

Ficha de mercado

Piedras de talla y sus manufacturas

PROMPERÚ Argentina

La Oficina Comercial de PROMPERÚ en Argentina tiene como objetivo desarrollar acciones de inteligencia comercial para obtener un mayor conocimiento del mercado y poder proporcionar información especializada a los exportadores peruanos que les permita poder realizar negocios con Argentina.

Índice

1. Nomenclatura arancelaria	2
2. Denominación o nombre comercial en el país de destino	2
3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	2
4. Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	3
5. Estacionalidad de la producción local.....	6
6. Principales puntos de ingreso al mercado (puertos / aeropuertos)	6
7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado.....	7
8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)	11
9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta) .	11
10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.	11
11. Anexo 1	13

Este informe refleja la contribución de la Oficina Comercial de PROMPERÚ en Argentina a la investigación del mercado para un producto en crecimiento y con oportunidades en el mercado: piedras de talla y sus manufacturas

1. Nomenclatura arancelaria

El siguiente estudio abarca el análisis detallado la línea de producto “Piedras de talla o de construcción trabajadas y sus manufacturas, de mármol, travertino y alabastro”, donde se identifican como estratégicas las siguientes partidas arancelarias:

- “MÁRMOL, TRAVERTINOS Y ALABASTRO, SIMPLEMENTE TALLADAS O ASERRADAS, CON SUPERFICIE PLANA O LISA” de la partida SUNAT 6802210000
- “LOS DEMÁS MÁRMOLES, TRAVERTINOS Y ALABASTROS” de la partida SUNAT 6802910000

Acabados para la Construcción: piedras de talla y sus manufacturas	
Sector	Partidas arancelarias SUNAT
Piedras de talla de mármol travertino y alabastro	6802210000
	6802910000

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

- Mármoles y granitos para la construcción
- Mármoles para decoración de interiores

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

Todos los productos de las líneas comprendidas en esta ficha ingresan al mercado argentino bajo el acuerdo del Mercosur de preferencias arancelarias NALADISA 1996 con fundamento AAP.CE/58, por lo que el 100% de los aranceles son eliminados a la hora de realizar la importación.

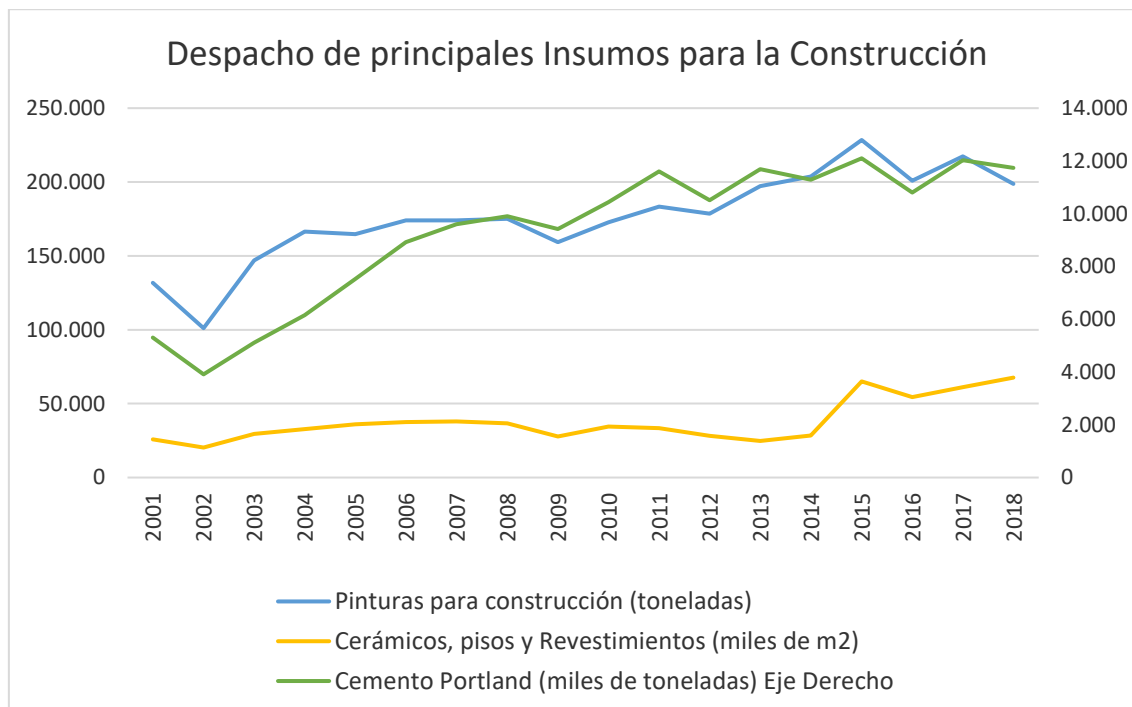
En lo que refiere a regulaciones de acceso y demás requisitos de estos productos:

- Estas manufacturas cuentan con licencias automáticas de importación

- El Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) posee certificaciones de calidad, gestión ambiental y seguridad que pueden ser solicitadas por los importadores locales.

4. Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)

La construcción constituye una actividad muy dinámica en la economía argentina, y a pesar de su carácter volátil en el corto plazo, se mantiene constante a través de los años, con una gran demanda de insumos importados que representan grandes oportunidades en el sector. Esto se ve reflejado en las estadísticas locales: cemento, pinturas, cerámicos, pisos y revestimientos se encuentran en elevados niveles tanto de despacho como de producción en los últimos años.



Fuente: Cámara Argentina de la Construcción

Dentro del sector de la construcción, el mercado de Mármoles posee características especiales. Generalmente se ha considerado este material como un símbolo de riqueza, status y sofisticación. Su uso es variado: abarca pisos, paredes para baños, mesadas de cocina, mesas para el salón o incluso pequeños accesorios como tablas de cortar o jarrones. A pesar de que su consumo generalmente se asocia a la parte de la población con mayor poder adquisitivo, últimamente su demanda se ha incrementado junto con la posibilidad de añadir elementos pequeños en la decoración del hogar, tales como utensilios de cocina, jarrones para el salón, mesadas de decoración, entre otros. También se emplea el mármol en la fabricación de fuentes, escaleras e incluso sanitarios. Por su parte, el uso del granito es sobre todo para exteriores como revestimiento de suelos y fachadas, como también para interiores de viviendas el granito pulido, ya sea para las escaleras de apartamentos, los accesos de entrada o para encimeras.

Principales Productos	Uso principal
Mármol	En revestimientos (tanto internos como externos), pavimentos, artesanía y decoración de gama alta.
Granito	En revestimientos (normalmente externos y de grandes edificios), pavimentos, decoración.

Los colores que más se demandan y los que son exhibidos con mayor frecuencia en catálogos físicos y digitales en el mercado local son los blancos y grises, seguidos por los rojos, verdes y demás colores. El mercado local no es capaz de abastecer la demanda interna, por lo que se recurre a la importación. La construcción determina la marcha del sector del mármol y granito. Los proyectos de las autoridades de construcción de viviendas y equipamientos son los que hace aumentar la demanda de estos productos.



Imagen: Pisos de Mármol



Imagen: Mesada de cocina de Mármol

A partir del año 2016, la Subsecretaría de Desarrollo Minero presentó el “Programa de Promoción de la Roca Ornamental en Argentina”¹, cuyos objetivos fueron:

- Incrementar el uso de las rocas ornamentales argentinas en la construcción.
- Sustituir importaciones de piedra. Incrementar las exportaciones de productos industrializados de piedra.
- Incentivar la demanda de piedra labrada a mano en la construcción.
- Recuperar y difundir el oficio del picapedrero.
- Desarrollar fuentes de trabajo alternativas en regiones con escasas posibilidades de desarrollo económico.
- Inventariar las potencialidades de las rocas de ornamentación de la República Argentina.
- Promocionar, difundir, poner en valor dichas potencialidades.

Desde el punto de vista de la demanda, el uso de este tipo de materiales fue impulsado recientemente gracias a la tendencia “lagom”, basada en una decoración minimalista que combina mármol y travertino de colores claros, junto con madera y otras texturas². Esto se ve reflejado en un reporte realizado por la red social Pinterest en 2018, que reveló que este estilo aumentó un 905% en las ideas guardadas por usuarios. En Argentina el aumento fue del 150% con más de 1,5 millones de guardados.

¹

https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/presentac_plan_pro_ar_para_pagina_minem_parte1.pdf

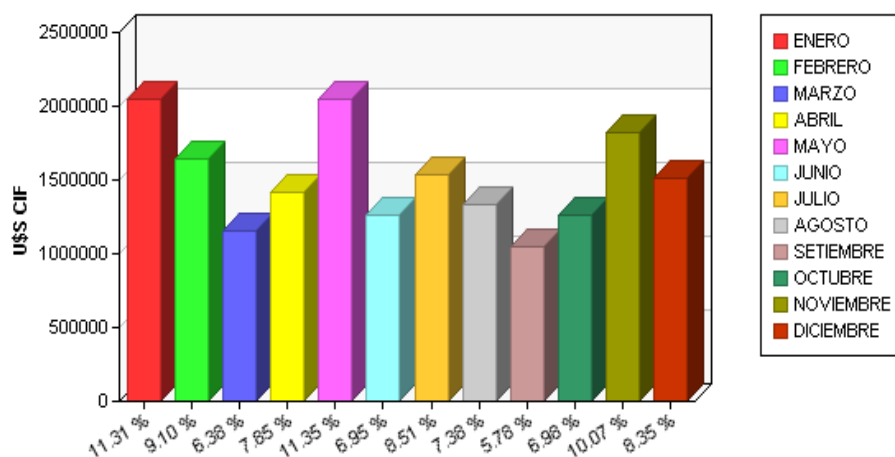
² <https://www.infobae.com/tendencias/lifestyle/2018/07/03/el-estilo-lagom-se-impone-como-tendencia-deco-para-un-hogar-moderno-y-minimalista/>

El principal problema detectado es el escaso conocimiento entre quienes diseñan, proyectan y deciden sobre los materiales a utilizar y sobre el potencial de la piedra natural y de las rocas ornamentales en general. A pesar de que en general se asocia a la piedra con ideas como distinción, jerarquía, perdurabilidad y otras características positivas, existe una percepción generalizada de que se trata de un material de muy alto costo y es frecuente que se desconozcan sus propiedades. El estudio señala que existe insuficiente conocimiento de arquitectos, ingenieros y diseñadores en general sobre mármoles y granitos en cuanto a:

- Propiedades de las rocas
- Beneficios de su uso
- La multiplicidad de variedades de rocas
- Usos posibles y recomendados
- Cuidados en la colocación

5. Estacionalidad de la producción local

La producción local no posee estacionalidad marcada. Sí se puede observar una demanda más pronunciada del producto importado en ciertos períodos del año en los que se incrementa el aprovisionamiento de las obras en construcción en general: enero y mayo.



Fuente: Elaboración propia en base a Softrade. Estadísticas 2018 de importación de la partida 6802

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

El 93% de los envíos de esta partida ingresados en 2018 lo hicieron por vía marítima. Solo el 1% lo hizo por vía aérea. El resto ingresó por vía terrestre, completando el último tramo de un envío multimodal (un 2%) o bien proveniente de los países limítrofes Chile, Brasil y Uruguay.

Por lejos, con el 95% de los ingresos por vía marítima, el principal acceso de esta mercadería es el Puerto de Buenos Aires. Otros puertos de ingreso de esta mercadería, con muy baja participación, son Rosario, Bahía Blanca y Ushuaia.

Fuente: Elaboración propia en base a Softrade. Estadísticas 2018 de importación de la partida 6802

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado.

Productores de piedra en cantera: Los productores mineros forman parte fundamental de esta cadena ya que son los encargados de cuidar el proceso de abastecimiento desde el comienzo.

Las empresas productoras de mármol se encuentran principalmente en el centro-sur de la provincia de Buenos Aires, en la zona de Olavarría, Azul y Tandil. Se encuentran agrupadas en la Cámara de la Piedra de Buenos Aires <http://www.camaradelapiedra.org.ar/>

Las principales empresas son

Razón social	Ubicación
ADOLFO GUERRICO S.A.	Olavarría
CANTERA PIATTI S.A.	Olavarría
CANTERAS YARAVI S.A.	Estacion Chapadmalal
CEFAS S.A.	C.A.B.A.
CERRO DEL AGUILA DE OLAVARRIA S.A.	Olavarría
CERRO FEDERACION	Tandil
CERROS DOMICOS S.A.	Tandil
CODIAMON S.A.	C.A.B.A.
CONSTRUCTORA DOS ARROYOS S.A.	Azul
CRUZ OMAR PAVONE S.R.L	Olavarría
DOMINGO GONZALEZ y Cia S.A.	Berisso
EQUIMAC S.A.	Tandil
FORTÍSIMA ESPERANZA S.A.	Olavarría
GALASUR S.A.	Sierra Chica - Olavarría
LOMA NEGRA S.A.C.I.A	Olavarría
MARENGO S.A.I.C.I. y F.	Azul
MINERA TANDIL S.A.	Tandil
PIRO Y RUIZ S.C.A.	Tornquist
POLCECAL S.A.	Olavarría

Importadores y comercializadores mayoristas: Compran a productores locales parte de su producto y se encargan de la importación de las líneas premium. Los principales surgen del análisis de las importaciones de la partida de referencia.

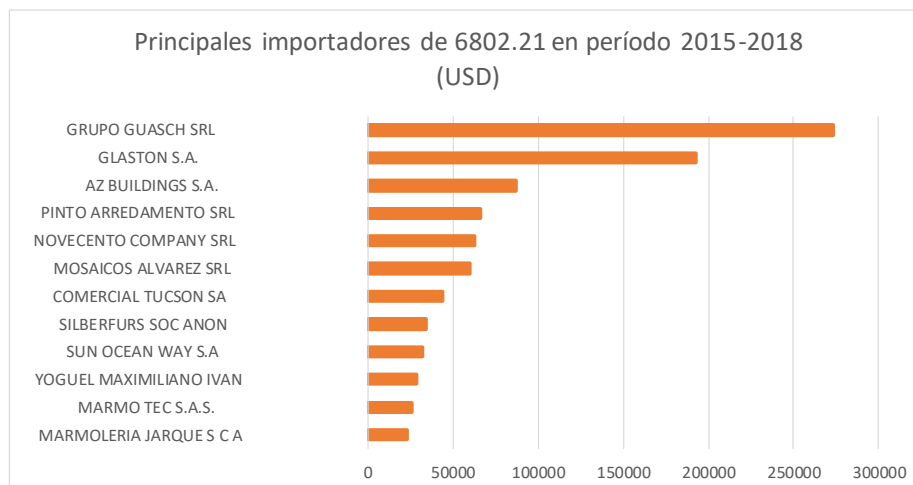
Las importaciones del capítulo 6802 (piedras de talla o de construcción trabajadas y sus manufacturas, excluida la pizarra) en Argentina promedian los USD 12 millones anuales, y

las principales empresas compradoras de este tipo de mármoles son **Marmo Bra, Onemar y Mármoles y Granitos de San Luis.**

Importador de 6802	US\$-CIF 2019	US\$-CIF 2018	US\$-CIF 2017	US\$-CIF 2016
MARMO BRA SRL	1377155	2828174	3331233	3779658
MARMOLES Y GRANITOS DE SAN LUIS	979259	2155276	1487983	680909
GENARO Y ANDRES DE STEFANO SA	890071	1955505	1990854	2402778
RAGOLIA SRL	826806	1266158	1402917	2297008
ONEMAR S A	799427	2388242	2921108	3001752
CALELLO HNOS S.A.	765803	987943	1108108	1082587
MARMOLES EXCLUSIVOS S A	281015	382505	606473	372302
MARMOLES NATURALES SA	242913	877967	1062464	964591
GRUPO GUASCH SRL	183242	27249	483093	297535
VILOTTA PATRICIO JAVIER	175938	580886	679145	732574
MDQ GRANITOS Y MARMOLES SA	118304	208637	282436	82051
NOVECIENTO COMPANY SRL	103179	296037	74301	
MARMOLERIA ITATI S.H. DE IGLES	98746	142685	26091	112053
INTERSTONE S.R.L.	85388	128448	165565	6796
UNIMACO S.A.	81635	79333	12582	
CASTROVILLARI DIEGO ARIEL	53634	84607	25364	16516
COMERCIAL TUCSON SA	49414	35344	95179	181697
MISIONES S R L	46445	186936	143553	53428
LA AVENIDA S A C I F	35271	132329	159623	185415
MARMOLES ANTON S A	34403	185064	79478	227474
PICAPIETRA LEANDRO	24659	170658	84657	56375
GRABADO SOLIDO SA	23955	22989	25044	54623
ALVAREZ MARMOLERIA HNOS S.R.L.	18437	99326	87896	94354
SEVERO SRL	16525	85751	111732	7443
MOSAICOS ALVAREZ SRL	15666	98783	100552	183299
GALLUCCI PASCUALINO	15604	30906	44148	30815
MARMOLERIA BUSTAMANTE SRL	15355	23956	54619	37178
TOTAL	5981094	12633520	13314965	13161553

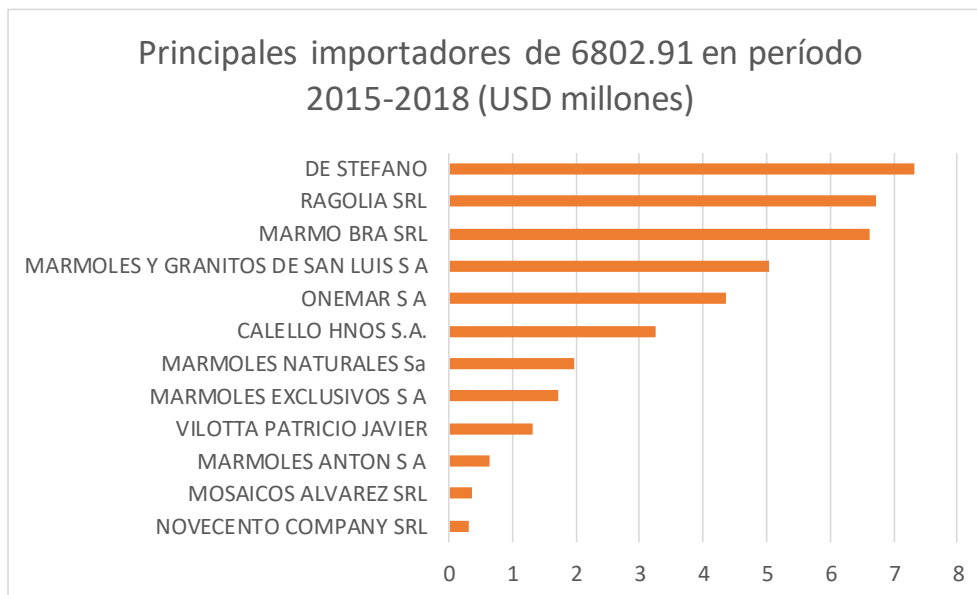
Fuente: Elaboración propia en base a Softrade

La partida 6802210000, que más específicamente incluye mármol, travertinos y alabastro representa importaciones que promedian USD 1 millón al año, siendo los principales importadores **Grupo Guasch, Glaston y AZ Buildings.**



Fuente: Elaboración propia en base a Softrade

Por otro lado, la partida 6802910000 representa importaciones que promedian USD 12 millones al año, siendo los principales importadores **De Stefano, Ragolia y Marmo Bra**. El número de importadores es amplio y supera las 100 empresas.



Fuente: Elaboración propia en base a Softrade

Estudios de Arquitectura: son decisores de compra de materiales y marcan tendencia. Los principales en Argentina, según el ranking ARQ del diario Clarín son:

1. Estudio MSGSSSM
2. Mario Roberto Álvarez y Asociados
3. Arquitectónica
4. Estudios ATV
5. Aisenson & Asociados
6. Bertolino-Barrado
7. Monoblock
8. Estudio Borrachia
9. Luciano Kruk
10. Dieguez-Fridman

Empresas constructoras y desarrollistas urbanos: Pueden afectar en gran medida el mercado con sus decisiones. Puede ser que construyan proyectos propios o proyectos por encargo, como son los de la obra pública. Afectan de diversas formas la demanda, por sobre todo en la elección de ciertos materiales por encima de otros.

El ranking ARQ 2018 seleccionó al siguiente grupo de constructoras

1. Criba
2. Constructora Sudamericana
3. Caputo
4. Astori Estructuras

5. Benito Roggio e Hijos
6. Riva
7. Petersen-Thieli-Cruz
8. Dycasa, Coarco
9. Stieglitz
10. Gerlach-Campbell

En cuanto a las desarrolladoras resultaron seleccionadas como las principales las siguientes empresas

1. Irsa
2. Arquitectónica
3. ATV Arquitectos
4. TGLT
5. Raghsa
6. Consultatio
7. Faena Group
8. Grupo Edisur
9. Uno en Uno
10. Caputo

Diseñadores de interior: aparte de su demanda para los proyectos que encaran, los diseñadores de interior son formadores de opinión y de gusto. Los principales diseñadores de interior que surgen de este ranking sectorial son:

1. Eliana Bórmida-Luisa Yanzón
2. Viviana Melamed
3. Laura Brucco
4. Julio Oropel
5. Alvarez Morales & Levy
6. Horacio Gallo
7. Judith Babour
8. Zunino Grillo
9. Martín Zanotti
10. D'Elía-Irastorza

Fuente: Ranking sectorial de revista ARQ, del Grupo Clarín

https://www.clarin.com/arg/arg-lanza-edicion-2019-tradicional-ranking-excelencia_0_RJRl90y.html

Estado Nacional: Es un constructor de obras que interviene en forma directa en el mercado por medio de la obra pública. El material que se utilice en la obra pública tiene gran importancia no sólo desde el punto de vista económico directo como comprador, es aún más importante por el “efecto vidriera”, como muestrario de materiales que permanecen a la vista del público durante mucho tiempo. En general la obra pública se contrata a través de licitaciones <http://www.obrapublica.com/licitaciones>

Estados provinciales: Al igual que el estado nacional es un importante constructor de obra pública y publica sus licitaciones. Los estados provinciales suman 23 provincias, que cuentan con sus propios presupuestos para obra pública. Hay muchas licitaciones que también se publican en el portal mencionado. Otras se contratan de forma directa.

Estados municipales. Cada provincia está subdividida en múltiples estados municipales. Al igual que los estados anteriores, realizan obra pública, pero a una escala menor, manejando las decisiones sobre el perfil general que deberá tener la urbanización. Establecen las normas y ordenanzas que afectan en forma directa las edificaciones y la identidad de cada lugar.

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

Se consultó a la Arq. Serenella Perreca, titular de la desarrolladora RSK Proyectos Urbanos y señaló los siguientes aspectos como centrales a la hora de definir a un proveedor de mármoles.

1. Disponibilidad de producto. Es importante conseguir materiales que permitan producir una obra grande sin saltos en colores ni calidad.
2. Servicio (tiempo de entrega, corte a medida de las piezas)
3. Relación precio/calidad de los materiales

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

La presencia de la oferta peruana en el mercado es muy baja. Tampoco es conocida entre los arquitectos consultados la variedad de mármoles peruanos que podrían competir con los productos nacionales e importados.

En los puntos de venta predominan los mármoles y granitos de origen nacional, dirigidos al usuario medio. Existe, además, una oferta premium de mármoles provenientes de Brasil, Italia Turquía con un rango de precio mayor.

Es importante considerar la presencia de los mármoles sintéticos como el Silestone que tienen el precio de los mármoles naturales premium pero permiten jugar con una gran variedad de colores.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- **Expo Construir Buenos Aires:** Es el principal encuentro de negocios de la construcción, donde se presentarán las principales empresas proveedoras de la construcción exponiendo sus productos y servicios a desarrolladores, compradores, inversores, los principales players del sector en diferentes locaciones de todo el país. <https://www.expoconstruir.com/>
- **Batev-Fematec:** Es la exposición líder de la construcción y la vivienda, donde arquitectos, ingenieros, desarrollistas, consultores, constructores, instaladores, distribuidores, diseñadores, así como funcionarios se reúnen en el punto de encuentro más relevante del sector.

Es la única muestra que permite conocer en detalle el escenario presente, como así también el futuro, que vive el mercado de la construcción, quedando claramente marcado el compromiso incondicional con la industria. Además de los nuevos productos y soluciones que cada año presentan a los visitantes, se llevan a cabo distintas actividades paralelas cuyo objetivo es la capacitación, actualización, formación y debate, que permiten acceder a la última información de quiénes dominan las claves del mercado.

https://www.batev.com.ar/sobre_batev/presentacion

- **Revista Summa:** es la publicación de referencia de la arquitectura y el diseño de Argentina. El lugar donde arquitectos y diseñadores encuentran tendencias, productos y objetos para sus obras. Aparte de la revista en papel, por suscripción, Summa tiene un sitio web + eshop. <http://summamasshop.com.ar/>

11. Anexo 1: Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
TANTI Mármoles https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-805591294-mesada-en-granito-JM?quantity=1#position=4&type=item&tracking_id=916ed761-1a6b-4c54-b820-05a262b69ff0	Mesada granito natural (1 metro de ancho y de alto, 2cm de profundidad)	111	Argentina	13/12/2019	16 variedades de colores	 GRANITOS NACIONALES Sierra Chica, SALMON DEL SALTO, ROSA DEL SALTO, SAN FELIPE, CRIS PERLA, CRIS MARA, LABRADORITA, NEGRO BOREAL
TIOSO HOGAR https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-764850365-mesada-marmol-sintetico-durafor-140x53-140-cm-pil-envio-JM?quantity=1&variation=36967333883&onAttributesExp=true#position=11&type=item&tracking_id=916ed76	Mesada mármol sintético Durafor (1,4 metros de ancho, 2 cm de alto, 53 cm de profundidad)	101	Argentina	13/12/2019	Colores Gris, Blanco o Negro	

1-1a6b-4c54-b820-05a262b69ff0						
Marmolería Tecno Cuarz https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-614415924-negro-brasil-extra-premium-mesadas-de-granito-JM?quantity=1#position=4&type=item&tracking_id=a2d71d5f-5e02-4f71-a93e-cf24e5fca175	Mesada de granito negro (2 m x 0,60)	244	Brasil	17/12/2019	Negro	
Marmolería Quaystone https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-748849838-mesadas-quaystone-silestone-marmol-bachabano-fabrica--JM	Mesada Quaystone (mármol sintético) de 1,30 m por 0, 60	272	Brasil	17/12/2019	Varios Colores	