los bienes, y marcado o etiquetado, entre otros puntos. Puede también consultar la versión.pdf en línea en esta dirección:

Enlace: www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf

En términos de requerimientos específicos para embarques de piedra dimensionada, todos los embarques están sujetos a las regulaciones y documentación del país de origen de la mercancía, así como a los requisitos de fumigación del empaque de madera. Para el caso específico de Perú como país de origen, no se requieren documentos especiales ni hay una regulación adicional a la Ley General de Minería (véase aquí: [www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/89E200B-65DCF6DE9052578C30077AC47/\\$FILE/DS_014-92-EM.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/89E200B-65DCF6DE9052578C30077AC47/$FILE/DS_014-92-EM.pdf)). No obstante, las exportaciones deberán tener en cuenta el aspecto logístico para el transporte de la piedra dimensionada a Estados Unidos, ya que, al tratarse de material de gran peso y tamaño, se hará necesario contratar con empresas transportistas que ofrezcan la suficiente capacidad y seguridad para

su transporte. Es importante destacar la importancia que tiene la selección de un medio de transporte que asegure la efectividad en costos y el envío puntual, además de realizar una cuidadosa preparación de la mercancía, con el debido empaquete para su envío en buenas condiciones y conforme a las regulaciones aplicables para evitar posibles casos de contaminación, plagas, roturas y erosiones.

Para información de los requisitos de fumigación de madera y materiales de empaque, puede referirse a este enlace: www.cbp.gov/border-security/protecting-agriculture/wpm

El Departamento de Agricultura de EE.UU. (USDA) ha aprobado dos tipos de tratamientos compatibles con la norma ISPM15 para neutralizar posibles plagas, que incluyen un sellado de calidad. El primero es el tratamiento de calor, por el cual los palés deberán introducirse en una cámara de calor donde el núcleo de la madera alcance una temperatura mínima de 56 °C por al menos 30 minutos. El segundo consiste en un tratamiento químico mediante la fumigación del embalaje de madera con bromuro de metilo. Los palés que vayan a entrar en EE.UU. procedentes de Perú deberán pasar por uno de estos tratamientos antes de llegar al país norteamericano, para lo que SENASA cuenta con un listado actualizado de plantas acreditadas en Perú, disponible en este enlace: <http://www>



senasa.gob.pe/RepositorioAPS/0/2/JER/EMBALAJE_MADEUSADOS/Plantas%20de%20embalaje%202013/Plantas%20HT%2019%20DE%20Margo%202013.pdf.

Una vez obtenido el tratamiento, serán marcados con un sello oficial por la misma planta. Es importante verificar que la planta cuente con la licencia otorgada por SENASA, la cual debe ser renovada anualmente.

El tratamiento y sellado realizado a los embalajes de madera no expira, es decir,

3.4 Barreras, estándares y normas

De acuerdo a nuestro conocimiento, no existen barreras oficiales o regulaciones concernientes a la importación de piedra natural desde Perú. Sin embargo, existe un número de estándares relacionados con el mercado de la piedra en los Estados Unidos. La mayoría de esos estándares están compilados por ASTM International, una organización internacional que desarrolla estándares técnicos para multitud de productos y materiales. Una compilación de esos estándares fue hecha por el Marble Institute of America y se encuentra disponible en su página web. Los cuales se detallan a continuación:

- **Guías estándares:** Selección, diseño, instalación, limpieza/mantenimiento, examen petrográfico, reparaciones.

es de una única aplicación, pudiendo reutilizar el palé sin tener que pasar por un nuevo tratamiento y sellado, siempre que se trate exactamente del mismo palé sin modificaciones. El material que haya sido reparado o reciclado requerirá de un nuevo proceso de fumigación o tratamiento de calor. Habrá que tener también en cuenta que aquellos embalajes que combinen materiales exentos a esta regulación con componentes de madera sólida deberán ser igualmente tratados y sellados.

- **Especificaciones estándar:** Estos son estándares de industria que incluyen notas generales sobre la calidad de los materiales, y una tabla de propiedades físicas y mecánicas en contra de la cual las propiedades reales del material sean comparadas. (Una nota particular es la 1527: Especificación standard para piedra travertino dimensionada)
- **Métodos de prueba estándar:** usados para determinar las propiedades físicas y mecánicas de piedras dimensionadas.

Para mayor información: www.marble-institute.com/default/assets/File/sTe-professionals/techbulletin_sTe_june2014.pdf

Finalmente, existe un nuevo estándar elaborado por American National Standards Institute (ANSI) para la producción sustentable de piedra natural dimensionada, Natural Dimension STe Standard - ANSI/NSC 373 (<http://naturalsTecouncil.org/education-training/nsc-initiatives/>

[dimensional-sTe-standard/](#)), conforme al Concejo de Piedra Natural y a la MIA, “es un conjunto de criterios desarrollados para medir sistemáticamente la sustentabilidad ambiental de productos dentro de una categoría de producto específica”.

(Fuente: MIA boletín Nou/Dic 2014).



04

Comercialización y Distribución

La Industria de piedra natural es un mercado muy fragmentado. Existen todo tipo de canales de abastecimiento. En muchos proyectos, la especificación y la contratación externa del material de la piedra está en manos de los diseñadores profesionales (arquitectos y diseñadores de interiores).

Canales de Abasto:

Generalmente, ya sea, que sea producido en los Estados Unidos o importado por Estados Unidos, existen cinco canales de distribución básicos:

- Mercado de baldosas
 - Mercado de bloque / Residencial corte-a-la-medida
 - Importador/ Fabricante / Corte- a-la-medida comercial
 - Paisajismo
 - Mercado de hágalo-usted-mismo / Grandes almacenes
- **Mercado de baldosas:** punto de entrada al mercado de baldosas son los distribuidores de baldosas nacionales. La mayoría de esos distribuidores tienen su propio inventario en almacenes sencillos o múltiples. Todos los distribuidores nacionales son también importadores. Algunos de los distribuidores, como Walker Zanger (www.walkerzanger.com) o Bedrosians (www.bedrosians.com), tienen su propia cadena de venta, salas de exhibición minoristas; otros, como Delta STe (www.deltasTeproducts.com), venden a salas de exhibición independientes. Casi todos los distribuidores de baldosa nacional también venden a los grandes almacenes (Home Depot y Lowes).
 - **Mercado de bloque:** mercado de losas traslapa con el mercado de baldosas. Existen algunos distribuidores que solo importan y almacenan baldosas, como es el caso de American Import Tiles (www.americanimporttiles.com); existen algunos, como AGM Imports

www.agmimports.com) o STe World Imports (www.steworldimports.com), que solamente importan y almacenan losas (slab yards); y existen algunos que importan y almacenan ambos, tal como MS International (www.msiste.com), Daltile (www.daltile.com) o Arizona Tile (www.arizonatile.com). De hecho, existen incluso ejemplos de distribuidores como Halquist STe (www.halquistsTe.com) o Northern STe Supply (www.northernsTesupply.com), que han comprado ellos mismos canteras para así tener el control sobre el canal de abastecimiento completo desde la extracción, fabricación hasta la instalación.

- **Importador / fabricante / instalador para proyectos comerciales:** es un canal que involucra una o más compañías. Las principales empresas en este canal incluyen a McGee Brothers (www.bcgebrick.com), Sun Valley (www.sumasonry.com), Pyramic Masonry (www.pyramidmasonry.com), Caretti

(www.carettirestoration.com), o Griffin Masonry (www.griffinmasonry.com), entre otras. La mayoría de los patios de losas que atienden proyectos de medida residencial no tienen inventario o personal para dar seguimiento a proyectos comerciales grandes. En todas las áreas metropolitanas importantes, existen subcontratistas de piedra comercial que trabajan directamente con contratistas generales. Esos subcontratistas pueden simplemente ser los instaladores, pero frecuentemente son los intermediarios de la selección final, prueba y fabricación de las piezas de piedra final. Especialmente cuando la mayoría del proyecto está siendo fabricado en otro país, los importadores/subcontratistas trabajan directamente con el proveedor de piedra en otro país.

- **Paisajismo:** las piedras para paisajismo usualmente son una cadena de abasto separada. Entre las más grandes empresas especializadas en este canal se puede mencionar a Hardscapes USA



(www.hardscapesusa.com), Belgard (www.belgard.com) o Brick America (www.brickamerica.com). Del canto rodado a losas, los proveedores de piedra para paisajistas con frecuencia trabajan con proveedores locales cuando existen compañías apropiadas en el área. Muchas piedras importadas de todo el mundo desde basaltos hasta empedrado de cuarcita. Estos importadores pueden tratar con las mismas canteras, pero con diferentes formatos de la piedra extraída. Muchos de esos productos en esta categoría no vienen como bloques comerciales medidos.

- **Mercado de hágalo-usted-mismo:** frecuentemente es el mismo propietario de su casa quien se acerca a los grandes almacenes directamente y compra e instala sus materiales él mismo. La oferta de productos, directamente suministrados por distribuidores/importadores nacionales, comprende baldosas de diversos tipos de piedras (mármol, pizarra, granito y travertino), en diferentes tamaños y de distintos orígenes, para aplicaciones en suelos, paredes, encimeras, espacios exteriores y otros. Así, se encuentran baldosas de mármol procedentes de China, Turquía, Italia, España o Grecia, entre otros; granito de diversos países como China, India o Brasil; y travertino sobre

todo de Turquía y también de México y Perú. Además del tipo de material, los productos vienen diferenciados por el diseño/vetas de la piedra que las canteras de origen ofrecen, el color, el estilo (tradicional, moderno, o natural/rústico), su tamaño y forma (cuadrado o rectángulo), y su precio de venta. Se debe destacar que, generalmente, los productos ofrecidos en estos grandes almacenes están destinados a pequeños proyectos de consumidores individuales, y no para grandes proyectos de construcción o arquitectónicos.

Comercialización

Existen todos los niveles de comercialización en la industria de piedra dimensionada en los Estados Unidos desde exhibiciones profesionales, revistas impresas, sitios en internet y hasta comerciales televisivos. Las compañías tratan de dar un nombre "COMERCIAL" a piedras y establecer que es el único que tiene esa piedra. Por supuesto, los productos de piedra natural no tienen una marca inherente; y muchas compañías escogen promover su compañía y no necesariamente alguna piedra individual que ellos tengan.

La promoción de la cantera del país de origen es también una forma popular

de promover la piedra. Muchas Salas de Exhibición de distintos países están presentes en las principales exhibiciones profesionales: COVERINGS (www.coverings.com) y STEXPO (www.stexpo.com o www.tisewest.com). Estos son eventos comerciales dedicados primordialmente a importadores / distribuidores / fabricantes e instaladores de piedras dimensionadas; sin embargo, también asisten muchos diseñadores profesionales. Por supuesto que existen muchas exposiciones de arquitectura y de diseño de interiores durante al año, así como muchas compañías escogen seleccionar esas exhibiciones si representan un segmento grande de sus productos.

Por ejemplo, el National Kitchen and Bath Association son anfitriones de una presentación llamado KBIS (www.kbis.com). Un proveedor de losa nacional o de piedra desbastada puede ser seleccionado para exhibirlo en esa presentación dado que mucho de sus materiales están destinados al mercado de las cocinas y baños. También esta es la asociación y exhibición del mercado que atrae la cantidad más grande de diseñadores de cocinas y baños de los Estados Unidos.

Otro ejemplo es la AIA National Convention (American Institute of

Architects). Si unas compañías se especializan en la fabricación de grandes proyectos comerciales, la convención AIA atrae a todas las firmas de Arquitectos en los Estados Unidos. Los arquitectos no tienen a comprar el producto, pero ellos son los que están a cargo de la selección de los materiales de construcción de cualquier proyecto.

La más importante revista del mercado específico en los Estados Unidos es: STe World (www.steworld.com). Es un gran recurso para las compañías en la industria y regularmente presenta reportes de países, perfiles de fabricantes, proyectos de piedras ganadoras de reconocimientos y otra información útil.

Por supuesto que todas las compañías están usando los medios virtuales para la promoción de sus proyectos: sitios e internet, ráfagas de email, Facebook, Instagram, Entre otros. El uso de los medios virtuales es accesible para todos, pero requiere fotos de calidad y medios. Fotografías de poca calidad no reflejan bien los productos de una compañía. Si escoge invertir en medios virtuales, debe de invertir también en fotografía / video de calidad, profesional.



05

Información Adicional

5.1 Oficinas y gremios en el mercado

Las principales asociaciones de comercio en los Estados Unidos para piedras dimensionadas son:

- MIA - Marble Institute of America: www.marble-institute.com
- BSI - Building Stone Institute: www.buildingstoneinstitute.org
- NSC - National Stone Council: www.naturalstonecouncil.org

5.2 Ferias Comerciales

- Coverings Trade Show: www.coverings.com
- » Coverings suele realizarse en el mes de abril, rotando la ciudad donde se realiza (últimas ediciones en Las Vegas, Atlanta, Chicago, y 2017 se realizará en Orlando).
- TISE West / STexpo Trade Show: www.stexpo.com / www.tisewest.com
- » Suele desarrollarse cada mes de enero en Las Vegas.
- The AIA National Convention & Expo: www.convention.aia.org
- » Se ha realizado cada año en diferentes meses, entre abril, mayo o junio, y en diferentes ciudades cada edición, teniendo entre ellas Miami, Denver, Chicago, Atlanta, Filadelfia, y la de 2017 se realizará en Orlando.

5.3 Links de interés

- American Institute of Architects: www.aia.org
- American Society of Interior Designers: www.asid.org
- National Kitchen and Bath Association: www.nkba.org
- American Society of Landscape Architects: www.asla.org
- International Interior Design Association: www.iida.org
- Construction Specifications Institute: www.scinet.org
- Consumer site for the Natural Stone Council: www.genuinesTe.com
- American Geosciences Institute: www.agiweb.org
- International Masonry Institute (union contractors): www.imiweb.org
- National Tile Contractors Association (includes ceramic tile): www.tile-assn.com
- The Tile Council of North America: www.tcna.com



Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

