



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

TESIS

**PROSPECTIVA DEL SECTOR MINERÍA NO
METÁLICA, IMPORTACIÓN Y VENTA CON
VALOR AGREGADO: MÁRMOL Y TRAVERTINO
EN EL PERÍODO 2015 – 2016**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADOS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Autores:

Bach. Gutierrez Quiroz, Virginia María

ORCID: 0000-0002-7915-2028

Bach. Ojeda Rodriguez, Jhonatan Miguel

ORCID: 0000-0003-2151-7597

Asesor:

Mg. Quiroz Tantaleán, Roosevelt Joossepy

ORCID:0000-0002-2684-7440

Línea de Investigación:

Gestión empresarial y emprendimiento

Pimentel- Perú

2021

Aprobación del informe de investigación

Asesor Metodólogo

Asesor Especialista

Mg. Morales Bermúdez Pedraglio, Francisco
Presidente del jurado de tesis

Mg. Rosero Salazar, Cesar Ricardo
Secretario del jurado de tesis

Mg. Pantaleón Santamaría, Alberto L.
Vocal del jurado de tesis

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
I. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1. Realidad problemática.....	9
1.1.1. A grado mundial.....	9
1.1.2. A grado nacional.....	10
1.1.3. A grado local.....	10
1.2. Precedentes del análisis.....	11
1.2.1. A grado mundial.....	11
1.2.2. A grado nacional.....	12
1.2.3. A nivel local.....	13
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	13
1.3.1. Términos básicos.....	13
1.4. Metodologías para desarrollar prospectivas.....	14
1.4.1. Modelo Metodológico I.....	14
1.4.2. Modelo Metodológico II.....	16
1.4.3. Modelo metodológico III.....	16
1.5. Normativa de la Importación.....	17
1.5.1. Etapas del procedimiento.....	18
1.6. Formulación del problema.....	22
1.7. Justificación e importancia del estudio.....	22
1.8. Hipótesis.....	23
1.9. Objetivos.....	23
1.9.1. Objetivo general.....	23
1.9.2. Objetivos específicos.....	23
II. MATERIAL Y MÉTODO.....	23
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	23
2.2. Población y muestra.....	24
2.3. Variables y operacionalización.....	24
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	25
2.5. Procedimientos de análisis de datos.....	25
2.7. Criterios de rigor científico.....	26

III.	RESULTADOS	28
3.1.	Resultados en Tablas y Figuras	28
3.2.	Análisis de las tendencias	31
3.3.	CÓMO DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES.....	44
3.4.	Movimiento comercial del travertino.....	57
3.5.	DISCUSIÓN	88
3.6.	Aporte práctico.....	88
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	93
4.1.	Conclusiones	93
4.2.	Recomendaciones	94
	REFERENCIAS.....	95
	ANEXOS	98

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedicamos en primer lugar a Dios, a nuestras madres luchadoras que nos supieron sacar adelante librando batallas cada una más dura que la otra día a día pero no dejaron de mostrarnos cuál es el camino a seguir, el camino difícil pero el correcto, y a nuestros familiares que supieron conducir nuestros caminos, darnos consejos y no dejarnos desmayar en el intento, saber afrontar los problemas, dar la cara y no desmayar ante las vicisitudes, por más grande que fuera el problema estaban con nosotros para darnos seguridad y confianza, y hacer de nosotros personas de bien, que sirvan a la sociedad.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios, por iluminarnos bajo su luz y mostrarnos que con perseverancia se logran los objetivos.

A nuestras madres por el ejemplo de perseverancia y lucha constante que no olvidaremos y que nos ha influenciado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por el apoyo que nos brindaron y nos brindarán en los buenos y malos momentos que duro esta etapa universitaria y los muchos que vendrán.

A nuestro asesor especialista, Alberto Luis Pantaleón Santamaría, un agradecimiento especial por su trabajo realizado con nosotros, por su pasión por la docencia, muestra de ello su gran dedicación y entrega.

A la universidad Señor de Sipán en especial a la Facultad Ciencias Empresarial.

RESUMEN

El sector minería no metálica en la actualidad, se muestra con una tendencia de crecimiento, lo cual amerita el estudio de las posibilidades, para poder conocer cuál será el comportamiento de la adopción de demanda para los próximos años; esta investigación muestra y analiza dicho comportamiento mediante la herramienta de la prospectiva, para poder conocer cuál es el posible escenario al cual los empresarios de este rubro se van a afrontar. La metodología aplicada es de carácter cualitativa, el objeto de estudio son los empresarios y artesanos de mármol presentes en la región Lambayeque que fueron entrevistados, dando como resultado indicadores que abren posibilidades como la de encadenamiento productivo, a raíz de que las empresas presentes en Lambayeque, puedan mediante una inversión de capital, ser parte de las empresas importadoras del país convirtiéndose en una de las principales empresas abastecedoras de la macro región norte. Los escultores y artesanos juegan un rol importante ya que mediante la asociatividad pueden ser el eje comercializador que Lambayeque necesita mediante la venta de artículos de regalo y decoración elaborados a base de mármol nacional o importado.

PALABRAS CLAVE: Asociatividad, encadenamiento productivo, prospectiva.

ABSTRACT

The metal mining sector currently shown with a growth trend, which warrants the study of the possibilities, to know what the behavior of the adoption of demand for the coming years; this research shows and analyzes the behavior by prospective tool, to know what the scenario to which entrepreneurs in this category will face. The methodology used is qualitative in nature, the object of study are entrepreneurs and artisans marble present in the Lambayeque region were interviewed, resulting in indicators that open up possibilities like production chain, following companies present in Lambayeque, can through capital investment, be part of importing companies in the country becoming a major supplier firm of the northern macro region. Sculptors and craftsmen play an important role because by associativity may be the marketer axis Lambayeque needs by selling gift items and decor prepared from domestic or imported marble.

KEY WORDS: Associativity, productive chain, prospective.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Se han evaluado las propiedades más relevantes del sector minería no metálica, que en el Perú se lleva a cabo gracias a la pluralidad de dichos productos cuya localización es el subsuelo de la región nacional y crea puestos laborales y la constitución de organizaciones comercializadoras en Lambayeque.

La piedra ornamental y sus manufacturas, bajo la designación de roca natural, engloban esas piedras que una vez extraídas y tras un proceso de preparación, son aptas para ser usadas como materiales nobles de creación, recursos de ornamentación, arte funerario o escultórico y artículos de obsequio y decoración distintos, conservando íntegramente su estructura, textura y características fisicoquímicas.

Para el análisis se ha considerado el mármol importado y el mármol nacional nombrado travertino. La mayoría de estas se obtienen de trabajos de cantería y se emplean en proyectos urbanos conforme con la tradición arquitectónica y artística local. Según Santabárbara (2012), la existencia de la piedra ornamental es destacada en el campo del patrimonio artístico, en cuanto al sistema de categorización de mercancías de roca natural objeto de negocio universal.

La zona de la roca natural inicia su actividad en las canteras y continúa su proceso en las fábricas. Con implementación de maquinaria se continúa con la instalación de los productos terminados, el material podría ser desechado sin ser un factor contaminante para el medioambiente e inclusive podría ser reutilizado. Completando de dicha manera la cadena de costo.

Tener una virtud de mercado es tener una productividad relativa mayor a los rivales en el área industrial en el que se compite. En estas factorías la roca que se extrae de las montañas se transforma en productos finales como baldosas, fachadas o encimeras. Dichos productos llegan al consumidor final gracias al trabajo de los colocadores, marmolistas, etcétera. que se delegan de hacer llegar la roca al plan constructivo que corresponde y colocarla.

1.1.1. A grado mundial

Según ProChile. (2010), generalmente, las piedras ornamentales son usadas de distintas maneras en Italia y es un mercado de enorme potencial, debido a que hablamos de un territorio con enorme demanda de rocas ornamentales. Una gran parte de sus necesidades en esta área es cubierta por la importación de productos a partir de diversas latitudes. En este escenario, Chile tiene interesantes ventajas comparativas que puede aprovechar de forma positiva para incrementar la existencia de sus piedras ornamentales en el mercado italiano.

Al respecto, McGuickin (2015), refiere que, las maneras de consumo de las piedras ornamentales son en la zona de la obra, la decoración, la zona funerario y la zona artístico.

1.1.2. A grado nacional

El Sistema Incluido de Información de Negocio Exterior – SIICEX. (2013) refirió que las exportaciones sumaron US\$ 719 millones a lo largo de 2013, lo que representó una ligera reducción de 0,4%. Este comportamiento se sustenta prácticamente por la menor demanda de fosfatos de calcio (-4,6%) y las menores compras estadounidense (-21,0%). América del Sur representó el 45% del costo exportado, seguido por América del Norte y Asia con participaciones de 27% y 19%, respectivamente.

Con relación a las zonas, en el mismo lapso, las exportaciones se han realizado primordialmente a partir de Piura (59%) y Lima (32%). Los primordiales productos enviados a partir de Piura fueron los fosfatos de calcio (US\$ 413 millones) y la andalucita (US\$ 7,5 millones), en lo que en Lima los primordiales productos fueron las placas y baldosas cerámicas (US\$ 98 millones) y mármol y travertinos (US\$ 17 millones). Una de las zonas con más dinamismo ha sido Ica (+35% / 1% de participación), la cual pasó de US\$ 3,5 millones a US\$ 4,8 millones.

1.1.3. A grado local

Ramírez (2013) menciona que, en la prospección de recursos de piedras y minerales industriales, las Zonas Lambayeque, Piura y Tumbes poseen un Plan en curso Fecha de Inicio y Fecha de Fin: 2015. El plan se basa en aprender la geología de los depósitos de piedras y minerales industriales (RMI) en las zonas

Lambayeque, Piura, Tumbes (áreas no denunciadas por RMI), lo que incluye repartición de los depósitos, calidad de los materiales, usos, aplicaciones, producción y negocio y tal cual estimar el potencial de mercado de dichas zonas en toda la pluralidad de RMI.

1.2. Precedentes del análisis

1.2.1. A grado mundial

En Italia, ProChile. (2010), dice que la venta de piedras ornamentales de procedencia nacional como mundial generalmente, se tratan por medio de mayoristas. En los dos casos la primordial vitrina comercial se hace por medio de la colaboración en ferias especializadas como Marmomacc y Marmotecc.

En México, la compañía constructora, CG Minería (2012), plantea que la industria del mármol y travertino está moderadamente elaborada y generalmente su explotación se hace en pequeña escala. Pese a que se tiene la certeza de que hay reservas de bastante buena calidad, únicamente unas cuantas organizaciones disponen de la infraestructura física y material, así como del recurso humano calificado para la sustracción y la venta.

Sin embargo, el Instituto Tecnológico GeoMinero española (2010), plantea que España constituye actualmente, uno de los principales productores de Piedras y Minerales Industriales de la Sociedad Europea. En impacto, en España se generan anualmente cerca de 400 Mt de piedras y minerales industriales (incluido áridos), con un costo caminando de mina de 453 900 mpta (3 026 M\$), lo cual representa más del 66% del costo de la producción minera.

Según España Exportación e Inversiones - ICEX. (2013), la roca natural europea es percibida por el consumidor argentino como un producto de bastante buena calidad y cercano al lujo. El producto español está realmente bien considerado en Argentina, en especial en la situación del mármol. Se estima que el producto español es un producto de calidad, al mismo grado de otros territorios participantes como Italia.

Latinoamérica no fue ajena a esta corriente. Debido a la tarea de ONUDI a partir de 1998 en América Latina y el Caribe se vienen aplicando los respectivos Programas Nacionales de Prospectiva. Brasil, Argentina, Venezuela, Colombia, Uruguay, Ecuador, Chile y México ya vienen ejecutando sus Programas Nacionales con singular triunfo. Brasil destaca por haber logrado llevar los resultados de los estudios de prospectiva a los niveles de elección política y al logro de un acuerdo Estado-Academia- Sector Privado Sindicatos (Ortega, S.F.)

1.2.2. A grado nacional

Conforme el Ministerio de Energía y Minas del Perú (2012), las piedras ornamentales entienden productos bastante diferentes de recursos subjetivamente numerosos en el territorio, de razonables perspectivas geológicas que se explotan en volúmenes de producción de mediana y baja escala. Poseen una oferta diversificada, por tipos de productos y calidades. Se destinan preferentemente al mercado nacional, donde tienen que competir con productos semejantes importados.

El Instituto Geológico Minero y Metalúrgico del Perú (2012), plantea que, hay recursos mineros no metálicos y piedras industriales con un importante costo económico para su desarrollo, pese a que la producción ha estado dedicada en su mayoría a los recursos metálicos como por ejemplo cobre, hierro, zinc, plomo, plata, oro, habiéndose relegado a un segundo plano la producción de minerales industriales, en particular las piedras ornamentales.

Conforme con la Universidad Privada de Tacna (2013), en el Perú la mayoría de los yacimientos de mármol y travertino poseen reservas subjetivamente pequeñas y que por falta de inversión no exploran en toda su intensidad. El Perú cuenta con un área total de 1'285,215 km², aloja 3,970 concesiones mineras No Metálicas con 1'083,908 hectáreas, de las cuales 594,700 hectáreas (55 %) corresponden a mármol y travertinos. Las concesiones mineras no metálicas permanecen primordialmente concentradas en Monte de Pasco, Junín, Huancavelica, Ayacucho y Huaraz.

Ortega (S.F.), plantea que el Perú ingresó tarde a esta corriente de planeamiento, una vez que los fondos de ONUDI para su Programa Latinoamericano ya estaban culminando. No obstante, el CONACYT (CONCYTEC), usando sus escasos recursos empezó a partir de octubre del 2001 el proceso de formación de los recursos humanos nacionales en el campo de la prospectiva, habiendo diseñado una metodología propia llamada PROSPECTA, debido a la cual el Perú cuenta hoy con una masa crítica de bastante más de 300 expertos capacitados en el trabajo de las primordiales metodologías utilizadas en la formulación de los estudios de prospectiva.

1.2.3. A nivel local

No se encontraron datos

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Términos básicos

- **Comercialización**

Zúñiga (2011) la comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Se da en dos planos: micro y macro y por lo tanto se generan dos definiciones: Microcomercialización y Macrocomercialización.

- **Exportación**

En el Perú, hablar de exportación es referirse al régimen aduanero de exportación definitiva, régimen por el cual, se permite la salida legal del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero (Sunat, 2015).

- **Mármol**

El mármol es una roca mineral industrial que se utiliza principalmente en la construcción, decoración y escultura. A veces es translúcido, de diferentes colores, entre los que más frecuentemente se encuentran son: el

blanco, marrón, rojo, verde, negro, gris, azul, amarillo, y que puede aparecer de coloración uniforme, jaspeado (a salpicadura), veteado (tramado de líneas) y diversas configuraciones o mezclas entre ellas (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior - Siicex, 2015).

- **Prospectiva**

Ortega (2012) refiere que la prospectiva no es más que una disciplina científica que ayuda a reducir la incertidumbre.

- **Travertino**

Travertino o sinter es la denominación de una roca formada por depósitos del carbonato de calcio y que es utilizado ampliamente como piedra ornamental en construcción, tanto de exterior como de interior (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior - Siicex, 2015).

1.4. Metodologías para desarrollar prospectivas

1.4.1. Modelo Metodológico I

Según Rodríguez (2001), las metodologías utilizadas para realizar trabajos de prospectiva son variadas, pero todas tienen como objeto sistematizar la reflexión colectiva, que es la base del proceso, y facilitar la consecución de consensos. Para ello se apoyan en tres principios: la creatividad, el conocimiento y la interacción. En el extremo, la creatividad llevaría a la literatura de ciencia ficción; el conocimiento, a estudios de proyección de futuro estrictamente científicos, y la interacción, a reuniones en régimen de Brainstorming.

Las metodologías más empleadas son:

Paneles de profesionales:

Los paneles se acostumbran a constituir cerca de un área temática. En los ejercicios amplios de prospectiva (por ejemplo, a grado nacional), las superficies temáticas son algunas, y de esta forma pasa además con los paneles. En la estructura de éstos, que no deben tener bastante más de 10 o quince miembros,

se ha de buscar la estabilidad de inicios expertos entre ellos (procedencia de la organización, de todo el mundo académico, de la gestión, o, en su caso, tecnólogos, economistas y sociólogos, etcétera.).

1.4.1.1. El procedimiento Delphi

Es, sin lugar a duda, la más empleada de las metodologías. Se le ha determinado como «una herramienta para hallar ideas, conformar opiniones y hacer pronósticos de futuro». No se debería olvidar, no obstante, que es únicamente una herramienta y no es lícito confundir la prospectiva con él. Como es sabido, se basa en la preparación de unos formularios conformados por un grupo de conjetura de futuro que son valoradas por profesionales en funcionalidad de unas cambiantes predeterminadas (variables del tipo: plazo de materialización de la premisa, nivel de trascendencia de esta, predominación de su materialización a partir de diferentes aspectos, etcétera.).

1.4.1.2. Las tecnologías críticas

Se apoya en la preparación de listas de tecnologías que se piensan críticas para la evolución de una sociedad definida. Fue el procedimiento escogido por Francia para hacer sus 2 ejercicios de prospectiva de 1995 y 2000; además se ha usado mucho para estudios de superficies temáticas específicas en EEUU y otros territorios. El procedimiento, esencialmente, combina el estudio de las necesidades tecnológicas del mercado Market Pull con la dinámica propia del avance científico y tecnológico Technology Push.

Construcción de escenarios

Los escenarios son guiones que describen senderos alternativos hacia un futuro viable secundado en premisa razonables. Son estructuras intelectuales que ayudan a entender lo cual puede pasar, no lo cual va a suceder, ni lo cual debería pasar, ni lo cual la población desea que ocurra. Es fundamental poner en claro esto a partir de el inicio, pues algunas veces se ven las técnicas de escenarios empleadas para hacer un dibujo un futuro factible, básicamente sin alternativas, una vez que estas técnicas para lo cual tienen que servir es para hacer un dibujo alternativas

probables e detectar los acontecimientos en la época (indicadores), que permiten comprender cuál de aquellas alternativas se va convirtiendo en más posible.

1.4.2. Modelo Metodológico II

Según Ortega (S.F.), la Prospectiva se viene usando como instrumento de planeamiento de políticas públicas y empresariales a partir de la década de los años cincuenta. Los resultados del trabajo de la prospectiva fueron exitosos. Japón reconoce en la utilización de la prospectiva una de las causas para su sorprendente desarrollo industrial en el campo de la electrónica y en la actividad automotriz, a lo largo de las décadas de los años sesenta, setenta y ochenta.

En el Perú, la prospectiva se viene implementando tímidamente todavía a partir del año 2001, por conjunto de estudiosos preocupados por producir visiones consistentes del futuro del territorio y de sus empresas. Importancia de la prospectiva

Se vive en una época en la que los cambios se suceden a un ritmo nunca visto, por ser la antesala histórica de un cambio de época, y por lo tanto, la labor de planeamiento se ve seriamente impactada por los desarrollos que suelen tomar los acontecimientos sociales, económicos, culturales y políticos.

Por esa razón, ya no es posible realizar el planeamiento estratégico clásico, ni en lo político ni en lo empresarial, basados en una “visión” única y siempre deseable para la organización, sino que es preciso contar con estrategias robustas y planes contingentes basados en diferentes escenarios posibles y probables. Es aquí donde la prospectiva produce su mayor beneficio. Si una estrategia logra demostrar que será útil y provechosa bajo escenarios distintos, pero igualmente probables, la organización podrá estar tranquila al implementarla.

1.4.3. Modelo metodológico III

Según Uzcátegui (2010), varias opiniones y calificativos se han emitido en torno a la prospectiva, por lo que, en torno a este tema, nos ofrece algunas premisas que pudieran caracterizar y hacer más digerible para nuestros lectores y alumnos el significado de esta disciplina. Al respecto cabe mencionar

que para Godet, "todos los que pretenden predecir o prever el futuro son unos impostores, ya que el futuro no está escrito en ninguna parte: está por hacer."

El autor plantea cinco pasos para realizar esta prospectiva:

- Realizar una lista con las, tendencias o acontecimientos que puedan afectarte como empresa) y clasificarlos entre Ciertos e Inciertos.
- Definir un mapa con dos ejes; los ejes vendrán determinados por los dos drivers más inciertos identificados.
- Imaginar futuros posibles.
- Pensar en implicaciones y acciones.
- Finalmente será necesario definir indicadores de seguimiento.

1.5. Normativa de la Importación

Según SUNAT (2015), la importación es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que hubiese y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras.

Requisitos

1	Declaración Única de Aduanas debidamente cancelada o garantizada.
2	Fotocopia autenticada del documento de transporte.
3	Fotocopia autenticada de la factura, documento equivalente o contrato.
4	Fotocopia autenticada o copia carbonada del comprobante de pago y fotocopia adicional de este.
5	Fotocopia autenticada del documento de seguro de transporte de las mercancías, cuando corresponda.
6	Fotocopia autenticada del documento de autorización del sector competente para mercancías restringidas o declaración jurada suscrita por el representante legal del importador en los casos que la norma específica lo exija.
7	Autorización Especial de Zona Primaria, cuando se opte por el despacho anticipado con descarga en el local del importador (código 04)
8	Otros documentos que se requieran, conforme a las disposiciones específicas sobre la materia.
9	La Declaración Andina de Valor (DAV), en los casos que sea exigible el formato B de la DUA.
10	Lista de empaque o información técnica adicional.
11	Volante de despacho, en caso sea solicitado por la autoridad aduanera.

Registro único de contribuyente (ruc)

Los individuos naturales, una vez que realicen despachos de importación de mercancías con objetivos comerciales, permanecen forzadas a usar el número del Registro exclusivo de Contribuyente (RUC).

No permanecen forzados a inscribirse en el RUC: Los individuos naturales que realicen en forma eventual importaciones de mercancías, cuyo costo FOB por operación no exceda de mil dólares americanos (US \$ 1 000,00) y continuamente que registren hasta 3 (3) importaciones anuales como más alto; los individuos naturales que por exclusiva vez, en un año calendario, importen mercancías cuyo costo FOB exceda los un mil dólares de USA de América (US \$ 1 000,00) y constantemente que no supere los 3 mil dólares de USA de América (US \$ 3 000,00) y los miembros del servicio diplomático nacional o extranjero, que en ejercicio de sus funcionalidades, importen sus vehículos y menaje de vivienda.

1.5.1. Etapas del procedimiento

A. Transmisión electrónica y numeración de la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)

- **Transmisión electrónica:** El despachador de aduana solicitará el régimen de Importación para el Consumo, mediante transmisión por vía electrónica de los datos de la DAM.

- **Numeración de la DAM:** El Sistema Integrado de Gestión Aduanera (SIGAD) valida la información recibida por vía electrónica y, de ser conforme, genera automáticamente la numeración correspondiente, la respectiva liquidación de la deuda tributaria aduanera y los derechos antidumping o compensatorios y la liquidación de cobranza complementaria por aplicación del impuesto selectivo al consumo (ISC) o percepción del IGV de corresponder.

B. Cancelación

La deuda tributaria aduanera y recargos tienen que ser cancelados:

- En los despachos que cuenten con garantía previa acorde al artículo 160° de la Ley:

Los despachos anticipados y urgentes numerados antecedente de la llegada del medio de transporte, a partir de la fecha de numeración de el testimonio hasta el vigésimo día calendario del mes siguiente a la fecha del término de la descarga.

Los despachos excepcionales y urgentes numerados luego de la llegada del medio de transporte, a partir de la fecha de numeración del testimonio hasta el vigésimo día calendario del mes siguiente a la fecha de numeración del testimonio.

- En los despachos que no cuenten con la garantía previa acorde al artículo 160° de la Ley:

Los despachos anticipados y urgentes numerados anterior a la llegada del medio de transporte, a partir de la fecha de numeración del testimonio hasta la fecha del término de la descarga.

Los despachos excepcionales y urgentes numerados luego de la llegada del medio de transporte, el mismo día de la fecha de numeración del testimonio.

Vencido el plazo previsto en la Ley para la derogación de la deuda tributaria aduanera y recargos se liquidan los intereses moratorios por día calendario hasta la fecha de pago incluso, excepto para la percepción del IGV.

C. Asignación de canal, recepción y registro documental

- Asignación de canal

Canal verde: Las mercancías no requerirán de revisión documentaria ni reconocimiento físico y serán de libre disponibilidad.

Canal naranja: Las mercancías serán sometidas únicamente a revisión documentaria.

Canal rojo: Las mercancías estarán sujetas a revisión documentaria y reconocimiento físico.

- Recepción y registro documentario

D. Revisión documentaria y/o reconocimiento físico

En el despacho anticipado, con revisión documentaria antecedente de la llegada de la mercancía se muestra “DILIGENCIA CONFORME”. El levante se proporciona cuando el SIGAD haya validado en las aduanas marítima y aérea del Callao la nota de tarja o en lo demás de aduanas que la mercancía haya arribado, que las liquidaciones de cobranza relacionadas a el testimonio estén canceladas o garantizadas según corresponda, excepto esas liquidaciones de cobranza generadas como resultado de la aplicación de sanciones de multa al despachador de aduana, que no exista medidas preventivas establecidas por la Gestión Aduanera y se haya verificado que no exista medidas de frontera, mostrándose en aquel instante “LEVANTE AUTORIZADO”.

En el despacho excepcional y urgente se proporciona el levante cuando el SIGAD haya validado la diligencia del funcionario aduanero, la transmisión del Impuesto de industria y negocio (ICA) o tarja al detalle, según corresponda, que las liquidaciones de cobranza similares a el testimonio estén canceladas o garantizadas según corresponda, excepto esas liquidaciones de cobranza generadas como resultado de la aplicación de sanciones de multa al despachador de aduana, que no exista medidas preventivas establecidas por la Gestión Aduanera y se haya verificado que no exista medidas de frontera, mostrándose en aquel instante “LEVANTE AUTORIZADO”.

La Solicitud Electrónica de Reconocimiento Físico (SERF) es forzosa para los despachos tramitados por los agentes de aduana frente a las Intendencias de Aduana Aérea y Marítima del Callao, con distinción de las declaraciones sujetas a la modalidad de despacho anticipado con traslado a región primaria con autorización particular, asignadas a reconocimiento físico en el terminal portuario o el Complejo Aduanero de la Intendencia de Aduana Marítima del Callao, el despachador de aduana muestra el testimonio y la documentación sustentatoria en la Oficina

Aduanera habilitada para la emisión de la Guía de entrega de documentos (GED) y la asignación del funcionario aduanero, no requiriéndose el envío de la SERF.

E. Retiro de mercancías

Los puntos de llegada, depósitos temporales, los CETICOS o la ZOFRATACNA permiten el retiro de las mercancías de sus recintos, previa verificación de la información en el portal web de la SUNAT, respecto del otorgamiento del levante de las mercancías y de ser el caso, que se haya dejado sin efecto la medida preventiva dispuesta por la autoridad aduanera.

Tratándose de mercancías sin levante autorizado, se permite el retiro de las mercancías del terminal portuario o terminal de carga aéreo cuando:

- Sean trasladadas a un depósito temporal (tipo 03 B); o
- Cuenten con autorización especial de zona primaria (tipo 04) y con canal de control asignado; o Hayan sido seleccionadas para inspección no intrusiva.

F. Regularización del despacho anticipado y despacho urgente

Regularización del despacho anticipado: Comprende la transmisión por vía electrónica de la actualización de pesos de la declaración por el dueño o consignatario o su representante, y no requiere de presentación de documentos.

Regularización del despacho urgente: Comprende la transmisión electrónica de datos y la presentación de documentos sustentatorios.

Base legal

Tabla 1

Base Legal de la Importación para el consumo en el Perú

NORMATIVA	DESCRIPCIÓN	MARCO LEGAL
Ley general de aduanas D.L 1053	Regular la relación jurídica entre la SUNAT y las P.N y P.J que intervienen en proceso de movilización de mercancías desde el territorio aduanero.	Artículo 49º.- Importación para el consumo
Decreto Supremo N° 238-2011-EF.	Se necesita para saber cuál es la subpartida nacional (código de 10 cifras) del producto a importar.	Arancel de aduanas.
LEY 29666-IGV	Es necesario conocer a cuanto esta agravado tu producto al momento de importar.	Medidas impositivas.
INTA-PG.01-A (v.1)	Procedimiento de Importación para el Consumo.	Resolución de Superintendencia Nacional Adjunta de Aduanas N° 491-2010/SUNAT/A y su norma modificatoria.

Fuente: Sunat.

1.6. Formulación del problema

¿Cuál es la prospectiva para la importación y la venta con valor agregado del sector minería no metálica: mármol y travertino en el periodo 2015-2016?

1.7. Justificación e importancia del estudio

La investigación se basa en la determinación de una prospectiva de importación y venta con valor agregado del sector minería no metálica específicamente de mármol y travertino en el periodo 2015-2016, con el cual pretendemos impulsar la venta con valor agregado y la importación de estos productos en la Región Lambayeque. Sirviendo nuestro estudio como una guía referencial para aquellas empresas que opten en desarrollar esta actividad económica.

Se identificaron las posibilidades con las que cuenta el sector de minería no metálica en el país, las mismas que se pueda justificar con una mayor inversión, empleo e ingreso a través de la venta de mármol y travertino con valor agregado. Esto con el fin de contribuir a una mejor calidad de vida de todos los integrantes de la cadena productiva; basándose en el programa nacional de diversificación productiva que da realce y protagonismo al sector de minería no metálica que es rico en variedad en nuestro país y a la vez nos da a conocer acerca de las formas de financiamiento con lo que respecta a maquinaria y a la

liberación de los aranceles por lo tratados internacionales a los que estamos afiliados, lo cual mejora la competitividad comercial de nuestros productos.

1.8. Hipótesis

No se consideró una hipótesis

1.9. Objetivos

1.9.1. Objetivo general

Determinar una prospectiva para la importación y la venta con valor agregado del sector minería no metálica específicamente de mármol y travertino en el periodo 2015-2016.

1.9.2. Objetivos específicos

- Analizar las prospectivas del sector minería no metálica, hechas en el periodo del 2010-2015 para proyectar el escenario de la prospectiva en el Perú al 2016-2018.
- Analizar las importaciones de mármol y las exportaciones de travertino del Perú.
- Describir las formas de valor agregado que se le podría dar al mármol y travertino.
- Establecer estrategias de marketing para la venta de los productos con valor agregado.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Como investigadores, la metodología cualitativa permite visualizar a las empresas vinculadas a la importación de rocas ornamentales, para tomar las experiencias y situaciones vividas en forma general para evitar reducir las variables. En la presente investigación el estudio cualitativo permitió llegar a conocer a los principales gerentes de empresas comercializadoras e importadoras de rocas ornamentales lo que ayudó también analizar los datos y ver el funcionamiento desde los proveedores, la logística, y el proceso de importación.

También es descriptiva, pues se recolectaron datos sobre diferentes aspectos de la investigación, describiendo la realidad en de las empresas importadoras y comercializadoras en la región Lambayeque en función a las oportunidades comerciales en un mercado internacional (Hernández et al., 2014).

No experimental, ya que se observó la realidad de las empresas importadoras en función al aprovechamiento de oportunidades comerciales dentro de un contexto natural, con el fin de analizarlo, no se manipularán variables.

2.2. Población y muestra.

El objeto de estudio para aplicar la entrevista fue la región Lambayeque, específicamente las empresas comercializadoras e importadoras de mármol y travertino y las experiencias de expertos en comercio internacional de la región Lambayeque.

Actualmente en la región Lambayeque existen 5 principales empresas comercializadoras de mármol y travertino con valor agregado y que han tenido vigencia durante los últimos 5 años, algunas de ellas son: Artceramic Imágenes, CMG acabados, Mármoles Sebastiani, Terraz Bazán, Emanach SAC.

2.3. Variables y operacionalización

Para efectos de la presente investigación se utilizó la metodología planteada por el Dr. Ever Uzcátegui, quien sintetiza la elaboración de una prospectiva en 5 pasos, siguiendo los lineamientos de un modelo ya estructurado que permitió generar el posible escenario a futuro de la situación del sector de la minería no metálica; específicamente del mármol y travertino.

Uzcátegui (2010). Es significativo plasmar que la prospectiva no vislumbra un futuro único que salga de la continuación e imagen del pasado, sino la posibilidad de futuros diversos y viables dentro de un espacio libre e indeterminado donde la acción humana puede influir en él.

Se utilizó este modelo metodológico porque es un esquema simplificado y muy concreto, que permitió determinar de manera específica el escenario de la prospectiva a desarrollar. Cada paso de este esquema se enfoca a los diferentes aspectos que se deben tener en cuenta para la elaboración de la propuesta, que van desde las tendencias en los últimos 5 años hasta los indicadores de seguimiento del sector minero no metálico.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Como técnica de esta investigación se utilizó la entrevista la cual estuvo dirigida a expertos conocedores de las rocas ornamentales. Como instrumento se utilizó el cuestionario estructurado (Ver Anexo N° 01).

También se utilizaron datos históricos aludidos al sector en investigación (minería no metálica); hallados en noticias en diversos medios de comunicación, tales como portales web y periódicos.

Por otro lado, también se recurrió al análisis documental de los datos arrojados por la SUNAT en su página web, información relevante que permitió saber cuáles habrían sido los movimientos comerciales tanto del mármol y travertino.

2.5. Procedimientos de análisis de datos

Se planteó el cuestionario adecuado respecto a la realidad problemática y el objetivo que queremos lograr, el cuál fue aplicado al experto en el tema. La información obtenida fue explorada, analizada y evaluada; con el análisis se obtuvo la información necesaria para plantear una propuesta estratégica a las empresas comercializadoras de rocas ornamentales.

También se utilizó el análisis documental, para recolectar datos de las prospectivas hechas con anterioridad a esta investigación sobre el sector de la minería no metálica, de igual manera para la recolección de los datos de importaciones y exportaciones de dicho sector hallados en la página web de la SUNAT.

Se utilizó de igual manera el EXCEL para elaborar las tablas y gráficos que permitieron ordenar y analizar la data extraída de la página web de la SUNAT.

2.6. Criterios éticos

Durante el desarrollo de la presente investigación se hizo uso de los siguientes principios éticos:

Principio de Libertad y Responsabilidad

Todas las personas que participaron en este estudio hicieron uso pleno de su libertad, asumiendo la responsabilidad de su elección con la firma del consentimiento informado.

Consentimiento informado

Los participantes del estudio estuvieron de acuerdo con ser informantes y, a su vez, conocieron tanto sus derechos como sus responsabilidades dentro de la investigación.

Confidencialidad de los sujetos

No se divulgó la identidad de los sujetos participantes manteniéndolos en total confidencialidad la información obtenida.

Objetividad

Los datos fueron recolectados tal y como nos indican los sujetos de estudio, y tal como se observa sin manipular la información.

2.7. Criterios de rigor científico

Validez

La validez concierne a la interpretación correcta de los resultados y se convierte en un soporte fundamental de la investigación.

Neutralidad

La investigación se realizó de manera independiente sin influir en los resultados de parte de la perspectiva del investigador.

Credibilidad o valor de la verdad

Este criterio permitió evidenciar los fenómenos y las experiencias humanas, tal y como son percibidos por los sujetos.

Aplicabilidad

Aplicable a otras investigaciones relacionadas a estrategias para aprovechar oportunidades comerciales y mejorar la competitividad de las empresas.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados en Tablas y Figuras

Prospectivas del sector no metálico (2010 – 2015)

De acuerdo con el primer objetivo específico, se plantea un análisis documentario de las prospectivas del sector no metálico del 2010-2015 para proyectar el escenario de la prospectiva en el Perú al 2018.

Situación actual de la minería en Argentina

Pardo (2010) cuenta los inconvenientes con los insumos para la industria y la obra en la estructura de la producción minera no metálica. Las provincias de Buenos Aires y Córdoba hegemonizaron el mapa nacional de las extracciones, tanto en volumen como en costo de lo producido.

Esta prospectiva sugiere que Argentina, pese a su fundamental incremento del sector minería no metálica en los últimos años y su extensión territorial por medio de la hegemonización de cada una de sus canteras sufre con los insumos necesarios para la producción de dichos minerales.

Igual situación es la que se habita en el Perú por la carencia de insumos y tecnología que permitan crear de forma más eficaz más grandes volúmenes de mármol nacional.

El sector minero en México; diagnóstico, prospectiva y estrategia

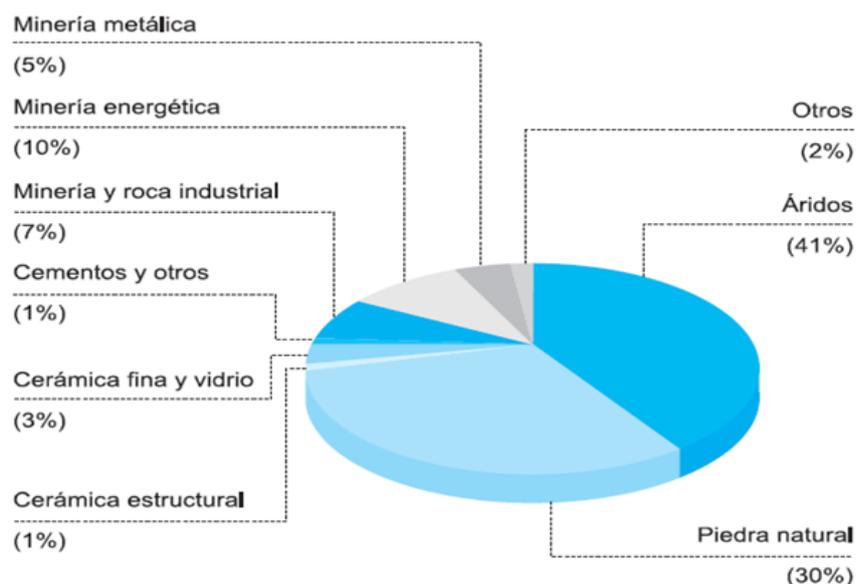
Abdel (2010) menciona que la minería no metálica en México requiere diversos apoyos para tener acceso a tecnologías modernas e innovadoras como es el caso de esquemas de acceso al crédito, la falta de productores nacionales de tecnología de patente, apoyos en materia de capacitación y asistencia técnica que lleven no sólo a profesionalizar las empresas en sus procesos administrativos y productivos, sino también las conviertan en empresas competitivas.

Prospectiva: la industria minera en el futuro de la economía española

Mañana (2010) menciona que la minería no metálica representa el 42% según la distribución que se puede visualizar en la Figura 1. La extracción de minerales y rocas industriales (un 7% aproximadamente del total de la minería) sufrirá los efectos de la crisis económica general, pero en ciertos casos su capacidad exportadora le permitirá reanudar pronto su nivel. La producción minera significó aproximadamente el 1.3% del PIB en este año 2015 (hace 30 años era el 2,5%), se espera que la crisis sufrida no destruya el sector minero en España.

Figura 1

Tipos de minería y su distribución por porcentaje en España.



Fuente: Prospectiva: la industria minera en el futuro de la economía española.

Escenario de la prospectiva en el Perú al 2018

Para determinar el escenario de la prospectiva en el Perú del sector minería no metálica: mármol y travertino, se utilizó el esquema de **Uzcátegui**, “Prospectiva en 5 pasos”, y a continuación se detallan cada uno éstos respectivamente desarrollados.

PASO 1: Lista con las tendencias y/o acontecimientos a cerca de la minería no metálica.

Como primer paso se realiza una lista con los acontecimientos destacados del sector a investigar, en este caso el sector minero no metálico. Cada uno de ellos se clasifican por ciertos e inciertos según su carácter, siendo los ciertos hechos reales y los inciertos aquellos que aún no suceden, pero se estima que puedan realizarse.

Tabla 2

Tendencias y/o acontecimientos en la minería no metálica en el periodo 2010 - 2015

Nº	TENDENCIA	FECHA	CIERTOS	INCIERTOS	FUENTE
1	Junin tiene la veta del mármol más importante	29/03/2010	X		Diario El Comercio
2	Tendencias de la minería y escenarios de transición al post extractivismo: el caso peruano	06/06/2011		X	La Hora Semanal
3	Exportaciones de minería no metálica del Perú aumentan 157% entre enero y abril	13/06/2011	X		América Económica
4	Adex: La minería no metálica debe promoverse con un marco legal diferenciado; las exportaciones de la <u>minería no metálica</u> se incrementaron 5%	04/06/2013	X		Diario Gestión
5	Crecen envíos de minería no metálica	30/06/2013		X	Diario Perú 21
6	ADEX: Exportación de mármol y travertinos cayó entre enero y mayo	26/06/2014	X		RPP
7	Envíos de mármol peruano caen 13% entre enero y mayo	30/07/2014	X		Diario El Comercio
8	Minería no metálica impulsará crecimiento económico peruano	08/03/2015		X	Revista Rumbo Minero
9	Exportaciones no tradicionales minero no metálicas crecieron 6.1%	16/09/2015	X		Diario Gestión

Fuentes: Diarios: Gestión, La hora semanal, América económica, El Comercio, Perú 21. Revista Rumbo Minero. Portal RPP Noticias.

En la tabla 2 se citan las tendencias y acontecimientos pertenecientes al sector no metálico, los cuales fueron publicados en diferentes portales informativos y los que nos muestran cual fue el movimiento de dicho sector en el período 2010 al 2015. Datos que servirán para desarrollar el resto de los pasos de la prospectiva.

Luego de listar las tendencias, se procede a realizar un análisis de cada una de ellas, realizando un pequeño resumen de lo que nos informan, rescatando los datos importantes.

3.2. Análisis de las tendencias

- **TENDENCIA 1: Junín tiene la veta del mármol más importante**

Mayo (2010) menciona que, para orgullo de los habitantes del valle del Mantaro, las reservas de mármol y travertino más importantes del país se encuentran en la región Junín. Este hecho se sustenta, por ejemplo, en datos del gobierno regional: de allí procede el 98% del material que se procesa en la ciudad de Lima para su venta al mercado local e internacional.

- **Tendencia 2: La minería y escenarios de transición al post extractivismo: el caso peruano**

De Echave (2011) mencionó que, en América Latina, el caso peruano es el de un boom minero propiciado por un marco regulatorio proclive a la inversión extranjera. La creciente importancia que han tomado los conflictos socio ambientales pone en juego la posibilidad de cambiar el vigente modelo de un extractivismo minero depredador a un extractivismo sensato que cuestione el predominio de los mecanismos de autorregulación privada.

- **Tendencia 3: Exportaciones de minería no metálica del Perú aumentan 157% entre enero y abril**

Según la agencia Peruana de Noticias (2011), entre enero y abril del 2011, las exportaciones del sector minería no metálica del Perú aumentaron en 157% con respecto al mismo período del 2010. También mencionó que

la minería no metálica solamente representa el cinco por ciento de las exportaciones peruanas “no tradicionales” (US\$3.019 millones) y contribuyó con el 10% del crecimiento de estas en el período señalado.

- Tendencia 4: ADEX - La minería no metálica debe promoverse con un marco legal diferenciado

Para Diario Gestión. (2013), si bien las exportaciones de la minería no metálica se incrementaron 5% en los primeros cinco meses del año, la ausencia de un marco legal que promueva esa actividad genera dudas sobre su sostenibilidad. De igual manera se manifestó que el gran problema de esta industria es que no se reconocen sus diferencias con la minería tradicional, de ahí que se desarrolla amparada en la Ley General de Minería.

- Tendencia 5: Crecen envíos de minería no metálica.

Perú 21 (2013), señaló que, las exportaciones mineras no metálicas crecieron 5% entre enero y mayo 2013 respecto del mismo periodo del año pasado (2012), informó la Asociación de Exportadores (ADEX).

- Tendencia 6: ADEX - Exportación de mármol y travertinos cayó entre enero y mayo

RPP Noticias (2014), mencionaron que, la exportación de mármol y travertinos sumó US\$ 630 mil en enero de este año, lo que significó una caída de 32,9% en comparación al mismo mes del 2013, debido a los menores envíos a Estados Unidos y Ecuador, informó la Asociación de Exportadores (ADEX).

- Tendencia 7: Envíos de mármol peruano caen 13% entre enero y mayo

El comercio (2014) señala que, las exportaciones de mármol y travertinos retrocedieron en 13% durante los cinco primeros meses del año y consiguieron ventas por US\$7,2 millones, menores a los resultados obtenidos en el mismo periodo del año pasado, informó la gerencia de Servicios e industrias Extractivas de la Asociación de Exportadores (ADEX).

De acuerdo con los datos de ADEX Data Trade, el Perú exportó mármol en cuatro partidas en este periodo. La primera, que representó el 98%

de los envíos, fue "mármol, travertinos y alabastro, simplemente talladas o aserradas, con superficie plana", que tuvo envíos por US\$7.1 millones, menores en 12% a cifras del 2013.

A su vez, caídas de 56% y 74% reportaron las partidas "los demás mármoles, travertinos y alabastros" y "mármol y travertinos simplemente troceados, por aserrado o de otro modo, en bloques", respectivamente. La única partida que obtuvo un avance significativo fue "mármol y travertinos en bruto o desbastados", que se elevó en 325%.

- Tendencia 8: Minería no metálica impulsará crecimiento económico peruano.

El país produce más de 34 tipos de minerales no metálicos, como mármol, fosfato, caliza, etc. Además, proveen de insumos nacionales a sectores que generan productos con valor agregado como la industria textil, farmacéutica, química, agrícola, avícola, petroleras, mineras, de alimentos y bebidas, entre otras. Es más, la riqueza del ande peruano en productos mineros no metálicos es amplia y está sub aprovechada debido a la carencia de un marco jurídico ad hoc que destrabe la inversión (Rumbo Minero, 2015).

Según la Asociación de Exportadores (ADEX), esta actividad representa el 1.34% del PBI (2014), generando alrededor de S/ 3,404 millones en beneficio del país, además genera empleo para más de 48 mil de profesionales, obreros, técnicos, transportistas, etc.

- Tendencia 9: Exportaciones no tradicionales minero no metálicas crecieron 6.1%

Diario Gestión (2015) refiere que, las exportaciones no tradicionales representaron el 32.6% de las exportaciones totales en tanto las actividades de promoción se incrementaron 13%. Asimismo, en dicho período se incrementó el valor exportado de los productos del rubro minería no metálica en 6,1% (US\$ 23 millones), principalmente por las mayores exportaciones de placas y baldosas de cerámicas y antracitas dirigidas a los mercados de Estados Unidos, Chile, Bolivia y Turquía.

PASO 02: Definir un mapa con dos ejes.

En el cuadro los ejes serían el número de empresas (muchas y pocas) y el ritmo de adopción (rápido y lento), de forma que nos quedarían:

Figura 2

Esquema de ANSOFF: Cuatro escenarios de la Prospectiva

Empresas Ritmo de adopción	MUCHAS	POCAS
RÁPIDA	Muchas empresas con rápida adopción del mercado.	Pocas empresas y una rápida adopción (muchas demandas) del mercado.
LENTA	Muchas empresas y lenta adopción por parte del mercado.	Pocas empresas y lenta adopción del mercado.

Fuente: Esquema de ANSOFF. Ansoff I (1957).

En la figura 2, se ve la distribución de los cuatro posibles escenarios, que pueden resultar de la prospectiva, tomando en cuenta tanto a las empresas dedicadas a la comercialización de la minería no metálica y la capacidad de adopción que se pueda generar entre los consumidores. Cada uno de estos escenarios tiene posibilidad de poderse cumplir, pero sólo uno se concretará en el periodo del 2016 – 2017 y eso dependerá de cómo se valla determinando el movimiento de compra y venta de los productos (mármol y travertino).

Para ello se cree conveniente, rescatar de los datos que nos brinda Sunat; a los principales exportadores e importadores de mármol y travertino; y así poder saber qué empresas son las que se dedican a la comercialización de dichos productos y a la vez determinar su grado de participación al año 2015.

Tabla 3

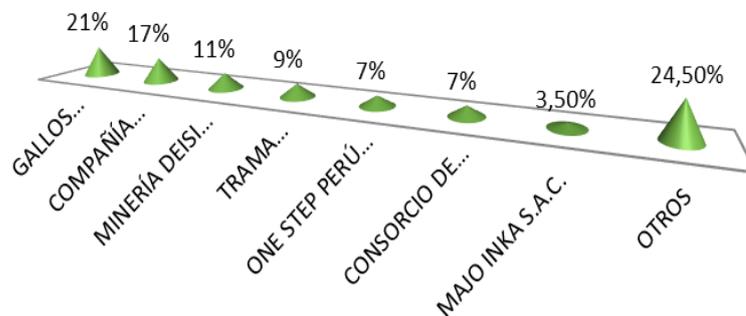
Principales empresas exportadoras de mármol y travertino y su grado de participación

PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS	PARTICIPACIÓN PORCENTU 2015
GALLOS MARMOLERÍA S.A.	21 %
COMPAÑÍA NACIONAL DE MÁRMOLES S.A	17%
MINERÍA DEISI S.A.C	11%
TRAMA TRAVERTINOS Y MÁRMOLES S.A.	9%
ONE STEP PERÚ S.A.C.	7%
CONSORCIO DE CANTERAS ANDINAS S.A.C.	7%
MAJO INKA S.A.C.	3.5%
OTROS	24.5%

Fuente: Sunat.

Figura 3

Principales empresas exportadoras de Mármol y travertino del Perú y su grado de participación.



Fuente: Sunat.

La tabla 3 y la figura 3 muestran, que la empresa exportadora Gallos Marmolería S.A. concentra el 21% del total de exportaciones al 2015, seguido de Compañía Nacional de Mármoles S.A. con un 17%, siendo así; las principales empresas peruanas exportadoras de mármol y travertino.

Tabla 4

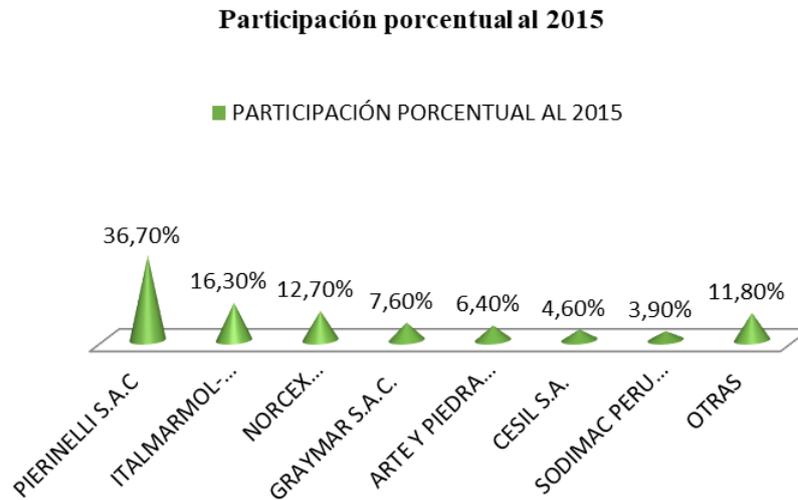
Principales empresas importadoras de Mármol y travertino y su grado de participación

PRINCIPALES EMPRESAS IMPORTADORAS	PARTICIPACIÓN PORCENTUAL AL 2015
PIERINELLI S.A.C	36.7 %
ITALMARMOL-PERU S.A.C.	16.3 %
NORCEX INTERNATIONAL S.A.	12.7 %
GRAYMAR S.A.C.	7.6 %
ARTE Y PIEDRA S.A.C.	6.4 %
CESIL S.A.	4.6 %
SODIMAC PERU S.A.	3.9 %
OTRAS	11.8 %

Fuente: Sunat.

Figura 4

Principales empresas importadoras de Mármol y travertino del Perú y su grado de participación.

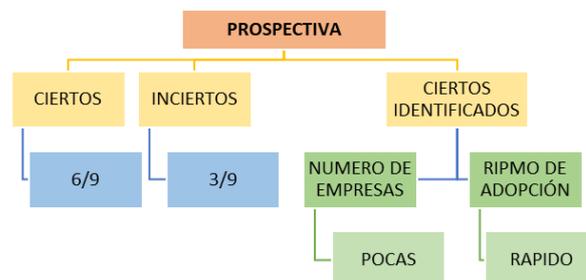


Fuente: Sunat.

La tabla 4 y la figura 4 muestran, que la empresa importadora Pierinelli S.A. C. concentra el 36.7% del total de importaciones al 2015, seguido de Italmarmol - Perú S.A.C. con un 16.3%, siendo así; las principales empresas importadoras de mármol en el Perú. Teniendo en cuenta los PASOS 01 y 02 de la prospectiva, se hace un cuadro de posibilidad.

Figura 1

Esquema de posibilidad de la prospectiva del sector no metálico en el periodo 2016 – 2018.



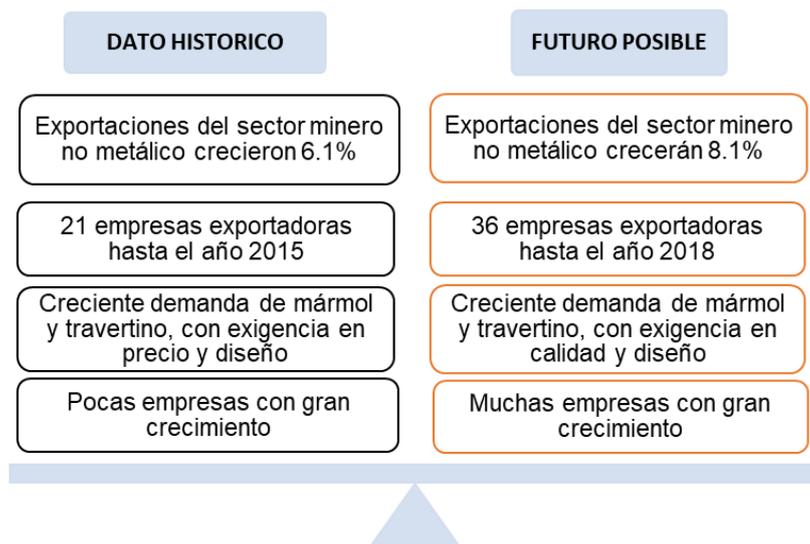
Resultado: Pocas empresas y una rápida adopción (muchísima demanda) del mercado. El resultado muestra que al periodo 2017, habrá pocas empresas, pero las cuales tendrán mucha demanda que atender. Lo que significa dos

cosas, algunas empresas desaparecerán por incapacidad de atender a sus consumidores o extensión de importaciones y actividades que ayude a satisfacer el nivel de demanda que se generaría.

PASO 03: Imaginar futuros posibles del sector no metálico: Mármol y travertino.

Figura 2:

Futuros posibles del sector de minería no metálica, basándonos en los datos históricos encontrados.



En la figura 6, se prospecta un futuro posible para los datos históricos; encontrados en los acontecimientos que relataron los diferentes diarios y fuentes informativas. Para ello se ha mejorado el panorama actual; con la medida de que en el periodo 2017, la situación del sector no metálico haya mejorado tanto en exportaciones, número de empresas, demanda y posible escenario.

PASO 04: Pensar en implicaciones y acciones

Tabla 5

Cuadro general de implicaciones y acciones de la prospectiva del sector no metálico 2016 - 2018

IMPLICACIONES Y ACCIONES	ESCENARIO	
	FAVORABLE	DESFAVORABLE
Existirán muchas posibilidades de negocio	X	
Mucha competencia		X
Amplios presupuestos		X
Posibilidades de innovación	X	
Desarrollo de nuevas soluciones	X	

Tabla 6

Cuadro detallado implicaciones y acciones de la prospectiva del sector no metálico 2016 – 2017

IMPLICACIONES Y ACCIONES	ESCENARIO	
	FAVORABLE	DESFAVORABLE
Pocas empresas con gran crecimiento	X	
Creciente demanda, con exigencia en precio y diseño	X	
21 empresas exportadoras presentes en el país		X
Una concentración de 05 empresas dominantes en el negocio de la importación que representan el 70% del mercado		X
Mejorar la oportunidad comercial Importando tecnología para mejora de la industria nacional	X	
Identificar y minimizar riesgos	X	

Las tablas 5 y 6 reflejan una serie de posibilidades en un supuesto escenario con dos variables, (favorables y desfavorables). Las implicaciones y acciones han sido recogidas de las tendencias hasta la actualidad, el criterio favorable es referencial a la conveniencia del sector empresarial: por lo tanto, la tabla de implicancias y acciones arroja:

- Pocas empresas con gran crecimiento:

Que existan pocas empresas dedicadas a comercializar productos elaborados en mármol y travertino es favorable para el empresario ya que tienen un mercado en alza constante, lo que les permite crecer de manera sostenible generando mayores utilidades para ampliar su negocio.

- Creciente demanda, con exigencia en precio y diseño:

Desde el punto empresarial, vender productos a un precio accesible resulta rentable cuando se trae en grandes volúmenes, ya que le permite importar diseños similares en grandes cantidades. El cliente en la actualidad busca la

diferenciación de los demás productos, en el caso del mármol ninguna pieza es igual, la calidad y el diseño varían según la cantera de donde es extraída, los clientes buscan diseños exclusivos que se pueden obtener con un mármol de alta calidad.

- Veintiún (21) empresas exportadoras presentes en el país:

Tener 21 empresas exportadoras de mármol y otras rocas ornamentales presentes en el país, hasta el cierre del año 2015. Es una condición desfavorable ya que muestra el descuido por parte del estado en impulsar el sector de la minería no metálica, que tanto potencial presenta, los estudios por parte de los organismos competentes (INGEMMET, instituto geológico minero y metalúrgico) han arrojado resultados importantes, para iniciar el proceso de crecimiento de este sector.

- Una concentración de 05 empresas dominantes en el negocio de la importación que representan el 65% del mercado:

Esta condición es desfavorable, ya que existe una concentración de grandes empresas que manejan más del 65% del mercado de las importaciones, lo cual para las nuevas empresas es un obstáculo poder competir, y se limita el principio de libre competencia en un mercado.

- Mejorar la oportunidad comercial importando tecnología para mejora de la industria nacional:

Importar tecnología, en lo que se refiere a maquinaria (pulidoras eléctricas, corta bloques, router para moldaduras, etc.), ayudaría a mejorar los acabados del producto, y de tal manera contribuiría al crecimiento de sector ya que se podrá producir con mayor rapidez y con estándares de calidad más altos, lo que mejoraría ante los ojos de los clientes la propuesta de venta de productos elaborados con mármol y travertino.

- Identificar y minimizar riesgos:
- Identificar los riesgos cómo fallas en el transporte, mala manipulación del material, inadecuado manejo de la maquinaria, entre otros, nos permitiría

conocer las debilidades y los errores que debemos evitar. Lo que generaría cumplir con nuestros clientes en todo momento y de esta manera poder generar confianza.

PASO 05: Indicadores de seguimiento

Tabla 7:

Indicadores de seguimiento de la prospectiva de minería no metálica en el periodo 2016 – 2018

N°	INDICADOR	PROSPECTIVA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	SEGUIMIENTO	SUPUESTOS
1	Pocas empresas con gran crecimiento	Muchas empresas con gran crecimiento		Difundir la oportunidad comercial con respecto al sector minería no metálica	Mediante informes de las instituciones competentes	
2	Creciente demanda, con exigencia en precio y diseño	Creciente demanda, con exigencia en calidad y diseño		Lograr que el cliente priorice la calidad sobre el precio de los productos	Campañas de concientización proveniente del gremio empresarial	
3	21 empresas exportadoras presentes en el país	36 empresas exportadoras hasta el año 2018	Mejorar el mercado con nuevas oportunidades comerciales y potenciar el consumo interno de la industria nacional.	Al 2018 crecer 71% con respecto a al periodo 2010		Situación política estable, compromiso político sostenido, y financiación adecuado
4	Una concentración de 05 empresas dominantes en el negocio de la importación que representan el 70% del mercado	Una concentración de 15 empresas que compitan equitativamente y representen el 80% de las importaciones		Promover reformas en la ley	Políticas de estado que apoyen el crecimiento del sector y genere flujo comercial	
5	Mejorar la oportunidad comercial Importando tecnología para mejora de la industria nacional	Generar flujo comercial con tecnología nacional y extranjera		Que la empresa privada invierta en investigación que mejore la producción	Registro de capacitación de personal	

N°	INDICADOR	PROSPECTIVA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	SEGUIMIENTO	SUPUESTOS
6	Identificar y minimizar riesgos	Minimizar errores, teniendo planes de contingencia ante eventualidades		Evaluar los riesgos y establecer planes de contingencia	Estadísticas de riesgo	

Elaboración propia

La tabla 7 muestra las Tendencias del sector minería no metálica. La actividad minera no metálica presenta un conjunto de tendencias que es importante considerar. A continuación, se citan algunas prospectivas:

La minería no metálica ha estado en una fase de crecimiento sin precedentes. Con algunos breves intervalos que significaron caídas porcentuales del sector son aproximadamente 3 años de expansión continua de mercado.

Considerando posible:

- Situación política estable.
- Compromiso político sostenido.
- Financiamiento adecuado.

Se puede pronosticar nuevas oportunidades comerciales para el sector, tanto en los mercados internacionales como en el mercado nacional.

Por otro lado, la dimensión productiva y los flujos de inversión que se mueven en torno a la minería no metálica lograrán el que las empresas presentes en el país tanto exportadoras como importadoras se dupliquen para los próximos 2 años, para lo cual se debe tener un nuevo perfil de consumidor que deje de lado el factor limitante del precio y se preocupe por la calidad de los productos que consume (tener un perfil de consumidor europeo).

Partiendo del supuesto que existe un compromiso político sostenido en beneficio del sector se puede estimar que el crecimiento será de 71% para el año 2018 debido al año 2015.

El escenario de expansión de la minera no metálica provocó un fuerte nivel de crecimiento por lo que si se continúa de la misma manera tendremos para los próximos 3 años la brecha más amplia en lo que respecta a la concentración de las empresas dominantes del mercado en el año 2015.

Sin embargo, nada de esto es posible si no se fortalece la investigación por parte de la empresa privada para generar flujos comerciales, concernientes al uso de la tecnología y del mismo modo utilizar las herramientas de reducción y evaluación del riesgo, para poder afrontar eventualidades y cometer la menor cantidad posible de errores.

3.3. CÓMO DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES

Para poder desarrollar estas actividades se debe tener en la medida de lo posible el apoyo de la empresa privada y a su vez poder firmar acuerdos de cooperación con la instituciones públicas y privadas para la cooperación en temas de difusión y concientización, para que esto sirva de cimiento en la realización de las actividades programadas según el supuesto.

Actividad 01: Difundir la oportunidad comercial con respecto al sector minería no metálica

El poder difundir la oportunidad comercial de este sector, es un tema de alianza entre el ministerio de energía y minas con instituciones como ADEX, Prom Perú y Cámara de Comercio que, mediante boletines informativos, notas de prensa y otras actividades logren difundir a todo el país este mensaje solido que permita despertar el interés de inversionistas acerca del tema, en beneficio de promover el impulso de este sector (Véase anexo 02).

Actividad 02: Lograr que el cliente priorice la calidad sobre el precio de los productos

El cambiar los gustos y preferencia de los clientes va de la mano con el hábito de consumo, tenemos modelos de consumo que fácilmente son adoptados por los consumidores. Los países europeos tienen un consumo en el cual priorizan la calidad y el grado de certificaciones al producto, si tomamos como referencia el

modelo europeo de consumo podemos en el tiempo adoptar esta condición de consumo, esto ligado a una minería responsable, que contribuya al cuidado del ambiente y a la preservación de zonas de influencia, los clientes comprenderían que buscar calidad sobre los productos ayuda al sostenimiento de este sector a través de la consulta a las Fichas Técnicas. (Véase anexo 03).

Actividad 03: Al 2018 crecer 71% con respecto a al periodo 2010

El crecimiento estimado al año 2018, de 71% es la suma de todos los años comenzando desde el año 2010, este indicador es tomado del cálculo estimado y el coeficiente aplicado a la proyección realizada. Según el presente estudio es necesario una política de gobierno estable que genere un clima comercial amigable y no perjudique la tendencia que se ha creado en los últimos cinco años.

Actividad 04: Promover reformas en la ley

Los empresarios, mineros artesanales y población en zonas de influencia, deben presionar para al estado para que se haga la reforma del sector minería no metálica, que permita el deslinde del sector minería no metálica del sector minería metálica en el país.

Existe un proyecto ley presentado en el año 2014; esto mejorará enormemente los indicadores y la producción nacional, esta medida ya se ha aplicado a otros países como España, México, Argentina. (Véase anexo 04)

Actividad 05: Que la empresa privada invierta en investigación que mejore la producción

La mejora de la producción se llevará a cabo mediante la capacitación del talento humano, la adquisición de maquinaria con tecnología y el compromiso de las empresas a mejorar la calidad de remuneración del personal con el que cuenta. Cabe resaltar que los temas en capacitación deben estar relacionados al sector de la minería no metálica. (Véase anexo 05)

Actividad 06: Mediante herramientas de análisis de costo beneficio y evaluación del riesgo

El riesgo es un factor exógeno que no se puede detener, pero de alguna manera el tener mecanismo de control de riesgos hace que la empresa cuente con planes de contingencia que respondan ante las eventualidades, un sistema implementado de control de riesgo en las empresas ayudaría a la disminución de eventualidades y a la reducción de daños económicos en la empresa, en este sentido se tendrá que desarrollar un departamento de análisis de riesgo que evalúen constantemente los indicadores de riesgo y prevengan a las empresas sobre futuros problemas.

Análisis de las exportaciones e importaciones del sector no metálico: mármol y travertino.
Con el segundo objetivo, se planteó un análisis documental de las exportaciones e importaciones del sector no metálico en el Perú.

Movimiento comercial del mármol

Tabla 8

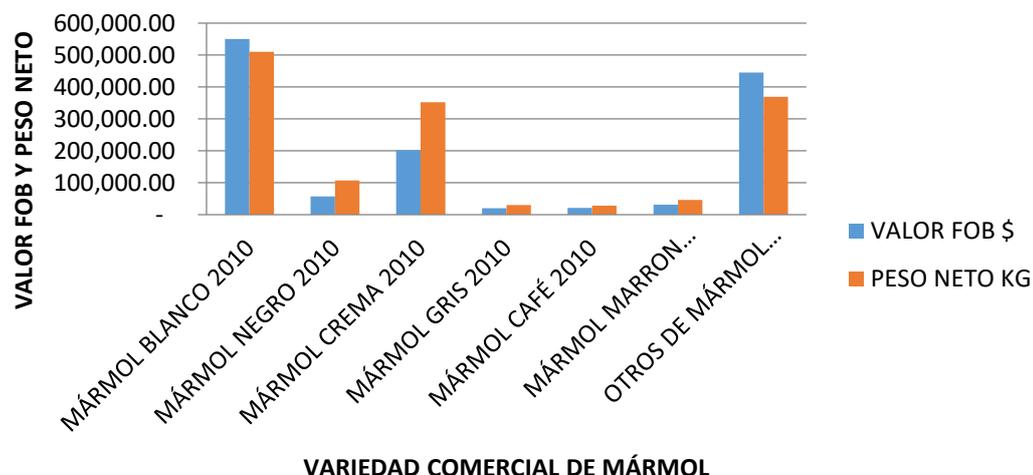
Importación de la partida filtrada 6802910000 periodo 2010 Enero –Diciembre

DESCRIPCIÓN	VALOR FOB \$	PESO NETO KG
Mármol blanco 2010	549,869.60	510,457.54
Mármol negro 2010	56,824.17	106,953.68
Mármol crema 2010	202,011.53	351,864.26
Mármol gris 2010	20,401.33	29,870.38
Mármol café 2010	21,376.87	28,200.49
Mármol marrón 2010	31,445.31	46,540.24
Otros de mármol 2010	445,598.29	369,077.30
MOVIMIENTOS EN EL AÑO 2010	1,327,527.10	1,442,963.89

Fuente: Sunat.
Elaboración propia.

Figura 7

Importaciones de mármol en el año 2010



Fuente: Sunat.
Elaboración propia

La tabla 8 y la figura 7 muestran las importaciones realizadas en el año 2010, siendo estas clasificadas según la variedad comercial (tonos de color), se aprecia que el mayor volumen importado es el de mármol blanco seguido de la clasificación denominada otros de mármol, la cual incluye a las piezas terminas como estatuas y artículos de regalo y decoración.

Tabla 9

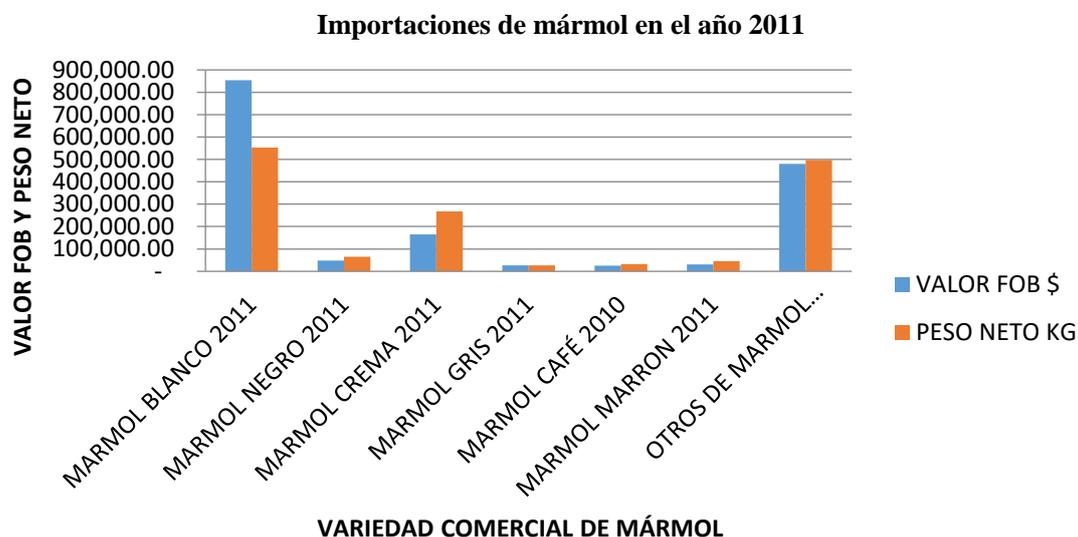
Importación de la partida filtrada 6802910000 periodo 2011 Enero – Diciembre

DESCRIPCIÓN	VALOR FOB \$	PESO NETO KG
Mármol blanco 2011	853,471.53	552,944.14
Mármol negro 2011	47,290.04	65,452.14
Mármol crema 2011	165,024.91	267,052.31
Mármol gris 2011	27,010.98	27,189.74
Mármol café 2010	24,442.92	32,718.59
Mármol marrón 2011	30,375.20	44,986.23
Otros de mármol 2011	480,875.35	496,802.35
MOVIMIENTOS EN EL AÑO 2011	1,628,490.93	1,487,145.50

Fuente: Sunat.
Elaboración Propia.

Figura 3

Importaciones de mármol en el año 2011, según su valor FOB y peso neto.



Fuente: Sunat.

Elaboración Propia

La tabla 9 y la figura 8 muestran las importaciones realizadas en el año 2011, siendo estas clasificadas según la variedad comercial (tonos de color), se aprecia que el mayor volumen importado es el de mármol blanco seguido de la clasificación denominada otros de mármol, la cual incluye a las piezas terminadas como estatuas y artículos de regalo y decoración.

Tabla 10

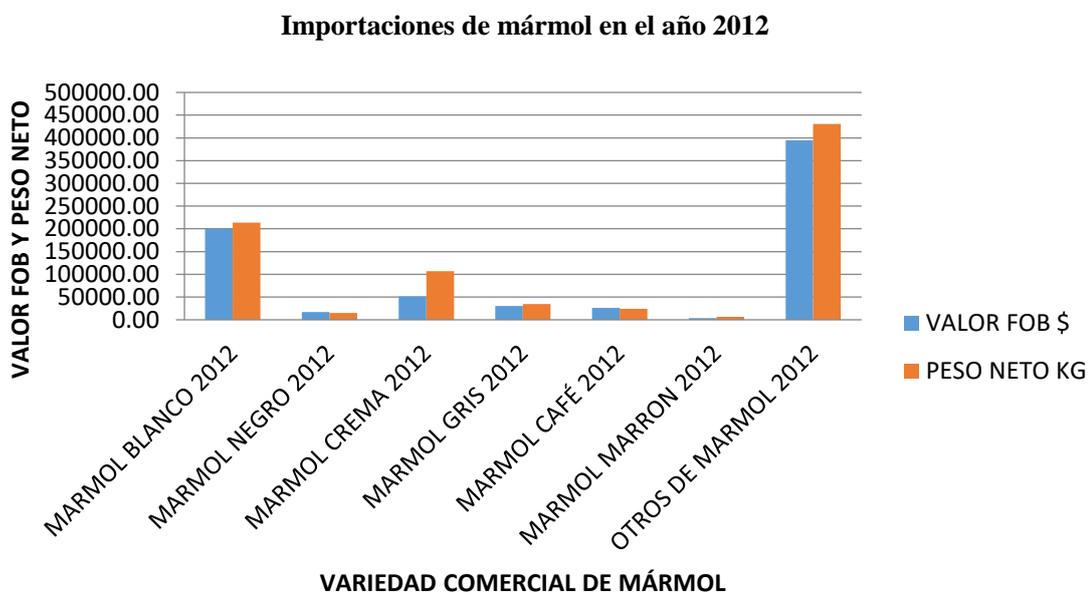
Importación de la partida filtrada 6802910000 periodo 2012 Enero – Diciembre

DESCRIPCIÓN	VALOR FOB \$	PESO NETO KG
Mármol blanco 2012	200004.91	213,504.61
Mármol negro 2012	17286.25	14,938.32
Mármol crema 2012	51243.04	107,025.63
Mármol gris 2012	30172.87	34,679.78
Mármol café 2012	25886.61	24,244.16
Mármol marrón 2012	3523.63	6,415.22
Otros de mármol 2012	395030.45	430,955.10
MOVIMIENTOS EN EL AÑO 2012	723,147.76	831,762.82

Fuente: Sunat.
Elaboración Propia.

Figura 4

Importaciones de mármol en el año 2012, según su valor FOB y peso neto.



Fuente: Sunat.

La tabla 10 y la figura 9 muestran las importaciones realizadas en el año 2012, siendo estas clasificadas según la variedad comercial (tonos de color), se aprecia que el mayor volumen importado es el de la clasificación denominada otros de mármol, la cual incluye a las piezas terminadas como estatuas y artículos de regalo y decoración, seguidos de mármol blanco.

Tabla 11

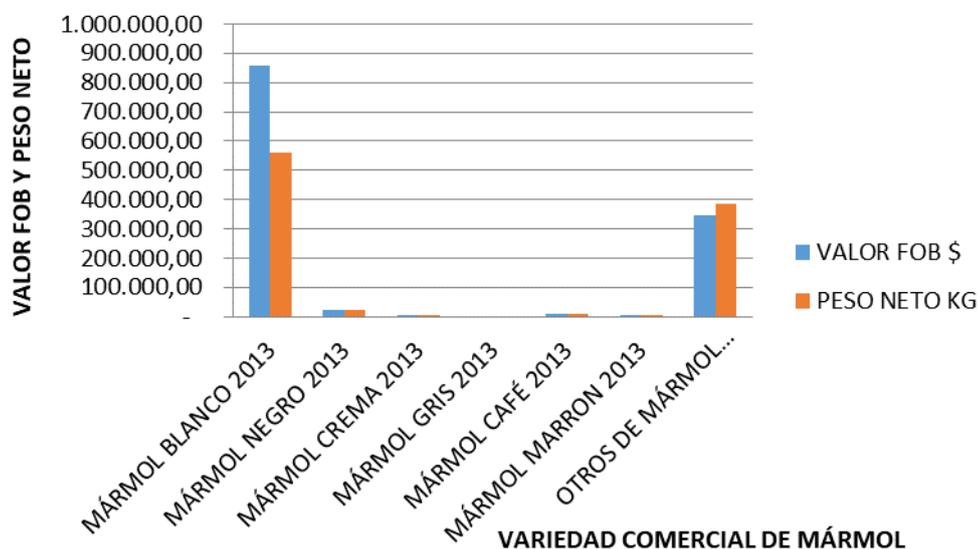
Importación de la partida filtrada 6802910000 periodo 2013 Enero –Diciembre

DESCRIPCIÓN	VALOR FOB \$	PESO NETO KG
Mármol blanco 2013	859,441.74	558,664.00
Mármol negro 2013	22,835.38	22,457.92
Mármol crema 2013	5,324.06	4,217.47
Mármol gris 2013	-	0.00
Mármol café 2013	9,600.18	7,592.28
Mármol marrón 2013	2,390.43	3,909.04
Otros de mármol 2013	347,161.21	387,108.72

Fuente: Sunat.

Figura 5

Importaciones de mármol en el año 2013, según su valor FOB y peso neto



Fuente: Sunat.

La tabla 11 y la figura 10 muestran las importaciones realizadas en el año 2013, siendo estas clasificadas según la variedad comercial (tonos de color), se aprecia que el mayor volumen importado es el de mármol blanco seguido de la clasificación denominada otros de mármol, la cual incluye a las piezas terminadas como estatuas y artículos de regalo y decoración.

Tabla 12

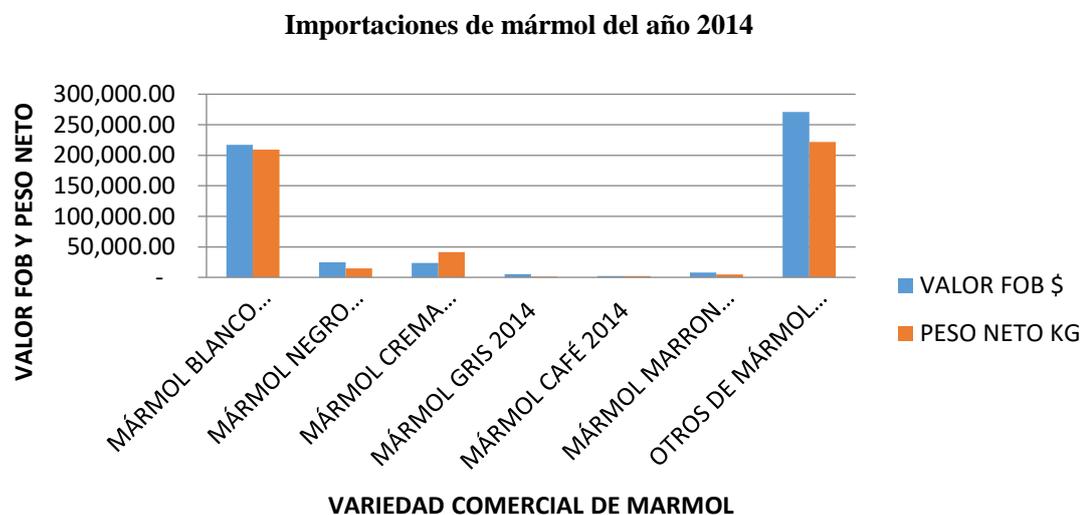
Importación de la partida filtrada 6802910000 periodo 2014 Enero –Diciembre

DESCRIPCIÓN	VALOR FOB \$	PESO NETO KG
Mármol blanco 2014	217,106.78	209,268.26
Mármol negro 2014	24,509.17	14,530.16
Mármol crema 2014	23,341.35	41,297.86
Mármol gris 2014	5,128.78	962.60
Mármol café 2014	2,235.64	1,978.00
Mármol marrón 2014	7,729.94	4,864.74
Otros de mármol 2014	270,836.33	221,799.89
MOVIMIENTOS EN EL AÑO 2014	550,887.99	494,701.51

Fuente: Sunat.

Figura 6

Importaciones de mármol en el año 2014, según su valor FOB y peso neto.



Fuente: Sunat.

La tabla 12 y la figura 11 muestran las importaciones realizadas en el año 2014, siendo estas clasificadas según la variedad comercial (tonos de color), se aprecia que el mayor volumen importado es el de la clasificación denominada otros de mármol, la cual incluye a las piezas terminadas como estatuas y artículos de regalo y decoración, seguidos de mármol blanco.

Tabla 13

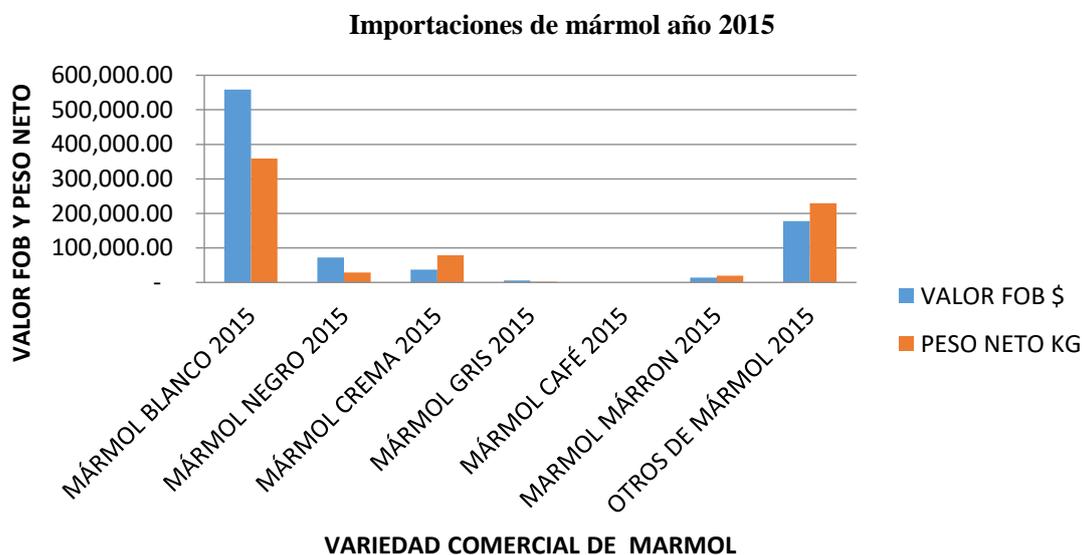
Importación de la partida filtrada 6802910000 periodo 2015 enero –diciembre

DESCRIPCIÓN	VALOR FOB \$	PESO NETO KG
Mármol blanco 2015	558,366.34	358,593.74
Mármol negro 2015	71,915.03	29,118.68
Mármol crema 2015	36,997.74	78,315.44
Mármol gris 2015	5,388.74	1,920.87
Mármol café 2015	-	0.00
Mármol marrón 2015	14,091.58	19,182.28
Otros de mármol 2015	177,430.81	229,034.19
MOVIMIENTOS EN EL AÑO 2015	864,190.24	716,165.20

Fuente: Sunat.

Figura 7

Importaciones de mármol en el año 2015, según su valor FOB y peso neto.



Fuente: Sunat.

La tabla 13 y la figura 12 muestran las importaciones realizadas en el año 2015, siendo estas clasificadas según la variedad comercial (tonos de color), se aprecia que el mayor volumen importado es el de mármol blanco seguido de la clasificación

denominada otros de mármol, la cual incluye a las piezas terminadas como estatuas y artículos de regalo y decoración.

Tabla 14

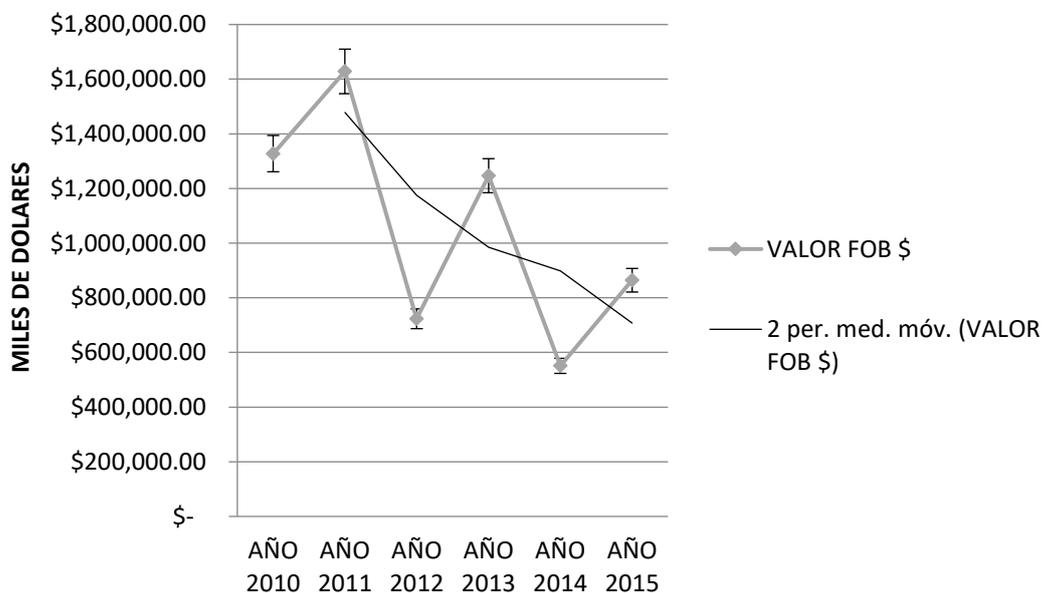
Importación de la partida filtrada 6802910000 en los periodos 2010-2015

PERIODOS	VALOR FOB \$	PESO NETO
AÑO 2010	\$ 1,327,527.10	1,442,963.89
AÑO 2011	\$ 1,628,490.93	1,487,145.50
AÑO 2012	\$ 723,147.76	831,762.82
AÑO 2013	\$ 1,246,753.00	983,949.43
AÑO 2014	\$ 550,887.99	494,701.51
AÑO 2015	\$ 864,190.24	716,165.20

Fuente: Sunat.

Figura 8

Importaciones de mármol en el Perú periodo 2010-2015, según su valor FOB.



Fuente: Sunat.

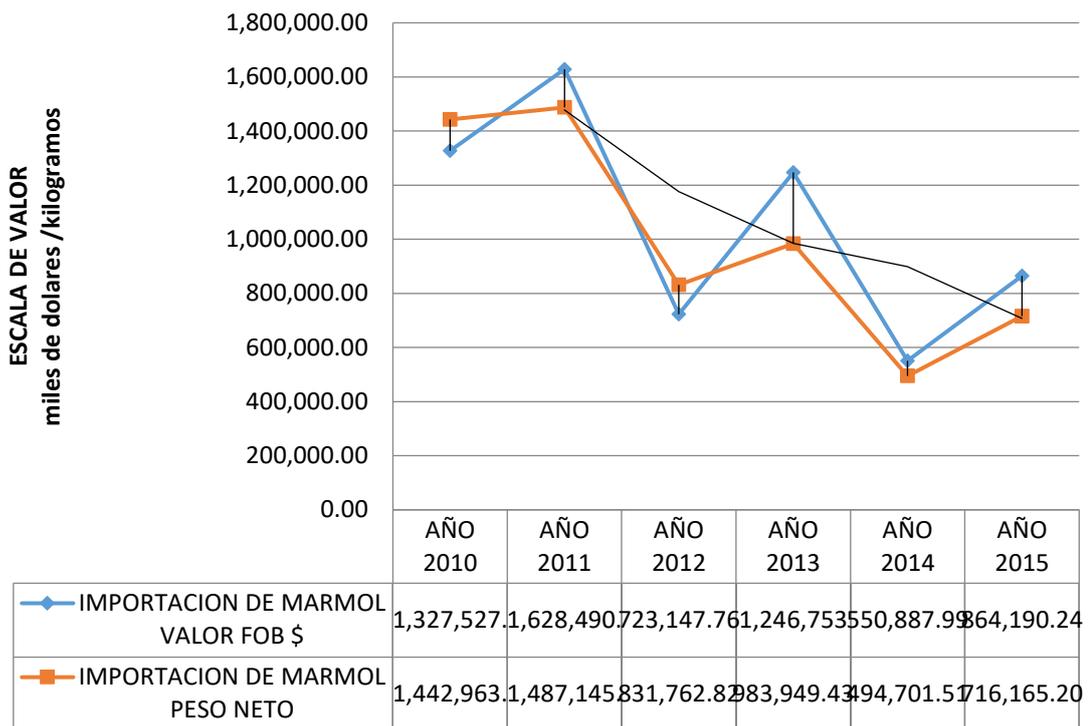
La tabla 14 y la figura 13 muestran las importaciones realizadas en los años del 2010 al 2015, dando como resultado la variación de la tendencia periódica que se ve expresada en el gráfico lineal, se muestra también la caída de la importación

de mármol entre los años 2011-2012, así mismo para el cierre del año 2015 muestra una tendencia de crecimiento.

Figura 9

Análisis del comportamiento del comercio internacional del mármol

en el periodo 2010-2015



Fuente: Sunat.

La figura 14 muestra las importaciones realizadas en los años del 2010 al 2015, dando como resultado el análisis comparativo del mercado en función de precio/volumen de los últimos cinco años.

Tabla 15

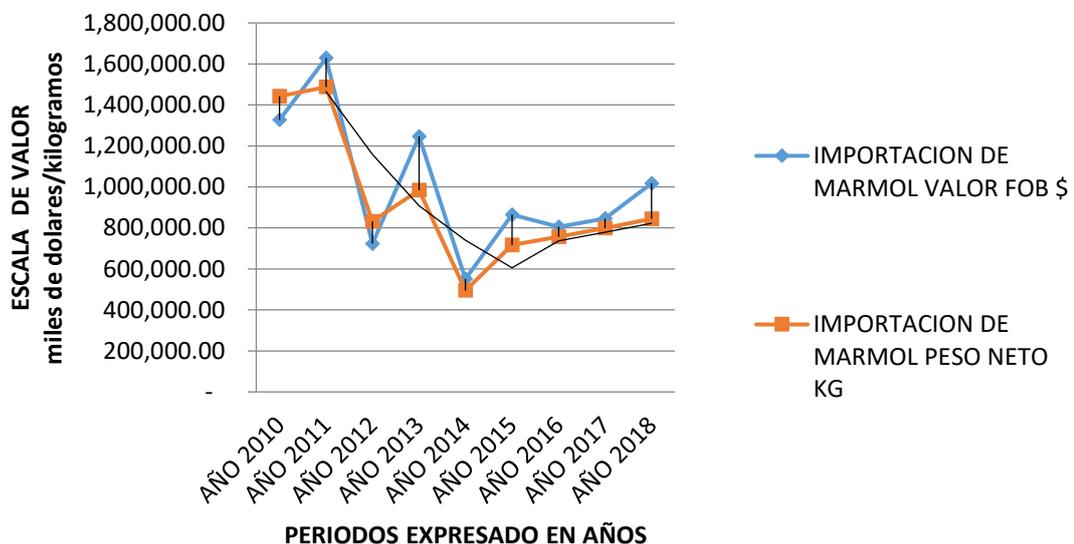
Importación de la partida filtrada 6802910000 en los periodos 2010-2015 y proyecciones desde el 2016 al 2018

PERIODOS	VALOR FOB \$	PESO NETO KG
AÑO 2010	1,327,527.10	1,442,963.89
AÑO 2011	1,628,490.93	1,487,145.50
AÑO 2012	723,147.76	831,762.82
AÑO 2013	1,246,753.00	983,949.43
AÑO 2014	550,887.99	494,701.51
AÑO 2015	864,190.24	716,165.20
AÑO 2016	805,771.54	756,771.77
AÑO 2017	845,368.17	799,680.73
AÑO 2018	1,017,579.17	845,022.62

Fuente: Sunat.

Figura 10

Proyección de las importaciones del mármol a 2018.



Fuente: Sunat

La tabla 15 y figura 15 muestran la proyección lineal de las importaciones de mármol, tomando en cuenta los datos recogidos de las figuras 7 a la 14 del presente informe, la proyección cuenta con una línea de tendencia de medida

móvil, para proyectar los valores expresados se usó la fórmula estadística de crecimiento utilizando una constante lineal.

En esta figura se muestra una tendencia de caída entre el año 2010 y 2012 para luego recuperarse y estabilizarse desde el 2014 hacia adelante. Cabe resaltar que en el año 2011 se dio el boom de la construcción por ende las importaciones aumentaron, pero ya para el 2012 estuvieron abastecidos y por ello las importaciones bajaron para luego recuperarse en el 2013.

Tabla 16

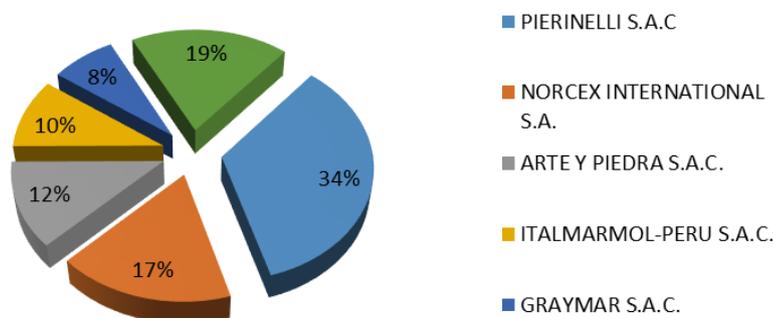
Principales empresas importadoras de la partida 6802910000 en los periodos 2010-2011

IMPORTADOR	PARTICIPACIÓN DE MERCADO	PAIS PROCEDENCIA
Pierinelli S.A.C.	34.3%	Hong Kong
Norcex International S.A.	17.3%	Estados Unidos
Arte y Piedra S.A.C.	12.2%	Mexico
Italmarmol-Peru S.A.C.	10.0%	Italia
Graymar S.A.C.	7.6%	Hong Kong
Otros	18.6%	Varios

Fuente: Sunat.

Figura 16

Participación porcentual de las empresas importadoras de mármol.



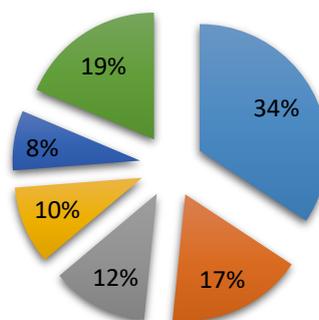
Fuente: Sunat.

En la tabla 16 y en la figura 16 muestran la participación de las principales empresas importadoras de mármol, para identificarlas, se tabularon datos año por año y luego se le aplicó porcentajes a las cinco primeras empresas se les clasificó por nombre y su respectivo porcentaje, para las demás se aplicó el nombre de otros la cual tiene una participación no mayor al 20%.

Figura 11

Participación porcentual de las empresas exportadoras de mármol.

■ HONG KONG ■ UNITED STATES ■ MEXICO ■ ITALY ■ HONG KONG ■ VARIOS



Fuente: Sunat.

La figura 17 muestra la participación de los principales mercados según los datos recogidos de la tabla 16, se aprecia a Hong Kong con una participación importante como principal abastecedor de mármol como materia prima y acabados en mármol.

3.4. Movimiento comercial del travertino

Como se sabe, el travertino, es una piedra natural; por ello no existen importaciones de dicho producto en bruto, solo exportaciones.

Tabla 17:

Exportación de travertinos 2010

Producto	Valor FOB \$	Peso Neto (Kg)
TRAVERTINOS	\$444,842.00	374,864

Fuente: SUNAT.

Tabla 18:

Empresas exportadoras de travertinos y su participación (%) 2010

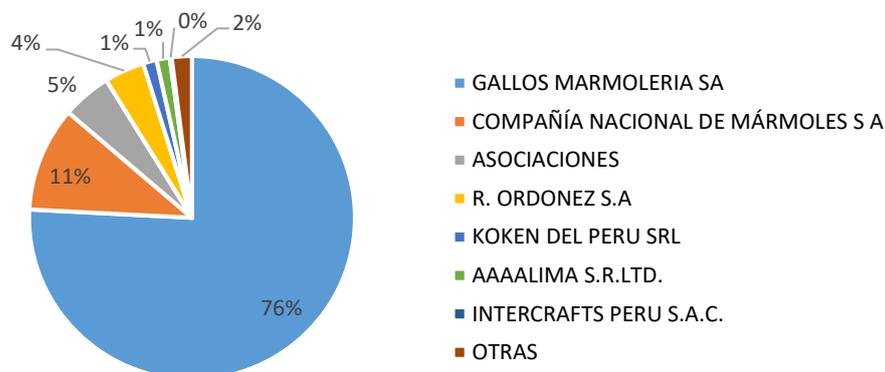
EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
GALLOS MARMOLERIA SA	76%
COMPAÑÍA NACIONAL DE MÁRMOLES S A	11%
ASOCIACIONES	4.90%
R. ORDONEZ S. A	3.98%
KOKEN DEL PERU SRL	1.36%
AAAALIMA S.R.LTD.	1.31%
INTERCRAFTS PERU S.A.C.	0.19%
OTRAS	2%

Fuente: SUNAT.

Figura 12

Empresas exportadoras de travertino y su participación porcentual 2010

**Pacticipación (%) de las empresas peruanas en exportación de travertino
2010**



Fuente: SUNAT.

Las tablas 17 y 18, y la figura 18 muestran, el movimiento de las exportaciones de travertino en el año 2010. Año en el cual se exportó travertinos con un valor FOB de \$ 444,842.00 y un peso neto de 374,864 kg. La empresa que alcanzó una participación de 76% de las exportaciones de dicho producto fue Gallos Marmolería S.A., seguida de Compañía Nacional de Mármoles S.A. con un 11% de participación.

Tabla 19:

Exportación de travertinos 2011

Producto	Valor FOB \$	Peso Neto
TRAVERTINOS	\$ 47,497	15,596

Fuente: SUNAT.

Tabla 20:

Empresas exportadoras de travertino y su participación (%) 2011

EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
GREENFINGERS PERU E.I.R.L.	32.64%
INTERCRAFTS PERU S.A.C.	16.84%
ASOCIACIONES	15.81%
R. ORDONEZ S. A	12%
R. BERROCAL S.A.C.	5.90%
GALLOS MARMOLERIA SA	6%
COMPAÑÍA NACIONAL DE MARMOLES S A	3.36%
OTRAS	7%

Fuente: SUNAT.

Figura 13

Empresas exportadoras de travertino y su participación porcentual 2011

Participación (%) de las empresas peruanas en exportación de travertino 2011



Fuente: SUNAT.

Las tablas 19 y 20, y la figura 19 muestran, el movimiento de las exportaciones de travertino en el año 2011. Año en el cual se exportó travertinos con un valor FOB de \$ 47,497 y un peso neto de 15,596 kg. La empresa que alcanzó una participación de 33% de las exportaciones de dicho producto fue R. Berrocal S.A.C., seguida de Intercrafts Perú S.A.C. con un 17% de participación.

Tabla 21:

Exportación de travertinos 2012

Producto	Valor FOB \$	Peso Neto (Kg)
TRAVERTINOS	\$ 306,797	128,723

Fuente: SUNAT.

Tabla 22:

Empresas exportadoras de travertino y su participación (%) 2012

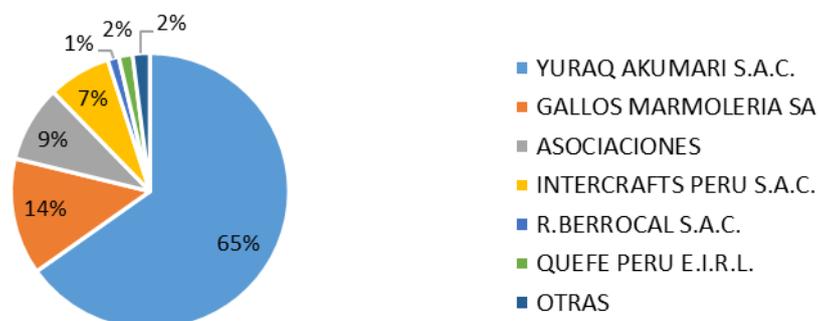
EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
YURAQ AKUMARI S.A.C.	65%
GALLOS MARMOLERIA SA	14%
ASOCIACIONES	8.90%
INTERCRAFTS PERU S.A.C.	7.30%
R. BERROCAL S.A.C.	1.31%
QUEFE PERU E.I.R.L.	1.60%
OTRAS	2%

Fuente: SUNAT.

Figura 14

Empresas exportadoras de travertino y su participación porcentual 2012

Pacticipación (%) de las empresas peruanas en exportación de travertino 2012



Fuente: SUNAT.

Las tablas 21 y 22, y la figura 20 muestran, el movimiento de las exportaciones de travertino en el año 2012. Año en el cual se exportó travertinos con un valor FOB de \$ 306,797 y un peso neto de 128,723 kg. La empresa que alcanzó una participación de 65% de las exportaciones de dicho producto fue R. Berrocal S.A.C., seguida de Gallos Marmolería S.A. con un 14% de participación.

Tabla 23:

Exportación de travertinos 2013

Producto	Valor FOB \$	Peso Neto (Kg)
TRAVERTINOS	\$ 117,939	41,922

Fuente: SUNAT.

Tabla 24:

Empresas exportadoras de travertino y su participación (%) 2013

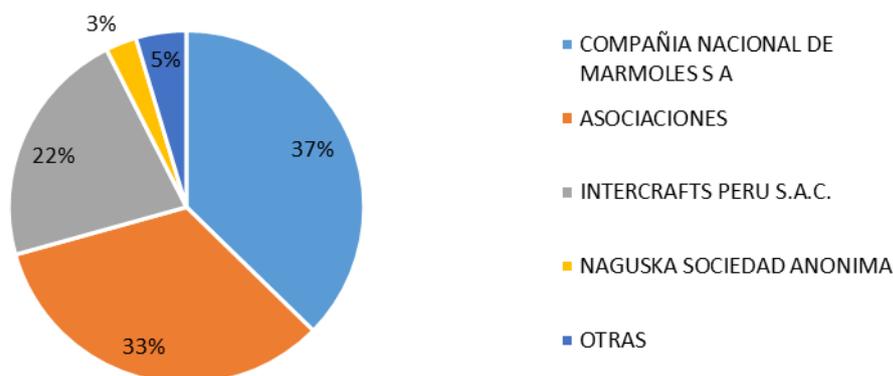
EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
COMPAÑIA NACIONAL DE MARMOLÉS S A	37.30%
ASOCIACIONES	33.30%
INTERCRAFTS PERU S.A.C.	21.89%
NAGUSKA SOCIEDAD ANONIMA	2.82%
OTRAS	5%

Fuente: SUNAT.

Figura 15

Empresas exportadoras de travertino y su participación porcentual 2013

Pacticipación (%) de las empresas peruanas en exportación de travertino 2013



Fuente: SUNAT.

Las tablas 23 y 24, y la figura 21 muestran, el movimiento de las exportaciones de travertino en el año 2013. Año en el cual se exportó travertinos con un valor FOB de \$ 117,939 y un peso neto de 41,922 kg. La empresa que alcanzó una participación de 37% de las exportaciones de dicho producto fue Compañía Nacional de Mármoles S.A., seguida de las pequeñas Asociaciones con un 33% de participación.

Tabla 25:

Exportaciones de travertino 2014

Producto	Valor FOB \$	Peso Neto
TRAVERTINOS	\$ 786,314	858,290

Fuente: SUNAT.

Tabla 26:

Empresas exportadoras de travertino y su participación (%) 2014

EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
GALLOS MARMOLERIA SA	63.94%
COMPANÍA NACIONAL DE MARMOLES S A	16.30%

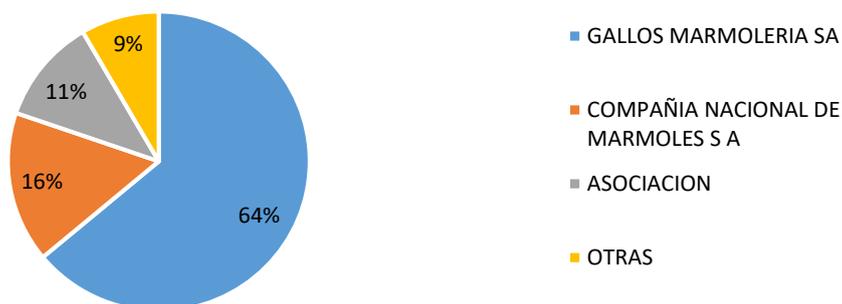
ASOCIACION	11.36%
OTRAS	8%

Fuente: SUNAT.

Figura 16

Empresas exportadoras de travertino y su participación porcentual 2014

Participación (%) de las empresas peruanas en exportación de travertino 2014



Fuente: SUNAT.

Las tablas 25 y 26, y la figura 22 muestran, el movimiento de las exportaciones de travertino en el año 2014. Año en el cual se exportó travertinos con un valor FOB de \$ 786,314 y un peso neto de 858,290 kg. La empresa que alcanzó una participación de 64% de las exportaciones de dicho producto fue Gallos Marmolería S.A., seguida de las pequeñas Compañía Nacional de Mármoles con un 16% de participación.

Tabla 27:

Exportaciones de travertinos 2015

Producto	Valor FOB \$	Peso Neto
TRAVERTINOS	\$ 306,797	128,723

Fuente: SUNAT.

Tabla 28:

Empresas exportadoras de travertino y su participación (%) 2015

EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
GALLOS MARMOLERIA SA	87%

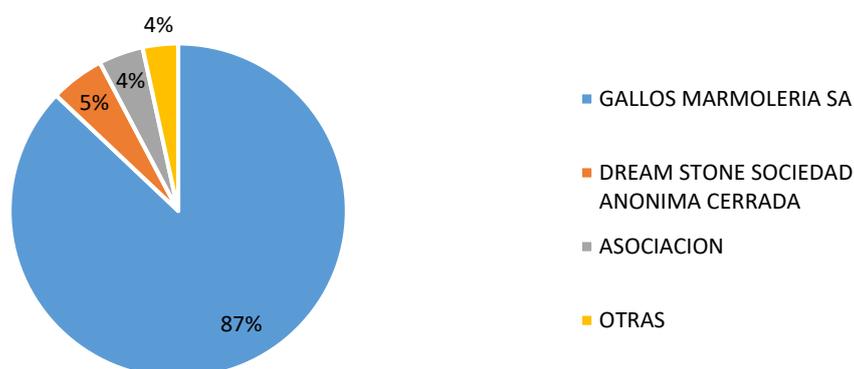
DREAM STONE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5%
ASOCIACION	4.30%
OTRAS	3%

Fuente: SUNAT.

Figura 17

Empresas exportadoras de travertino y su participación porcentual 2015

Pacticipación (%) de las empresas peruanas en exportación de travertino 2015



Fuente: SUNAT.

Las tablas 27 y 28, y la figura 23 muestran, el movimiento de las exportaciones de travertino en el año 2015. Año en el cual se exportó travertinos con un valor FOB de \$ 306,797 y un peso neto de 128,723 kg. La empresa que alcanzó una participación de 87% de las exportaciones de dicho producto fue Gallos Marmolería S.A., seguida de las pequeñas Dream Stone S.A.C. con un 5% de participación.

Tabla 29:

Proyección de exportaciones de travertinos al 2018

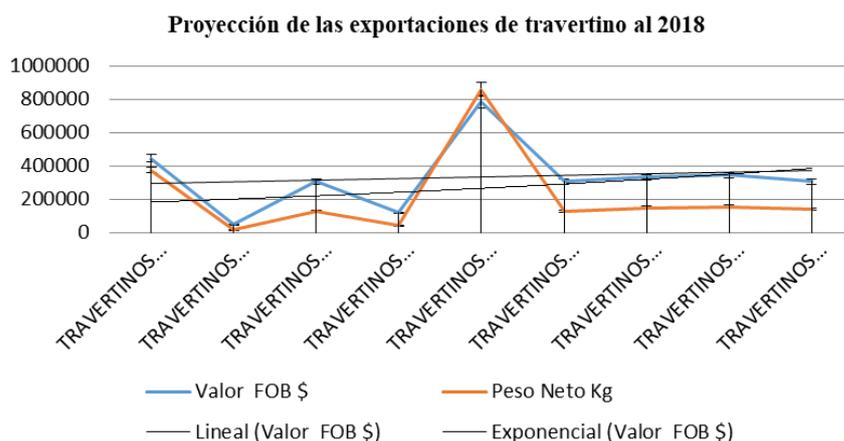
Producto	Valor FOB \$	Peso Neto Kg
TRAVERTINOS 2010	444,842	374,864
TRAVERTINOS 2011	47,497	15,596
TRAVERTINOS 2012	306,797	128,723
TRAVERTINOS 2013	117,939	41,922
TRAVERTINOS 2014	786,314	858,290
TRAVERTINOS 2015	306,797	128,723
TRAVERTINOS 2016	331,240	149,207

TRAVERTINOS 2017	344,777	155,305
TRAVERTINOS 2018	306,797	138,197

Fuente: SUNAT.

Figura 18

Proyección de exportaciones de travertinos al 2018



Fuente: SUNAT.

El crecimiento económico del sector minería no metálica, se viene recuperando paulatinamente, la figura 24 muestra que en los años 2016 y 2017 el sector crecerá exponencialmente a razón del año 2015. El crecimiento que muestra el sector está calculado en base al último quinquenio, razón por la cual en el año 2017, hay una ligera caída debido a que las cifras recogidas muestran mucha variación entre los años 2010-2015.

Describir las formas de valor agregado del mármol y travertino.

Para el tercer objetivo se hizo uso de una entrevista con un cuestionario estructurado y la aplicamos a personas relacionadas con el rubro de Marmolería.

Tabla 30:

Proveedores de los entrevistados

¿Quién o quiénes son sus proveedores?	
Juan Manuel Yalico Cordova	Graymar S.A.C. Pierinelli S.A.C Decor Stone S.A.C
Miguel Moran	Acá en Chiclayo le compro por piezas a Artceramic. Pero cuando el trabajo me lo piden con anticipación hago pedidos a Lima de planchas pero ya cortadas a las medidas que voy a necesitar, me junto con dos o tres trabajos en la semana y hago el pedido a Lima, mayormente cuando son remodelaciones que se hacen a los nichos, cambios de lápidas y esculturas eso depende mucho de lo que me solicitan hago pedidos a Lima y llegan en 4 días máximo.
María Pano Narváez	Pierinelli y Marmolería Gallo, llevo tiempo trabajando con Pierinelli, siempre cumplen con las fechas de envió, tengo un familiar en lima que el ve en la tienda y me envía los tonos y calidades y según eso hago los pedidos y tengo en mi almacén aunque no es muy grande pero con forme voy vendiendo voy usando el material, también mis insumos los compro en lima, la tienda me los envía y así tengo la certeza de usar productos de calidad.
Max Montoya Collazos	Para comentarles yo llevo tiempo trabajando con Decorstone, pero en los últimos años te hablo a mediados del 2014 también he comenzado a trabajar con Italmarmol, me ofrece novedades con respecto al mármol importador, nuevos tonos está trayendo esta empresa, acá vende mucho.

Fuente: Entrevista.

Tabla 31:

Tipo de roca que compran

¿Qué tipo de roca compran? ¿Por qué?	
Juan Manuel Yalico Cordova	Granito, mármol, cuarzo. Porque son las que con mayor frecuencia piden los clientes, nosotros compramos según los trabajos que tenemos, Los proveedores tienen variedades exclusivas debido a que importan de diferentes canteras del mundo es por eso que se tienen que solicitar a las 10 o 11 empresas importadoras que hay en Lima, pero con las empresas que te comenté anteriormente nunca he tenido problema en estos 8 años que tengo en el mercado con el tema de mis pedidos.
Miguel Moran	Granito y mármol. Mi negocio es darle forma a la piedra y en la mayoría de los casos me resulta más fácil trabajar con granito porque es muy fácil el trabajo, pero si ahora han comenzado a pedir mármol, (siempre había pedidos pero de vez en cuando) y trabajar el mármol es el mismo proceso pero con mayor cuidado porque se raja fácilmente.
María Pano Narváez	Granito, mármol importado y mármol nacional (travertino), es la que más sale, el cliente así lo pide, pero una particularidad del mármol es que se le puede dar la forma que uno desea, eso es lo bueno de trabajar con este material es ideal para elaborar los bustos, las placas recordatorias quedan con detalles finos y elegantes.
Max Montoya Collazos	Yo trabajo con mucha variedades y tonos de mármol, yo soy artesano me dedico a mantenimiento de iglesias y estatuas, remodelaciones, esculturas y según sea el caso hago recuerdos tallados en cuarzo, mármol, cuarcita, ónix, según sea el proyecto para el cual me buscan, yo compro mi material y comienzo el trabajo.

Fuente: Entrevista.

Tabla 32:

Frecuencia de la compra de roca

¿Con que frecuencia adquiere la roca?	
Juan Manuel Yalico Cordova	Volumen de compra semanal según pedido puede variar entre: 2-5 planchas o 3-5 bandas.
Miguel Moran	En este negocio se pide a diario, pero como te expliqué compro en Chiclayo y la trabajo (le doy la forma y diseño) cuando solicito a Lima si lo hago según pedidos 3 veces al mes.
María Pano Narváez	Nosotros compramos generalmente 2 veces por mes o en algunas ocasiones hasta 3 veces por mes, que sucede que nosotros tenemos un pequeño almacén, es pequeño pero nos sirve para guardar las planchas que adquirimos, tramos siempre se conseguir nuevos colores en lo que respecta al mármol como por ejemplo compramos mármol blanco Alaska, blanco nieve, crema marfil entre otros tonos y para el granito conservamos la esencia tétrica, colores oscuros como granito almendra que gusta mucho o como el granito gris estaño ideal para bustos.
Max Montoya Collazos	Como te mencione yo compro según el trabajo que se me encarga, tengo mi taller en donde hago placas recordatorias, bustos y eso lo hago con el material que me queda de los proyectos de restauración y también compro planchas, pero eso lo hago por decirte 2 veces al mes pero si compro cantidad, te hablo de 20 planchas al mes en promedio.

Fuente: Entrevista.

Tabla 33:

Unidades de compra de los entrevistados

¿Cuáles son sus unidades de compra?	
Juan Manuel Yalico Cordova	Nosotros compramos en dos tipos que son: <ul style="list-style-type: none">• Las planchas son formatos de 3m x 1.60m• Bandas 0.72m x2.50 m Estos formatos son variables según la importadora que a la que tú le compres.
Miguel Moran	Compro en Bandas y las pido cortadas a la medida que yo solicito mediante un croquis.
María Pano Narváez	Planchas de 90 x 90 con 2 centímetros de espesor.
Max Montoya Collazos	Para restauraciones compro planchas completas, pero la ventaja de trabajar con Decorstone es que si necesito medias planchas o trabajos a la medida ellos venden en las dimensiones que tú necesitas, esto ayuda mucho ya que si no necesitas grandes cantidades ellos te venden de acuerdo con las medidas, aparte te dan la facilidad de enviarles plantillas con cortes detallados y tú solo recoges las piezas ya cortadas.

Fuente: Entrevista.

Tabla 34:

Usos de las rocas compradas

¿Qué usos les da a las rocas que compra?	
Juan Manuel Yalico Cordova	Mayormente son para acabados de interiores como: cocinas, baños y hemos tenido algunos trabajos de lápidas.

¿Qué usos les da a las rocas que compra?

Miguel Moran
Mayormente son para lápidas, cruces y también de los trozos pequeños hago llaveros o figuras pero son trabajosas.

María Pano
Narváez
Nosotros nos dedicamos a elaborar muchos productos, entre ellos bustos, lapidas, placas recordatorias, esculturas. Para poder elaborar nuestros productos necesitamos materiales e insumos, con respecto a las rocas naturales que nosotros compramos, las traemos de lima porque allá el material es más económico, traemos granito en su mayoría, mármol importado y mármol nacional, el mármol importado se utiliza para dar los detalles finales, porque su acabado es más fino y conserva las vetas naturales, eso hace que el producto en cualquiera de sus formas sea muy atractivo a la vista, lógicamente nos adecuamos a lo que pide el cliente, he tenido pedidos de lapidas elaboradas en granito, pero con los filos y la cabecera de mármol importado, son trabajos muy bonitos, lo bueno del mármol es que se puede moldear al gusto, pero siempre teniendo cuidado al momento del corte, nunca se corta en seco, es preferible cortarlo con agua humedeciendo el mármol y así también con el granito es recomendable.

Max Montoya
Collazos
Mi trabajo en restaurador, y artesano hago todo tipo de trabajos en base a rocas naturales, en lo que es restauración, trabajo dando mantenimiento a iglesias, capillas, estatuas y para los trabajos de artesanía hago mayormente bustos, placas recordatorias, esculturas a la medida, para la época de navidad vendo nacimientos en base a mármol o cuarzo y granito y en algunos casos lapidas, te comento que para las lapidas, también me llaman para hacer mantenimiento de mausoleos, lo que es pulir las

¿Qué usos les da a las rocas que compra?

piezas de mármol o granito hacer retoques o remodelaciones incluir nuevas piezas.

Fuente: Entrevista.

Tabla 35:

Productos finales con mármol y travertino

¿Cuál es su producto final con mármol y travertino?

Juan Manuel Yalico Cordova	Como te mencioné acabados para para ser más específico hacemos trabajos de mesas de cocina, revestimiento de baños y accesorios en granito o mármol, y las cruces para lápidas.
Miguel Moran	Mi trabajo son lápidas que incluyen arenado de Nombre, oración, recuerdo o imagen, también puede incluir una foto en loza y con finos pulidos.
María Pano Narvéez	Como te mencione tenemos en venta los que son las placas recordatorias, esculturas, bustos fúnebres, lápidas, esculturas de santos y vírgenes que son utilizadas para decorar mausoleos en los cementerios.
Max Montoya Collazos	Bustos, esculturas, placas recordatorias, nacimientos de mármol.

Fuente: Entrevista.

En conclusión, se rescató de las entrevistas aplicadas, las formas de valor agregado que se le da al mármol y travertino obteniendo:

- Acabados de mármol: cocina. (Ver Anexo 02).
- Acabados de mármol: baños. (Ver Anexo 03).
- Pisos.
- Lápidas de mármol.
- Esculturas de mármol.

Las mismas que se detallan a continuación en la tabla 36, con su respectiva descripción técnica

Tabla 36:

Productos con valor agregado hechos en mármol

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN TÉCNICA
<p data-bbox="316 443 715 481">ACABADOS EN COCINAS</p> 	<ul data-bbox="815 409 1356 884" style="list-style-type: none">- Material impermeable.- Máxima resistencia al impacto y la flexión.- Resistencia al fuego catalogada como a2 (Euroclases)- Se puede pulir tras un uso intenso recobrando su brillo original.- Bajo coste de mantenimiento y fácil limpieza.
<p data-bbox="331 936 699 974">ACABADOS EN BAÑOS</p> 	<ul data-bbox="815 981 1356 1236" style="list-style-type: none">- Mínima absorción al agua.- Se puede pulir tras un uso intenso recobrando su brillo original.- Bajo coste de mantenimiento y fácil limpieza.
<p data-bbox="464 1364 564 1402">PISOS</p> 	<ul data-bbox="815 1429 1356 1684" style="list-style-type: none">- Más ligero: ahorro en el transporte y fácil colocación.- Se puede pulir tras un uso intenso recobrando su brillo original.- Colocación con cemento cola

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN TÉCNICA
<p data-bbox="587 297 689 324">LÁPIDAS</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Protección frente a los agentes atmosféricos: la hoja exterior recibe el impacto directo de la lluvia y de la radiación solar y minimiza sus efectos al estar separada de la hoja interior. - Libertad de composición estética: debido a la flexibilidad de la modulación se pueden diseñar distintas soluciones de fachada.
<p data-bbox="561 678 715 705">ESCULTURAS</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Hechas al gusto del escultor o del cliente. - Son obras de arte en su mayoría. - Requieren precisión al cortar y pulir. - Utilizar agua para mejor acabado. - La mayoría son de temática abstracta. - Utilizadas en su mayoría como artículos de regalo y decoración.

Establecer estrategias de marketing para la venta de los productos con valor agregado.

Estrategias de marketing sobre posicionamiento

Las principales estrategias de marketing sobre posicionamiento de marca son:

Beneficio:

El mármol logra que las casas se vean elegantes y con un toque moderno. Se utiliza en el interior y exterior para los muebles, pisos, mesas, etc.; asimismo, es sencillo de limpiar y es perenne.

Calidad/Precio:

En el caso particular del mármol si es cliente busca la diferenciación y busca contar con una pieza exclusiva el uso del mármol en los acabados es la mejor opción, el precio del mármol va estrictamente ligado con su calidad, por ser el mármol una pieza frágil al momento de trabajarla, el precio del producto incrementa ya que este se puede dañar y dejar de servir para un determinado diseño, los precios de una pieza de mármol como por ejemplo una mesa de cocina estaría alrededor de los S/.900 soles, así mismo el precio de una escultura tallada a mano podría costar un

promedio de S./ 3,000 soles. La belleza, fragilidad y diseño del mármol hacen que su precio se eleve de acuerdo con los requerimientos del cliente.

Atributos:

Los principales atributos del mármol hacen que este sea un producto deseable para la decoración de viviendas, acabados fúnebres entre otros usos.

- Belleza estética
- Ecológico
- Compatible con el Medio Ambiente
- Práctico
- Duradero

Uso/Aplicación:

El mármol tiene diversos usos y aplicaciones, tanto en el sector construcción como en la industria, en la siguiente tabla se muestra la variedad de usos del mármol tanto como roca propiamente dicha como también sus derivados.

Tabla 37:

Usos y aplicaciones del mármol

Como mármol en piedra	Como mármol triturado	Como mármol en polvo
Esculturas	Jardinería	Papel
Fuentes	Decoración	Hormigones
Cruces		Morteros
Obeliscos		Terrazos
Pórticos		Cerámicas
Columnas		Cristal
lpidas		Pinturas
Encimeras de cocina y baño		Esmaltes
piletas		Plásticos
Suelos		Caucho
Revestimientos		Fertilizantes
Mesas para panaderías y confiterías		

Categorías:

El mármol es un producto que difícilmente se puede igual, ya que gracias a sus detalles estéticos y debido a la particularidad de las zonas geológicas en las que se encuentra, el mármol adquiere características peculiares, por ejemplo, en los andes peruanos se encuentran más de 50 canteras de mármol a una altura superior a los 3,500 msnm, lo cual le da una particularidad única al mármol nacional que gusta al mundo.

Competencia:

Comparar las características con los de otros competidores es clásico en productos como lápidas, acabados en baños, etc.

Estrategias de marketing funcional

- PRODUCTO

El mármol es una roca metamórfica que se origina por medio de una serie de procesos geológicos que inducen cambios mineralógicos y estructurales tanto en las rocas eruptivas como en las rocas sedimentarias (ver tabla 36).

Garantía: Todos los productos de mármol tienen un año de garantía contra defectos de fabricación a partir de la fecha de compra.

1. ¿Cómo hacer válida la garantía? La Garantía podrá hacerse efectiva únicamente si está dentro del plazo marcado por la empresa (1 Año) y solamente presentando el comprobante de compra, no se respetará la garantía si existe evidencia de mal uso o negligencia del producto.

2. Los artículos deberán ser enviados y/o entregados completos en cualquiera de las sucursales, aún por defecto de fabricación, materiales dañados y un técnico especializado, en el lapso de 3 días hábiles determinará si se trata de defecto de fábrica o mal uso.

3. Si el técnico especializado determina que fue defecto de fábrica se generara una nota de crédito que podrá ser usada en su próxima compra (por ningún motivo se hará reembolso en efectivo).

4. Para cualquier reclamo de garantía se deberá presentar SIEMPRE LA FACTURA, NO SERÁ VALIDA LA GARANTÍA sin la presentación de la FACTURA y tampoco será válida por negligencia o mal uso.

5. ¿Dónde hacer válida la garantía? La garantía se puede hacer válida en la dirección de la empresa, el producto deberá ser sometido a una inspección por parte de la empresa para comprobar si ha sido dado el uso correcto y posteriormente se hará válida la garantía.

Servicios posventa: ofrecer a los clientes la absolución de dudas con respecto al mantenimiento y limpieza de su producto, asesorándolos en la compra de los artículos de limpieza acordes con las características del mármol adquirido.

- **PRECIO**

Para establecer el precio se ha rescatado del portal web de SUNAT una DAM de importación, la que se detalla a continuación:

IMPORTACIÓN DE MARMOL DE CHINA

Consideraciones: Importación realizada por la empresa PIERINELLI S.A.C.

Nº Declaración de la DAM: 198196

Fecha el: 03/06/2016.

País de origen: China.

Como se ve en la tabla 38, se importa tres variedades de mármol de china: blanco nieve, striato olimpo y saint Laurent. (Véase fichas técnicas en los Anexos 09, 10, 11)

Tabla 38:

Variedades y especificaciones del mármol a importar en la DAM 19196

VARIEDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	UNIDAD DE MEDIDA	CARACTERÍSTICAS
BLANCO NIEVE 2 CM	0.95	M ²	China pure white, 18mm, thickness: 20mm
STRIATO OLIMPO 2 CM	4.32	M ²	Horizon grey 18mm, thickness: 20mm
SAINT LAURENT 2 CM	3.61	M ²	Port saint laurent 18mm, thickness 20mm

Fuente: SUNAT.

Se importa planchas de mármol de tres variedades diferentes con la medida de 1,82 m². Para calcular el precio unitario en función de 1,82 M² se aplica regla de tres simple, como se muestra en la tabla 39.

Tabla 39:

Valor FOB China de las planchas de mármol de 1,82 M2

VARIEDAD	PRECIO UNITARIO POR PLANCHA DE 1,82 M² (\$)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR FOB (\$)
BLANCO NIEVE 2 CM	1.73	M ²	50	86.5
STRIATO OLIMPO 2 CM	7.86	M ²	50	393
SAINT LAURENT 2 CM	6.75	M ²	50	337.5

Fuente: SUNAT.

Ahora hallamos el valor CIF y los gastos de la importación, dándonos los resultados que se detallan en la tabla 40.

Tabla 40:

Valor CIF Perú de la importación de planchas de mármol de 1,82 m2

Valor FOB	\$ 817	\$ 817
Flete internacional	0.65 m ² (0.65*150*1.82)	\$ 177.45
Seguro internacional	\$ 40.52	\$ 40.52
Valor CIF	(817+177.45+40.52)	\$ 1,034.97
Gastos de importación	\$ 800	\$ 800

Fuente: SUNAT.

Para calcular el flete internacional se multiplica la cantidad de plancha a importar por la medida de 1,82 M², resultando 273 M² que son importados al Perú.

Ahora se halla el valor en aduanas de la importación, detallado en la tabla 41.

Tabla 41:*Valor en aduanas para la importación de planchas de mármol de 1,82 m2*

VALOR EN ADUANAS	FOB (\$)	FLETE INTERNACIONAL(\$)	PRIMA NETA (\$)
	817	177.45	SI/1.03
\$ 1,033.79	817	177.45	39.34

Fuente: SUNAT.

Los derechos de importación y las preferencias arancelarias son los que se pueden ver en la figura 25 y la tabla 42 respectivamente.

Figura 19*Derechos de importación para la DAM 19196***Derechos de importación**

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.75%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	(*)

Fuente: SUNAT.

Tabla 42:*Preferencias arancelarias de importación de mármol*

CHINA	805 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - CHINA
ARANCEL BASE/PREFERENCIAL	PORCENTAJE LIBERADO ADV
0%	100%

Fuente: SUNAT.

En la tabla 43, se calcula el costo total de la importación.

Tabla 43:*Costo total de la importación*

Valor en aduanas	1,033.79
Gravámenes (\$)	
A/V	0
IGV	165.41
IPM	20.67
PAGO DE DERECHOS	186
Costo total de la importación	
Valor en aduanas	1,033.79
Gastos de importación	800
Costo de importación	\$ 1,833.79

Fuente: SUNAT.

En la tabla 44, se estableció el precio unitario de cada plancha de mármol de 1,82 m², según el coeficiente que se determina.

Precio unitario por planchas de medida 1,82 M²

Coeficiente = 1,833.79/ 817

Coeficiente = \$2.24

Tabla 44:*Precio unitario de las planchas importadas de mármol de 1,82 M2*

VARIEDAD	PRECIO UNITARIO POR PLANCHA DE 1,82 M² (\$)	COEFICIENTE	PRECIO UNITARIO DE LA PLANCHA IMPORTADA DE 1,82 M² (\$)
BLANCO NIEVE 2 CM	1.73	2.24	3.88
STRIATO OLIMPO 2 CM	7.86	2.24	17.60

SAINT LAURENT 2 CM	6.75	2.4	16.2
-----------------------------------	------	-----	------

Fuente: SUNAT.

En la tabla 45, considerando el tipo de cambio a S/.3.5 por dólar, se puede expresar el precio unitario de las planchas importadas en soles.

Tabla 45:

Precio unitario de las planchas importadas de mármol en soles.

VARIEDAD	PRECIO UNITARIO	
	DE LA PLANCHA IMPORTADA DE 1,82 M ² (\$)	PRECIO UNITARIO EN SOLES (S/.)
BLANCO NIEVE 2 CM	3.88	13.58
STRIATO OLIMPO 2 CM	17.60	61.6
SAINT LAURENT 2 CM	16.2	56.7

Fuente: SUNAT.

Se halla el precio unitario de las planchas de mármol considerando el transporte interno y otros gastos puestos en lugar de destino lo que se considera un DDP.

PRECIO	BLANCO NIEVE 2 CM	STRIATO OLIMPO 2 CM	SAINT LAURENT 2 CM
Precio unitario S/	13.58	61.6	56.7
Costo de manipulación en destino	50	50	50
Transporte interno a fabrica	26.66	26.66	26.66
Recepción y descarga	16.66	16.66	16.66

PRECIO UNITARIO EN DDP	S/. 56.9	S/. 154.92	S/. 150.02
-------------------------------	----------	------------	------------

Fuente: SUNAT.

Se establece el precio promedio de venta de planchas nacionalizadas en Perú, para lo que se ha considerado los formatos de medida que tiene la empresa Gallos Marmolería, los cuales se reflejan en las tablas 46 y 47.

Tabla 46:

Formatos de medida en cuadrado

FORMA	MEDIDAS	
	PULGADAS	CENTÍMETROS
CUADRADO	36" * 36"	91.4 * 91.4
	24" * 24"	61 * 61
	18" * 18"	45.7 * 45.7
	16" * 16"	40.6 * 40.6
	12" * 12"	30.5 * 30.5
	8" * 8"	20.3 * 20.3
	6" * 6"	15.2 * 15.2
	4" * 4"	10.2 * 10.2
	2" * 2"	5.1 * 5.1
	1" * 1"	2.5 * 2.5
	5/8" * 5/8"	1.6 * 1.6

Fuente: Portal de Marmolería Gallo.

Tabla 47:

Formato de medida en rectángulo

FORMA	MEDIDAS	
	PULGADAS	CENTÍMETROS
RECTANGULAR	24" * 36"	61 * 91.4
	16" * 24"	40.6 * 61
	12" * 24"	30.5 * 61
	8" * 12"	8 * 12
	4" * 8"	10.2 * 30.2
	3" * 6"	7.6 * 15.2

Fuente: Portal de Marmolería Gallo.

En resumen, se tiene el precio unitario de cada plancha de mármol según su variedad, su precio promedio de venta unitaria nacional en Perú y el margen de ganancia, los que se describen en la tabla 48, 49 y 50 respectivamente.

Tabla 48:

Precio unitario de la plancha de mármol importada en soles

BLANCO NIEVE 2 CM (S/.)	STRIATO OLIMPO 2 CM (S/.)	SAINT LAURENT 2 CM (S/.)
56.9	154.92	150.02

Tabla 49:

Precio promedio de venta unitaria nacional de la plancha de mármol de 1,82 m² en Perú.

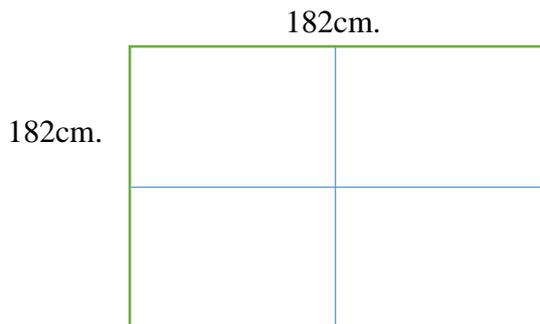
BLANCO NIEVE 2 CM (S/.)	STRIATO OLIMPO 2 CM (S/.)	SAINT LAURENT 2 CM (S/.)
100	250	240

Tabla 50:

Margen de ganancia promedio de las empresas importadoras

Mármol	BLANCO NIEVE 2 CM (S/.)	STRIATO OLIMPO 2 CM (S/.)	SAINT LAURENT 2 CM (S/.)
P.V.U. de importación	56.9	154.92	150.02
P.V.U. nacional	100	250	240
Margen de ganancia	43.1	95.08	89.98

Considerando el formato de medida establecido por marmolerías Gallo, la medida de la plancha en cuadrado es de 91.4 x 91.4 cm., por lo que se deduce que de una plancha importada se obtiene 04 planchas de la menciona medida, el valor en el mercado de las planchas de 91.4 x 91.4 cm., es de S/. 80.00 nuevos soles, en los cortes de las planchas también se obtiene una ganancia.



Se va a considerar calcular las formas de valor agregado con el mármol STRIATO OLIMPO 2 CM, para efectos académicos y de mejor comprensión.

Tabla 51:

Precio unitario de plancha de mármol striato olimpo de 1,82 m2.

PRECIO DE MÁRMOL IMPORTADO (S/.)*	PRECIO DE VENTA NACIONAL (S/.)**	MARGEN DE GANACIA (S/.)
S/.154.92	S/.250 x 4 = S/.1000	S/.845.08

Precios estimados con valor agregado en las formas de:

- Plancha para Cocinas y baños.
- Pisos de mármol (baldosas).
- Lápidas.

Tabla 52:

Detalle de precio con valor agregado de artículos elaborados en mármol en Lima.

Precio de mármol nacionalizado. (S/.) *	Producto	Medida	Insumos y maquinaria utilizada (s./)***	Mano de obra (s/.)	Precio de venta(s./)	Margen de ganancia (s/.)
250	Plancha cocina y baños	90 x 180 cm.	20	130	500	225
250	Baldosas mármol	45 x 45 cm.	05 c/pz	05 c/pz	80 c/pz	7.5 c/pz
250	Lapidas****	150*120cm	30	250	950	170

Ahora sumando el transporte para trasladar los productos hasta Lambayeque:

Tabla 53:

Resumen de precio con valor agregado de artículos elaborados en mármol en Lambayeque

VENTA DE MÁRMOL NAC. (S/.)	TRANSPORTE INTERNO A LAMBAYEQUE C/Pz (S/.)	PRECIO DE VENTA DE MÁRMOL PUESTO EN LAMBAYEQUE. (S/.)
250	40	290

Tabla 54:

Detalle de precio con valor agregado de artículos elaborados en mármol en Lambayeque.

VENTA DE MÁRMOL NAC. EN LAMBAYEQUE	PRODUCTO	MEDIDA	Insumos y maquinaria utilizada (s./)***	MANO DE OBRA (S/.)	PRECIO (S/.)	MARGEN DE GANACIA (S/.)
290	Plancha cocina y baños	45 x 180 cm.	35	180	800	440
290	Baldosas mármol	45 x 45 cm.	05 c/pz	05 c/pz	85 c/pz	2.5 c/pz
290	Lapidas****	150*170cm	45	200	1000	175

* Incluye pago de derechos de importación.

** Precio de mármol en la medida de 91.4 x 91.4 cm.

*** Resina, selladores, masilla, discos de diamantes para corte, otros insumos.

*** Para una lápida se utilizan 4 planchas de 91.4 x 91.4cm.

NOTA: El precio puede variar de acuerdo con las especificaciones y exigencias de los clientes.

Consideraciones:

- Para la elaboración de plancha de cocina y baño se utiliza una plancha de 91.4 x 91.4 cm.
- Los pisos de mármol utilizan una plancha de 91.4 x 91.4 cm y por cada plancha resultan 04 baldosas de piso.

- La elaboración de las lapidas utilizan 2 planchas de medida 91.4 x 91.4 cm., lo sobrante es utilizado para diseñar la cruz o placa según el gusto del cliente.

- DISTRIBUCIÓN

Embalaje:

Embalaje para baldosas: Baldosa de piedra natural destinada para la exportación, de acuerdo con las normas, debe ser embalada en cajas de madera, es conveniente separar las piezas entre sí con algún fino material acolchado, para prevenir la abrasión en el camino (Véase Anexo 12).

Embalaje para planchas: Tablas de piedra natural se cargan en contenedores en paquetes de madera. Para la firmeza, los paquetes se fabrican de buena madera, las tablas se comprimen fuertemente y todo se asegura con clavos (Véase Anexo 13).

Almacenamiento:

Las herramientas más importantes que deben estar en un taller y relacionadas con la manipulación y el almacenaje de las planchas de piedra y porcelánicos son por un lado los caballetes de almacenamiento y las pinzas para la elevación de las piezas, en un segundo nivel se sitúan los carros.

Transporte:

Una vez transformada la piedra, se recomienda la utilización de los carros para transportar las piezas de piedra, para su manipulación dentro los diferentes procesos dentro del taller o, una vez acabadas, para ser transportadas a su destino final.

- PROMOCIÓN

Publicidad, marketing directo y promoción de ventas.

3.5. DISCUSIÓN

En las últimas dos décadas la minería no metálica en Argentina se ha desarrollado notoriamente, alcanzando niveles de producción y exportación. A consecuencia del desarrollo en Argentina, el Perú no fue ajena a esa realidad, razón por la cual se ha invertido más de S/. 7 millones en tecnología traída de Italia para la extracción y acabados de mármol travertino en Junín, esto como muestra del empeño del gobierno central por hacer crecer este sector, a través del gobierno regional de Junín se ha logrado implementar una planta que cuenta con tecnología de punta para someter a los diferentes procesos al material en busca de mejorar la calidad de producto nacional.

además, el Perú a comparación de México que la minería no metálica carece del apoyo financiero por parte de entidades públicas o privadas, el Perú viene trabajando en el fortalecimiento del sector impulsado a través de del gobierno central, esto en el objetivo de que en los próximos años poder internacionalizar las empresas mineras y dejar de dar a concesión nuestros yacimientos, también en Perú hace falta una política de capacitación por expertos para que el personal de las empresas se encuentre a la vanguardia de sector y mejore sus remuneraciones y las condiciones de seguridad laboral.

3.6. Aporte práctico

PROSPECTIVA DEL SECTOR MINERÍA NO METÁLICA, IMPORTACIÓN Y VENTA CON VALOR AGREGADO: MÁRMOL Y TRAVERTINO EN EL PERÍODO 2015 – 2016

La presente propuesta planteada a raíz de del análisis de resultados obtenidos en esta informe muestra los indicadores basados en la determinación de la prospectiva del flujo comercial del sector minería no metálica, teniendo como indicadores de referencia específicamente al mármol y travertino, se recurrió a bases de datos de los últimos cinco años para poder generar indicadores que nos muestren el panorama, para los próximos años de este sector.

La finalidad del presente resultado es poder generar con nuestro estudio una guía que sirviera de referencia para las empresas que se encuentran en el rubro comercial de estos productos y para aquellas nuevas empresas y/o asociaciones que opten en desarrollar esta actividad.

En resumen, el escenario que resultó después de desarrollar la metodología de prospectiva en 5 pasos del autor Uzcátegui es que existirán pocas empresas y una rápida adopción de la demanda. Este escenario se verá reflejado como se detalla en los siguientes puntos:

Grandes importadoras

El mercado de las importaciones en nuestro país está liderado por cinco empresas, las cuales superan para el 2015 más del 75% de la participación del mercado con respecto a las importaciones de rocas ornamentales del Perú. Razón por la cual se podría decir que casi toda la demanda de rocas importadas recae sobre estas cinco empresas importadoras. La empresa que lidera es PIERINELLI S.A.C. seguida de NORCEX INTERNATIONAL S.A., ARTE Y PIEDRA S.A.C., ITALMARMOL-PERU S.A.C. y GRAYMAR S.A.C.

Según el escenario a futuro, estas empresas se podrían mantener como líderes de las importaciones de roca ornamental en el Perú.

Artesanos

Se sabe que dentro de los artesanos se encuentran los lapideros y escultores, los que a la fecha trabajan de forma individual con lo que respecta a la adquisición de materia prima y dependen de las grandes distribuidoras ubicadas en Lima, lo cual centraliza y eleva costos debido al transporte creándoles una desventaja competitiva.

En el escenario a futuro, los artesanos podrían asociarse generando de esta manera un encadenamiento productivo reflejado en la especialización de tres puntos clave: importación, distribución y producción. Lo que les permitirá reducir costos, mejorar su competitividad y la representatividad empresarial lambayecana.

Exportación con valor agregado: Artículos de regalo y decoración

Actualmente se exporta el producto de mármol y travertino como cubos, losetas y dados, los que tienen múltiples usos, sin embargo, se ha descuidado un importante sector, que viene creciendo cada año, como lo es los artículos de regalo y decoración. Pues al mármol y travertino no se les está dando un valor agregado.

Para el escenario a futuro, se piensa que las asociaciones a formarse elaboren productos relacionados a este sector, de esta manera e dejaría de exportar estos productos de forma tradicional para darle paso a productos con valor agregado, lo que generaría mayores utilidades.

Construcción

El mármol y travertino son utilizados en el sector de construcción para los acabados ya sea en pisos, paredes, baños, cocinas u otros. Actualmente este sector abarca más del 60% de las rocas ornamentales en nuestra región. Sin embargo las empresas lambayecanas dedicadas a este rubro, al igual que los artesanos, dependen de los grandes importadores presentes en Lima.

En el escenario a futuro, se espera que estas empresas encuentren la manera de asociarse para el tema de la importación de la materia prima y a la vez poder ser ellos los abastecedores de las pequeñas asociaciones de artesanos.

Mármol nacional: Travertino

De características similares a las del mármol importado y con la diferencia en la porosidad, lo cual dificulta el cortado y moldeado. Este mármol posee una belleza muy fina al momento de darle los acabados. Esta piedra ornamental es utilizada para la elaboración de baldosas, esculturas y artículos de regalo y decoración.

En el escenario a futuro de esta prospectiva, se espera desarrollar técnicas ancestrales que combinen el conocimiento milenario y que se adapte

a las nuevas tendencias del mercado, en otras palabras se busca redefinir el concepto, incorporando técnicas y rasgos históricos para crear productos que estén a la vanguardia y exigencias del mercado actual.

Intervención del gobierno

En el escenario a futuro es necesario poder separar la legislación de la minería metálica con la de la minería no metálica en nuestro país, si bien es cierto el estado protege y promueve a todos los niveles de minería en el país; desde la pequeña hasta la minería a gran escala, por ello si hablamos de proteger se tiene que regular el marco legal que rige a este sector en el aspecto de que la minería no metálica genera puestos de trabajo y valor agregado con menor impacto ambiental y social. El aspecto tributario tiene que ser reevaluado ya que no es posible que la tributación sea igual a la de la minería metálica.

En conclusión se propone mediante la presente, que al tener en consideración los datos obtenidos mediante el estudio, las empresas presentes en el departamento de Lambayeque, opten por ampliar la brecha comercial y formar parte de las empresas importadoras presentes en el país, ya que para los próximos años el panorama del sector es de tendencia favorable, lo cual beneficiará a los clientes porque tendrían el material de acuerdo con el gusto y las preferencias de los clientes, ya que obtener información acerca de los proveedores en el exterior es accesible mediante el portal web de Sunat, además se vería beneficiado el empresario ya que manejaría sus tiempos y costos, con que se logre que una de las empresas presentes en Lambayeque, de este paso hacia la importación, esto generaría que la empresa lambayecana cubra el mercado y abastezca a todo el departamento y zonas de influencia como Piura, La libertad y Cajamarca como mayorista dejando de depender estas zonas altamente comerciales del saturado mercado de abastecimiento de Limeño.

Por otro lado pensar en asociar a los artesanos que trabajan con rocas ornamentales es viable ya que se conoce el trabajo realizado por su parte, en el tema de artículos de regalo y decoración como lo son estatuas, centros de

mesa, llaveros de recuerdo, y otras esculturas, esto pensando en hacer crecer el tema de exportación en Lambayeque, estos artículos de regalo y decoración generados por las manos de nuestros artesanos lambayecanos y que incluyan rezagos de nuestra historia sería en su medida aceptados por los mercados extranjeros, en tal sentido se iría cimentando una cadena productiva que comience con la importación de nuestros empresarios lambayecanos, esta a su vez en un porcentaje vendida a nuestra asociación de artesanos y escultores, ellos colocar la cuota de creatividad para poder crear los ya mencionados artículos de regalo y decoración, que serían enviados a mercados como Estados Unidos, España y otros que gustan mucho del arte peruano ya que guarda cultura y tradiciones, pensar en la venta con valor agregado es una idea que se ve sustentada en los resultados obtenidos: Generar empleo, mejor calidad de vida, mayor realce al sector minero no metálico y formalización de las empresas es posible, la prospectiva la visión a futuro nos muestra las posibilidades de desarrollo.

Figura 20:

Encadenamiento productivo enfocado al sector del a minería no metálica



IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- El panorama del sector minería no metálica en los próximos tres años, se muestra estable y tiene tendencia a una pequeña alza, se espera que nuevas empresas se incorporen al giro del negocio para el año 2018, con grandes posibilidades de crecimiento ya que el estudio muestra una proyección de rápida adopción de la demanda.

- A consecuencia del boom de construcción, se incrementó la demanda de rocas ornamentales como el mármol para acabados en las viviendas, razón por la cual se incrementó la importación de este material y la producción nacional comenzó a acelerar para poder cubrir la demanda, en el año 2013 se encuentra una ligera caída en el movimiento de este material, pero el sector se vuelve favorable en los siguientes 2 años, arrojando indicadores positivos para los próximos años, considerando una política de estado estable.

- La principal forma en la que se utiliza el mármol, es en el sector de construcción y acabados como pisos, mesas, barras de minibar, lavaderos, etc. Ya sea para universidades y/o locales comerciales así como también para casas (baños, cocinas, laboratorios, aulas, etc). Sin dejar de lado la demanda constante de lápidas y acabados para cementerios. Otra forma de valor agregado es utilizar los recortes pequeños en artículos de regalo y decoración elaborados en mármol con diseños autóctonos de la región Lambayeque, tales como llaveros, estatuas, dijes tallados y pulidos a mano por escultores lambayecanos con grandes talentos.

- Se utilizarán estrategias de marketing sobre posicionamiento en cuánto a los beneficios de los productos, la calidad, precio, atributos, usos, categorías y la competencia, también el marketing funcional que incluye a las 4P's Producto, precio, plaza y promoción, lo cual ayudará a ver la forma en la que podemos ofrecer los productos con valor agregado y que los artesanos que trabajan con mármol y travertino puedan incrementar sus ventas.

4.2. Recomendaciones

- Para el desarrollo del sector minería no metálica en la región Lambayeque, se recomienda la asociación de los pequeños artesanos que trabajan con mármol y travertino, con el fin de bajar sus costos de compra de materia prima y poco a poco descentralizar la distribución que hasta el momento se concentra en Lima.

- Establecer siempre planes de contingencia sobre riesgos, ya que una proyección te ayuda a avizorar el panorama futuro, pero no te asegura que esto ocurrirá, razón por la cual, tener presente una herramienta que te permita minimizar el riesgo y saber cómo actuar ante una eventualidad es importante, la prospectiva es anticipar a los hechos a los nuevos escenarios, pero siempre de la mano de esta herramienta.

- Impulsar el desarrollo del sector de los artículos de regalo y decoración, reutilizando los retazos que dejan los trabajos en gran escala, para ello las constructoras pueden identificar a los artesanos y abastecerlos o viceversa (artesanos identificar sus proveedores).

- En la medida de lo posible mediante capacitaciones mejorar en temas de acabados y calidad que son un factor principal para poder competir en los mercados internacionales, las formas de valor agregado pueden variar en varios aspectos, pero no en la calidad, del producto.

- Se recomienda una estrategia de atención post-venta, sobre todo personalizada, para captar más clientes y crear confianza en ellos, en otras palabras fidelidad del cliente, se trata de tomar sus opiniones y algunas recomendaciones que ellos pueden dar a los artesanos.

REFERENCIAS

- Abdel, G. (2010). *El sector minero en México; diagnóstico, prospectiva y estrategia*. Instituto Tecnológico Autónomo de México. Centro de Estudios de Competitividad.
- América economía. (2011). *Exportaciones de minería no metálica del Perú aumentaran 157% entre enero y abril*. <https://n9.cl/e9c8d>
- Atencio, R. (2013). *Junín lidera la producción de mármol travertino*. <https://n9.cl/03bjw>
- Cáceres A. (2013). *Estudio geológico del departamento de Lambayeque*. Gobierno Regional de Lambayeque. <https://n9.cl/t1r3z>
- CG Minería. (2015). *Estudio de la cadena productiva de Ónix*. <https://n9.cl/vwhaq>
- De Echave, J. (2011). *Tendencias de la minería y escenarios de transición al post extractivismo: el caso peruano*. La hora semanal.
- Diario el Comercio. (2014). *Envíos de mármol peruano caen 13% entre enero y mayo*. <https://n9.cl/88vqo>
- Diario Gestión. (2013). *La minería no metálica debe promoverse con un marco legal diferenciado*. <https://n9.cl/atyfn>
- Diario Gestión. (2015). *Exportaciones no tradicionales minero no metálica crecieron 6.1%*. <https://n9.cl/yvyd1>
- Godet M. (2008). *Prospective stratégique pour les entreprises et les territoires*. Edición Dunod. Colección Topos.
- Hernández. (2014). *Metodología de la investigación*. McGrawHill.

- Instituto Geológico y Minero de España (2011). *Piedra natural*. <https://n9.cl/hjq09>
- Instituto Geológico Minero y Metalúrgico. (2012). *Rocas ornamentales en el Perú, mercado y perspectivas*. <https://n9.cl/n7b31>
- Mañana, R. (2010). *Un ensayo de prospectiva: la industria minera en el futuro de la economía española*. España.
- Mayo, R. (2010). *Junín tiene la veta de mármol más importante*. Diario el comercio. Lima. Perú.
- McGuickin, G. (2015). *Tendencia: El versátil uso del mármol en diseño*. <https://n9.cl/fvjyh>
- Molina, J & Tudela, M. (2010). Papeles de Geografía. *El sector minero de la roca ornamental en la región de Murcia*.
- Ortega, F. (S.f). *LA PROSPECTIVA: Herramienta indispensable de planeamiento en una era de cambios*.
- Pool, Alberto & Ramirez, Juan (2010). *Boletín B9. Rocas Ornamentales en el Perú*. <https://n9.cl/rofc7>
- Pardo O. (2010) Situación y perspectivas de la minería metálica en Argentina. <https://n9.cl/afbyu>
- Perú 21. (2013). *Crece envíos de minería no metálica*. <https://n9.cl/sr1wd>
- ProChile (2010). ProChile Italia. *Estudio de Mercado Mármol – Italia*. <https://n9.cl/vbf17>
- Ramírez, P. (2013). *Rocas ornamentales en el Perú*. <https://n9.cl/veqw8>
- Rodríguez, J. (2001). *Introducción a la prospectiva, metodologías, frases y exploración de resultados*.

- Rpp Noticias. (2014). *Exportaciones de mármol y travertinos cayó entre enero y mayo.*
- Rumbo Minero. (2015). *Minería no metálica impulsará crecimiento económico peruano.* <https://n9.cl/tqzt5>
- Sánchez, V. (2013). *¿Se acabó el boom inmobiliario en Perú?*. INC. Company. <https://n9.cl/8y30o>
- Santabárbara, C. (2012). *La influencia del gusto postmoderno en la conservación del Arte Contemporáneo.* <https://n9.cl/u3s67>
- Siicex. (2013). *Informe Mensual de Exportaciones.* <https://n9.cl/cn5h2>
- Siicex. (2015). *Ficha técnica de mármol y travertino.* Perú.
- Sunat. (2015). *Ley General De Aduanas - DL 1053-2009-EF.* Perú.
- Uzcátegui, E. (2010). *Prospectiva: 5 pasos para simular escenarios futuros.*
- Universidad Politécnica de Madrid (2010). *Explotaciones de roca ornamental.* <https://n9.cl/0zv4q>
- Universidad Privada de Tacna (2013). *Rocas ornamentales.* <https://n9.cl/ml5ac>
- Zegarra, A (2015). *Estudio de factibilidad de un proyecto de explotación y transformación de mármol.* Universidad Nacional de Ingeniería.
- Zúñiga, M. (2011). *Antología de la Comercialización.* Instituto Tecnológico de Comitán. Chiapas – México.

ANEXOS

ANEXO 01: Entrevista



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PROSPECTIVA DEL SECTOR MINERÍA NO METÁLICA, IMPORTACIÓN Y VENTA CON VALOR AGREGADO: MÁRMOL Y TRAVERTINO EN EL PERÍODO 2015 – 2016

Entrevista

De antemano le damos nuestros saludos cordiales y esperamos su ayuda incondicional en responder las preguntas que tenemos para usted acerca de este tema.

DATOS GENERALES:

Nombre:

Entidad donde labora:

Cargo:

Sexo:

Edad:

Estado Civil:

Nivel educativo:

PREGUNTAS:

1. ¿Quién o quiénes son sus proveedores?
2. ¿Qué tipo de roca compran? ¿Por qué?
3. ¿Con qué frecuencia adquiere la roca?
4. ¿Cuáles son sus unidades de compra?
5. ¿Qué usos les da a las rocas que compra?

6. ¿Cuál es su producto final con mármol y travertino?

Anexo 02: Boletín

PERÚ Ministerio de Energía y Minas

BOLETÍN SEMANAL

N°139. Del 05 al 11 de octubre del 2016

ÍNDICE

- COYUNTURA**
- SECTOR**
- MARCO**
principales empresas importadoras
- PROYECCIONES**
participación de los principales mercados
- ALCANCES FINALES**

Auspician

PERÚ EXPORTADOR



USS



Proyecciones la 2018

Perú
exporta

BOLETÍN SEMANAL

NUEVO MARCO
PROMOTOR

MINERÍA NO METÁLICA

MEDIDAS PARA EVITAR
QUE MINERÍA NO METÁLICA
SIGA PERDIENDO
COMPETITIVIDAD

2016

PERÚ EXPORTADOR

1

COYUNTURA

Las exportaciones sumaron US\$ 719 millones durante 2013, lo cual significó una ligera reducción de 0,4% respecto al año previo. Este comportamiento se sustenta fundamentalmente por la menor demanda de fosfatos de calcio (-4,6%) y las menores compras de Estados Unidos (-21,0%). La totalidad de productos se dirigieron a 99 mercados, dos más con respecto al mismo periodo en 2012. América del Sur representó el 45% del valor exportado, seguido por América del Norte y Asia con participaciones de 27% y 19%, respectivamente. Los cinco principales mercados de destino, que significaron el 69% de las ventas totales del sector: Estados Unidos (22%), Brasil (16%), India (15%), Chile (11%) y Ecuador (5%).

El 57% de las exportaciones de minería no metálica se encuentran concentradas en un solo producto: fosfatos de calcio. Le siguen en orden las placas y baldosas de cerámica (14%), mármol y alabastro (3%), bombonas y botellas de vidrio (3%) y Cemento Portland (3%). Importante dinamismo mostraron los envíos de sulfato de bario o baritina (+US\$ 6,6 millones / 70% de crecimiento), producto altamente demandado por Brasil y Ecuador.

Asimismo, las ventas de bombonas, botellas y frascos de vidrio de capacidad inferior o igual a 0,15 L (+US\$ 4 millones / 40%) fueron impulsadas notablemente por el aumento de la demanda de países del Caribe como República Dominicana y Puerto Rico. Otros productos que vale la pena mencionar por su buen desempeño de ventas han sido las placas y baldosas de cerámica barnizadas (+US\$ 29 millones / 43% de crecimiento) y bombonas, botellas y frascos de vidrio de capacidad superior a 0,33 L pero inferior o igual a 1 L (+US\$ 4 millones / 33%).

El número de empresas exportadoras fue de 837, es decir, 53 menos que las registradas en 2012. De este grupo 10 fueron grandes, 25 medianas, 62 pequeñas y 740 microempresas. Cabe destacar que 86% de las exportaciones fueron realizadas por empresas grandes.



SECTOR

Según el MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINAS (2012). Las rocas ornamentales comprenden productos muy diversos de recursos relativamente abundantes en el país, de razonables perspectivas geológicas que se explotan en volúmenes de producción de mediana y baja escala. Tienen una oferta diversificada,



por tipos de productos y calidades. Se destinan preferentemente al mercado nacional, donde deben competir con productos similares importados. Algunos de ellos alcanzan grados de calidad que les permite ser exportados. De acuerdo al tipo de roca predominante, las rocas ornamentales se pueden agrupar en granitos, mármoles y calizas, areniscas y pizarras. Para preparar los bloques de rocas que serán usados directamente en la construcción, se aprovecha las fracturas originales, empleando explosivos de acción moderada. Las superficies de los bloques expuestas a la vista son pulidas o por lo menos igualadas. Las rocas de buen aspecto y de preferencia resistente a la intemperie se emplean para revestimiento de edificios, monumentos, lápidas y similares.

El INSTITUTO GEOLÓGICO MINERO Y METALÚRGICO (2012), nos dice que en el Perú, existen recursos mineros no metálicos y rocas industriales con un significativo valor económico para su desarrollo, a pesar de que nuestra producción ha estado referida mayormente a los recursos metálicos tales como cobre, hierro, zinc, plomo, plata, oro, habiéndose relegado a un segundo plano la producción de minerales industriales, en especial las rocas ornamentales, que en la mayoría de los casos han sido importaciones de acuerdo a especificaciones técnicas de la industria nacional, afectando nuestra balanza comercial.

Esta investigación nos revela un panorama general sobre las rocas ornamentales que pertenecen al sector de minería no metálica, su clasificación y para qué son utilizadas, todo ello nos permitirá saber qué es lo que vamos a ofrecer como valor agregado y hacia quiénes van a ir dirigidos nuestros productos.

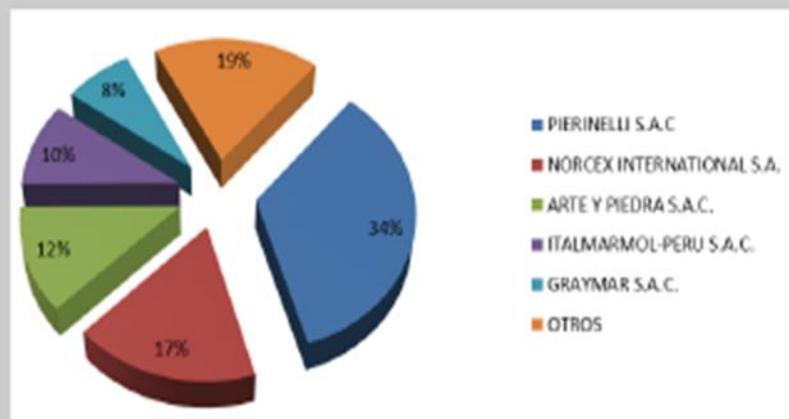
MARCO

**Urge que el Congreso de la República apruebe el proyecto de Ley de Promoción de la Minería No Metálica; en el parlamento existe una iniciativa para que esa actividad tenga su propio marco normativo, pero que pese al tiempo transcurrido (tres años), aún no es aprobado, lo que evidencia un desconocimiento de la minería no metálica, que está más ligada a la producción nacional que ningún otro sector económico y cuyos productos sirven de insumo para la industria manufacturera.*

El proyecto de ley 3832/2014-CR, presentada por Eulogio Amado Romero Rodríguez: LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA PROMOCIÓN DE LA MINERÍA NO METÁLICA Y ESTABLECE UN RÉGIMEN LEGAL ESPECIAL.

La presente Ley tiene por objeto declarar de interés nacional la promoción de la minería no metálica, a fin de garantizar su desarrollo y crecimiento, estableciéndose un régimen legal especial para regular y promover, de acuerdo a las características propias de ésta actividad y en base a sus necesidades y problemática, fomentando su formalización y desarrollo.

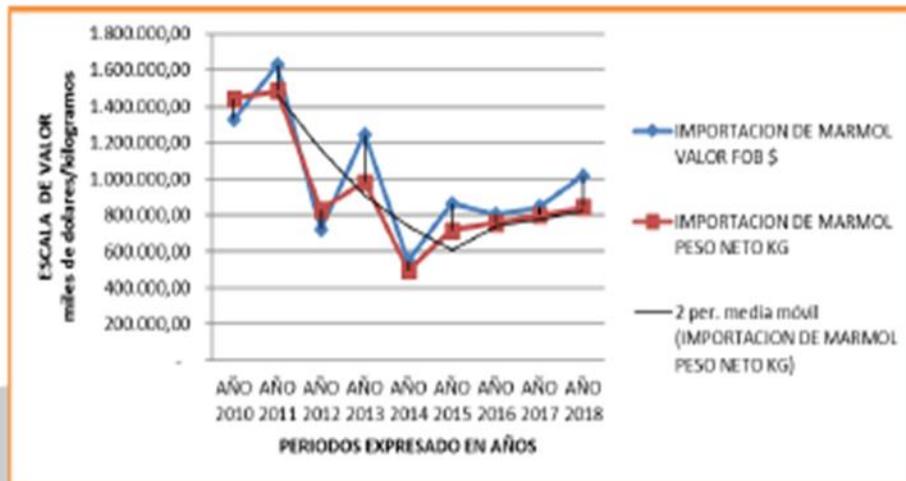
La participación de las principales empresas importadoras de mármol, para identificarlas, se tabularon datos año por año y luego se le aplico porcentajes a las cinco primeras empresas se les clasifico por nombre y su respectivo porcentaje, para las demás se aplico el nombre de otros la cual tiene una participación no mayor al 20%.



PROYECCIONES

Nuevas oportunidades para los empresarios del sector minería no metálica

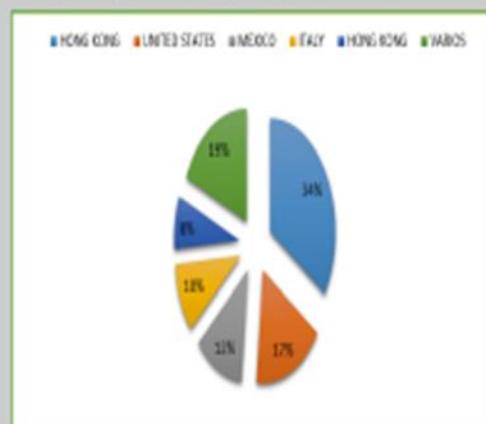
Proyección lineal de importaciones de mármol 2016-2018



El panorama para los próximos años es alentador, los cálculos y proyecciones son favorables para el sector minería no metálica, las importaciones estarían superando para el 2018 el millón de dólares.

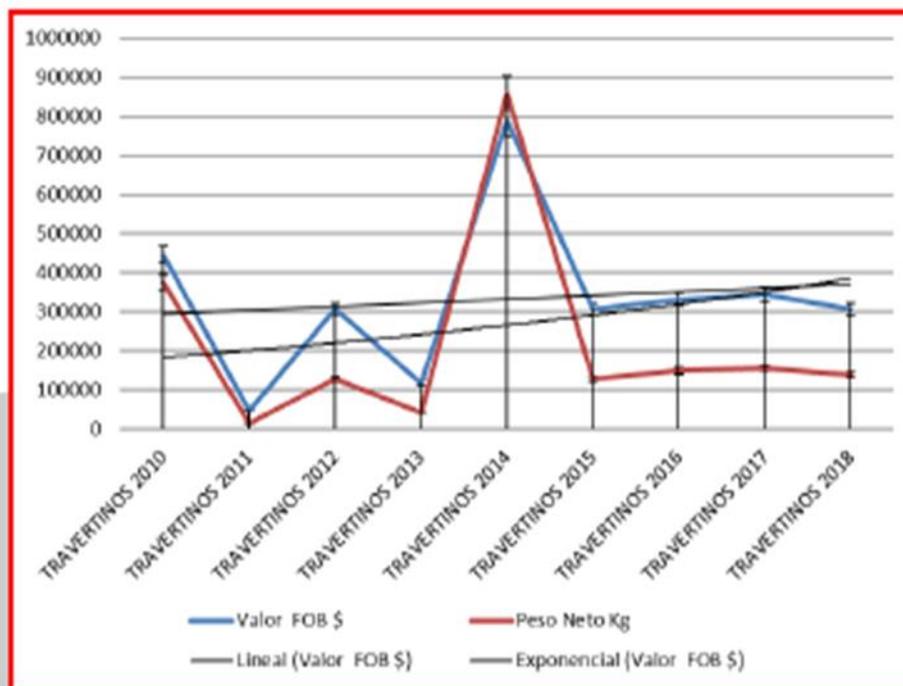
Según los datos recogidos se aprecia a Hong Kong con una participación importante como principal abastecedor de mármol como materia prima y acabados en mármol.

participación de los principales mercados



PROYECCIONES

Proyección lineal de las exportaciones de travertino al 2016 – 2018



El crecimiento económico del sector minería no metálica, viene recuperando paulatinamente, el gráfico muestra que en los años 2016 y 2017 el sector crecerá exponencialmente a razón del año 2015.

El crecimiento que muestra el sector está calculado en base al último quinquenio, razón por la cual en el año 2017, hay una ligera caída debido a que las cifras recogidas muestran mucha variación entre los años 2010-2015.

ALCANCES FINALES

El panorama del sector minería no metálica a los próximos tres años, se muestra favorable ya que tienen tendencia a la alza, se espera que nuevas empresas se incorporen al giro del negocio para el año 2018, con grandes posibilidades de crecimiento ya que el estudio muestra una proyección de mercado creciente enfocado en calidad y diseño.

A consecuencia del boom de construcción, se incrementó la demanda de rocas ornamentales como el mármol para acabados en las viviendas, razón por la cual se incrementó la importación de este material y la producción nacional comenzó a acelerar para poder cubrir la demanda, en el año 2013 encontramos una ligera caída en el movimiento de este material, pero el sector se vuelve favorable en los siguientes 2 años, arrojando indicadores positivos para los próximos años, considerando una política de estado estable.

La principal forma en la que se utiliza el mármol, es en el sector de construcción y acabados como pisos, mesas, barras de minibar, lavaderos, etc. Ya sea para universidades y/o locales comerciales así como también para casas (baños, cocinas, laboratorios, aulas, etc). Sin dejar de lado la demanda constante de lápidas y acabados para cementerios. Otra forma de valor agregado, es utilizar los recortes pequeños en artículos de regalo y decoración elaborados en mármol con diseños autóctonos de la región Lambayeque, tales como llaveros, estatuas, dijes tallados y pulidos a mano por escultores lambayecanos con grandes talentos.



PERÚ EXPORTADOR

7

ANEXO 03: Fichas técnicas de mármol y travertino

Mármol	Variedad
<p><i>Mármol Blanco</i></p> 	<i>Alaska</i>
	<i>Arabescato</i>
	<i>Calacatta</i>
	<i>Calacatta Vagli</i>
	<i>Carrara C</i>
	<i>Carrara Clásico</i>
	<i>Nieve</i>
	<i>Statuarietto</i>
	<i>Volakas</i>
	<i>Kalliston White</i>

Mármol	Variedad
<p><i>Mármol Crema</i></p> 	<i>Galala</i>
	<i>Marfil</i>

Mármol	Variedad
<p><i>Mármol Gris</i></p> 	<i>Emperador</i>

Mármol	Variedad
Mármol Marrón 	Emperador
	Saint Laurent

Mármol	Variedad
Mármol Negro 	Marquina

Documento Emitido Por: Pierinelli SAC.

TRAVERTINO FICHA TÉCNICA

DESCRIPCIÓN
País de Origen: Perú.
Composición: Calcita y yeso.
Color: Crema y marrón.
Presentación: Planchas.
Espesor: 2 cm.
Resistencia al tráfico: Media.
Tonalidad de la plancha: Heterogénea.
Grado de absorción: Media.
Brillo: Normal

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Disponibilidad de origen: Buena.

Resistencia a la Compresión: 1153 Kg/cm².

Resistencia a la Flexión: 148 Kg/cm².

Coefficiente de Dilatación Térmica Lineal: 0,0060 mm/m°C.

Coefficiente de Absorción: 0,75%.

Resistencia al Impacto: 30 cm.

Densidad: 2437 Kg/cm³

Anexo 04: Proyecto de ley

Proyecto de Ley Nº 3832 / 2014-CR



PROYECTO DE LEY

**PROYECTO DE LEY QUE DECLARA
DE INTERÉS NACIONAL LA
PROMOCION DE LA MINERÍA NO
METALICA Y ESTABLECE UN
RÉGIMEN LEGAL ESPECIAL.**

Los Congresistas de la República que suscriben, a propuesta del Congresista **EULOGIO AMADO ROMERO RODRÍGUEZ**, en uso de su facultad de iniciativa legislativa que les confiere el artículo 107º de la Constitución Política y los artículos 22º inciso c), 37 inciso b), 75º y 76º del Reglamento del Congreso de la República; proponen el Proyecto de Ley siguiente:

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

Por cuanto:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Ha dado la Ley siguiente:

**LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA PROMOCION DE LA
MINERÍA NO METALICA Y ESTABLECE UN RÉGIMEN LEGAL ESPECIAL.**

Artículo 1º.- Objeto

La presente Ley tiene por objeto declarar de interés nacional la promoción de la minería no metálica, a fin de garantizar su desarrollo y crecimiento, estableciéndose un régimen legal especial para regular y promover, de acuerdo a

las características propias de ésta actividad y en base a sus necesidades y problemática, fomentando su formalización y desarrollo.

Artículo 2°.- Definición y alcance

La minería no metálica es la actividad minera realizada dentro del territorio nacional que comprende las labores de cateo, prospección, comercialización, extracción, transporte y beneficio de sustancias no metálicas, así como de materiales de construcción, del suelo y subsuelo.

La presente Ley se aplicará a todas las personas naturales y/o jurídicas que ejerzan la minería no metálica, autorizándose a la Dirección General de Minería del Ministerio de Energía y Minas la expedición de la calificación de "Productor Minero No Metálico".

La calificación de Productor Minero No Metálico se inicia a solicitud del interesado mediante la presentación de una Declaración Jurada Bienal, que será renovable.

Artículo 3°.- Del productor minero no metálico

Son productores mineros no metálicos las personas naturales y/o jurídicas acreditadas como tales por la Dirección General de Minería que realizan las labores de cateo, prospección, recuperación, comercialización, extracción, transporte y beneficio de sustancias no metálicas, así como de materiales de construcción, del suelo y subsuelo dentro del territorio nacional.

Artículo 4°.- Terrenos superficiales

Para el desarrollo de sus actividades mineras, el productor minero no metálico deberá acreditar que cuenta con la autorización del propietario de los terrenos en los cuales se encuentren sus concesiones mineras.

En caso no haya llegado a un acuerdo con el dueño de los terrenos superficiales, el productor minero no metálico podrá solicitar el inicio del procedimiento de servidumbre de acuerdo a lo dispuesto en la Primera Disposición Complementaria de la presente Ley.

Artículo 5°.- Fiscalizaciones e inspecciones

Son los gobiernos regionales, a través de sus Direcciones Regionales de Energía y Minas, o los que hagan sus veces, los que tienen competencia para llevar a cabo las fiscalizaciones e inspecciones en materia minera no metálica.

Los procedimientos administrativos sancionadores se llevarán a cabo en la Dirección Regional de Energía y Minas de la localidad que corresponda a la zona sobre la cual versa la materia del procedimiento, en caso se trate de aspectos relacionados a cualquier denuncia, petitorio o concesión minera del productor minero no metálico. Para cualquier otro caso, la determinación de la competencia se realizará conforme lo dispuesto en la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

Los recursos de apelación presentados contra las resoluciones emitidas por las Direcciones Regionales de Energía y Minas, serán elevados al Consejo de Minería.

Artículo 6°.- Políticas excepcional de privilegio de la prevención y corrección de las conductas infractoras en la Pequeña Minería y Minería Artesanal.

En el marco del enfoque preventivo de la política ambiental regulado en la Ley N° 30230, se establece un plazo de cinco (5) años contados a partir de la vigencia de la presente Ley, durante el cual los gobiernos regionales privilegiarán las acciones orientadas a la prevención y corrección de la conducta infractora en materia ambiental del Productor Minero No Metálico.

Durante dicho período, las direcciones regionales competentes o la que hagan sus veces, tramitarán procedimientos sancionadores excepcionales. Si la autoridad administrativa declara la existencia de infracción, ordenará la realización de medidas correctivas destinadas a revertir la conducta infractora y suspenderá el procedimiento sancionador excepcional. Verificado el cumplimiento de la medida correctiva ordenada, el procedimiento sancionador excepcional concluirá. De lo contrario, el referido procedimiento se reanudará, quedando habilitada la dirección regional a imponer la sanción respectiva.

Mientras dure el período de cinco (5) años, las sanciones a imponerse por las infracciones no podrán ser superiores al 50% de la multa que correspondería aplicar, de acuerdo a la metodología de determinación de sanciones, considerando los atenuantes y/o agravantes.

Artículo 7°.- Derechos Mineros

Los productores mineros no metálicos debidamente certificados de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 3° de la presente Ley, pueden mantener vigentes el número de denuncias, petitorios y concesiones mineras que resulten necesarios para la realización de sus actividades, siempre que en todos ellos la materia de explotación sea mineral no metálico.

Si entre los denuncias, petitorios y concesiones mineras que mantenga vigentes un productor minero no metálico existiese uno de sustancia metálica, se perderá automáticamente la condición de tal, pasando al régimen general, sin perjuicio de solicitar una recalificación como pequeño productor minero o productor minero artesanal, de ser el caso.

Artículo 8°.- Capacidad Instalada

Los productores mineros no metálicos debidamente certificados de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 3° de la presente Ley, pueden tener una capacidad instalada de producción y/o beneficio hasta un máximo de 2,500 TM/día (dos mil quinientos toneladas métricas por día).

Artículo 09°.- Derecho de Vigencia

Respecto del pago del Derecho de Vigencia, se aplicará lo dispuesto para los pequeños productores mineros en el artículo 39° del Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería.

Artículo 10°.- Penalidad

Respecto del pago de la penalidad para el caso de que no se cumpliera con lo dispuesto en el artículo 38° del Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería, será de aplicación lo dispuesto para los pequeños productores mineros en el artículo 40° del Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería.

Artículo 11°.- Instrumentos de Impacto Ambiental y Plan de Cierre de Minas

La presentación de cualquier instrumento de impacto ambiental o plan de cierre de minas por parte del productor minero no metálico, será ante la Dirección Regional de Energía y Minas de la localidad a la que corresponda el área de impacto de la

actividad y en las formas dispuestas para los pequeños productores mineros y productores mineros no metálicos, conforme al Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ÚNICA.- Para acceder a los beneficios de la presente Ley, se deberá tramitar ante la Dirección General de Minería una "Constancia de Productor Minero No Metálico", debiendo el solicitante declarar la totalidad de sus denuncias, petitorios y concesiones mineras, así como su capacidad de producción instalada de ser el caso.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

PRIMERA.- El procedimiento de servidumbre establecido en el segundo párrafo del artículo 5° de la presente Ley, se sujetará al siguiente trámite:

1. La solicitud de establecimiento de servidumbre se presentará ante la Dirección Regional de Energía y Minas de la zona sobre la cual se realizarán las actividades mineras, indicando la ubicación del inmueble, su propietario, extensión, el fin y el plazo por el cual la solicita y el valor que en concepto del solicitante tuviere dicho inmueble y, en su caso, la apreciación del desmedro que sufrirá el presunto bien a afectar. Acompañará una Memoria Descriptiva con el detalle de las obras a ejecutarse.

El Director Regional de Energía y Minas citará a las partes a comparendo dentro del quinto día de notificadas, bajo apercibimiento de continuar con el trámite en caso de incomparencia del propietario. En dicho acto, el propietario del inmueble deberá acreditar su derecho. Si las partes llegaran a un acuerdo, el Director Regional de Energía y Minas ordenará se otorgue la escritura pública en que conste dicho acuerdo.

En caso de desacuerdo o de hacerse efectivo el apercibimiento, el Director Regional de Energía y Minas designará un perito adscrito al Ministerio de Agricultura o Dirección Regional de Agricultura para determinar la valorización del área materia de servidumbre y, en su caso, la compensación o el justiprecio, para lo cual el Director Regional ordenará la realización de la inspección ocular con citación de las partes interesadas y del perito.

La inspección ocular se practicará dentro del plazo de diez días calendarios de la fecha de comparendo, a fin de comprobar la necesidad del derecho solicitado.

Realizada la inspección, el perito deberá emitir su informe de valorización dentro del plazo de diez días calendarios, para cuya elaboración deberá tener en consideración los "Valores Oficiales de Terrenos Rústicos" expedidos por la Dirección Nacional de Urbanismo del Ministerio de Vivienda o del ente estatal encargado de la valorización de los predios rústicos, debiendo entregarlo a la Dirección Regional de Energía y Minas.

2. La pericia deberá pronunciarse sobre la valorización de la servidumbre y, en su caso, el monto de la compensación o el justiprecio y la indemnización por los daños y perjuicios correspondientes. El Director Regional de Energía y Minas expedirá resolución dentro del plazo máximo de diez días calendarios de recibida la pericia. En caso de declarar fundada la solicitud, la resolución fijará la compensación o el justiprecio, así como la indemnización por daños y perjuicios a que hubiere lugar.

El concesionario solicitante consignará ante el Banco de la Nación a la orden de la Director Regional de Energía y Minas el importe del pago a que está obligado en el plazo máximo de siete días calendarios, bajo pena de declararse abandonada la solicitud.

Una vez efectuada la consignación, la Director Regional de Energía y Minas procederá a preparar la minuta correspondiente dentro de los cinco días calendarios siguientes y ordenará al propietario del inmueble la suscripción de la minuta y de la escritura pública, dentro de los cinco días calendarios siguientes de notificadas las partes, bajo apercibimiento de firmarlos en rebeldía al vencimiento del plazo establecido. El valor consignado será entregado después de firmada la escritura pública al propietario del inmueble en el momento que este lo requiera.

3. En caso de no ser conocido el dueño del terreno materia de la solicitud, la citación a comparendo se hará por tres veces en el Diario Oficial "El Peruano", y en un periódico de la localidad o del lugar más próximo en donde se ubique el bien, mediando tres días entre las publicaciones y, además, mediante un cartel que se fijará en el predio.

El comparendo se llevará a cabo después de vencido el plazo de quince días contados a partir del día siguiente de la última publicación, con o sin concurrencia

del propietario, debiendo continuar el trámite en su caso, de acuerdo a lo dispuesto en los artículos anteriores.

Lo dispuesto en los párrafos precedentes se aplicará para el caso de que en comparendo el presunto propietario no acredite su derecho sobre el inmueble.

4. Durante la tramitación del expediente no se admitirá recurso alguno que lo entorpezca, salvo el de revisión contra la resolución que otorgue la servidumbre.

La resolución que pone fin a la vía administrativa podrá contradecirse judicialmente, sólo para los efectos de la valorización.

En caso de que dos o más personas aleguen mejor título sobre el bien, se continuará el trámite con intervención de todos ellos hasta la expedición de la resolución, en la cual se dejará a salvo su derecho para que lo hagan valer ante el Poder Judicial, sobre el precio, el que quedará consignado en el Banco de la Nación a las resultas del juicio.

Mientras no esté aprobada la servidumbre no se podrán iniciar las obras para las que fue solicitada.

5. No obstante las previsiones de los artículos anteriores, el peticionario y el propietario del bien afectado, podrán llegar a un acuerdo directo en cualquier etapa del procedimiento, en cuyo caso la autoridad que ejerza jurisdicción ordenará se extienda la escritura pública que formalice dicho acuerdo, la que deberá otorgarse en un plazo máximo de quince días, bajo apercibimiento de seguirse el procedimiento según el estado en que se encuentre.

SEGUNDA.- No procederá el otorgamiento de la servidumbre establecida en el segundo párrafo del artículo 5° de la presente Ley en caso el inmueble por el cual se solicita la servidumbre esté dentro de zonas de reserva o parque nacional, zonas de amortiguamiento, zonas intangibles o zonas arqueológicas.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA.- Sustitúyase el numeral III del Título Preliminar de la Ley por el siguiente texto:

"III. El Estado protege y promueve la pequeña minería, la minería artesanal y la minería no metálica, así como la mediana minería, y promueve la gran minería."

SEGUNDA.- Incorpórese el artículo 93.1° en la Ley en la forma siguiente:

"Artículo 93.1°.- Las Direcciones Regionales de Energía y Minas, o los que hagan sus veces, serán las únicas competentes en materia de fiscalizaciones e inspecciones para los productores mineros no metálicos de acuerdo a lo dispuesto en la presente Ley".

TERCERA.- Modifíquese el artículo 11° del Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería, en la siguiente forma:

La unidad básica de medida superficial de la concesión minera es una figura geométrica, delimitada por coordenadas UTM, con una extensión de 100 hectáreas, según el Sistema de Cuadrículas que oficializará el Ministerio de Energía y Minas.

Las concesiones se otorgarán en extensiones de 100 a 1,000 hectáreas, en cuadrículas o conjunto de cuadrículas colindantes al menos por un lado, salvo en el dominio marítimo, donde podrán otorgarse en cuadrículas de 100 a 10,000 hectáreas.

El área de la concesión minera podrá ser fraccionada a cuadrículas no menores de 100 hectáreas. Para el efecto, será suficiente la solicitud que presente el titular de la concesión.

"Tratándose de los Productores Mineros No Metálicos, las concesiones se podrán otorgar en extensiones no menores de 10 a 1000 hectáreas, a solicitud del interesado".

CUARTA.- Modifíquese la denominación del Título Décimo del Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería, en la forma siguiente:

"TÍTULO DÉCIMO: PEQUEÑOS PRODUCTORES MINEROS, PRODUCTORES MINEROS ARTESANALES Y PRODUCTORES MINEROS NO METÁLICOS"

QUINTA.- Modifíquese el Artículo 91° del Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería, en la forma siguiente:

*Artículo 91.- Son pequeños productores mineros los que:

1. En forma personal o como conjunto de personas naturales, o personas jurídicas conformadas por personas naturales o cooperativas mineras o centrales de cooperativas mineras se dedican habitualmente a la explotación y/o beneficio directo de minerales metálicos; y
2. Posean, por cualquier título, hasta dos mil (2,000) hectáreas, entre denuncias, petitorios y concesiones mineras; y, además.
3. Posean, por cualquier título, una capacidad instalada de producción y/o beneficio no mayor de trescientas cincuenta (350) toneladas métricas por día.

En el caso de los yacimientos metálicos tipo placer, el límite máximo de la capacidad instalada de producción y/o beneficio, será de tres mil (3,000) metros cúbicos por día.

Son productores mineros artesanales los que:

1. En forma personal o como conjunto de personas naturales o personas jurídicas conformadas por personas naturales, o cooperativas mineras o centrales de cooperativas mineras se dedican habitualmente y como medio de sustento, a la explotación y/o beneficio directo de minerales, realizando sus actividades con métodos manuales y/o equipos básicos; y
2. Posean, por cualquier título, hasta un mil (1,000) hectáreas, entre denuncias, petitorios y concesiones mineras; o hayan suscrito acuerdos o contratos con los titulares mineros según lo establezca el reglamento de la presente ley; y, además;
3. Posean, por cualquier título, una capacidad instalada de producción y/o beneficio no mayor de veinticinco (25) toneladas métricas por día.

En el caso de los yacimientos metálicos tipo placer, el límite máximo de capacidad instalada de producción y/o beneficio será de doscientos (200) metros cúbicos por día.

*Son productores mineros no metálicos los que:

1. En forma personal o como conjunto de personas naturales, o personas jurídicas conformadas por personas naturales, realizan labores de cateo, prospección, recuperación, comercialización, extracción, transporte y beneficio de minerales no metálicos, así como de materiales de construcción, del suelo y subsuelo dentro del territorio nacional, constando expresamente ello en su objeto social inscrito en los Registros Públicos correspondientes.

2. Posean vigentes los denuncios, petitorios y concesiones mineras de sustancia no metálica que resulten necesarios para la realización de sus actividades; y, además,

3. Posean la capacidad instalada de producción y/o beneficio que resulte necesaria para la realización de sus actividades.

La condición de pequeño productor minero, productor minero artesanal o productor minero no metálico se acreditará ante la Dirección General de Minería mediante declaración jurada bienal."

SEXTA.- Incorpórese la Novena Disposición Final en el Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería Ley en la forma siguiente:

"En materia de productores mineros no metálicos, estese a lo dispuesto en la Ley de Promoción de la Minería No Metálica".

SEPTIMA.- Derogatoria

Derogase todas las normas que se opongan a la presente Ley.

Lima, setiembre de 2014.



Z. Z.
EULOGIO AMADO ROMERO RODRIGUEZ
CONGRESISTA DE LA REPUBLICA

Esther Shavedroneta
ESTHER SHAVEDRONETA

JUAN PARI
JUAN PARI

RAMIRO AFANADOR
RAMIRO AFANADOR

JUSTINO RAMIRO AFANADOR
JUSTINO RAMIRO AFANADOR
Congresista de la República

Ri-KC
RIMARACHIN

JUAN PARI CHOQUECOTA
JUAN PARI CHOQUECOTA
Directivo Portavoz
Grupo Parlamentario Dignidad y Democracia

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, 19 de octubre del 2014

Según la consulta realizada, de conformidad con el Artículo 77º del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición N° 3832 para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de

Asesoría y Asesoría


JAVIER ÁNGELES ILLMANN
Oficial Mayor(e)
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, 15 de 12 de 2015

Visto el oficio Nro. 960-2015-NCJ/CR, suscrito por la señora Congresista NATALIE CONDORI JAHUIRA; téngase por retirada su firma de la Proposición Nro. 3832/2014-CR.


HUGO FERNANDO ROVIRA ZAGAL
Oficial Mayor(e)
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El artículo 66° de la Constitución Política consagra que: "Los recursos naturales, renovables y no renovables, son patrimonio de la Nación. El Estado es soberano en su aprovechamiento. Por ley orgánica se fijan las condiciones de su utilización y de su otorgamiento a particulares. La concesión otorga a su titular un derecho real, sujeto a dicha norma legal".

El artículo III del Título Preliminar del Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería señala que: "El Estado protege y promueve la pequeña minería y la minería artesanal, así como la mediana minería, y promueve la gran minería."

En ese sentido, según lo establecido en los dos párrafos anteriores, el Estado concede determinados derechos para explotar los recursos naturales mediante el otorgamiento de las concesiones, lo cual constituye un título que habilita a una persona un derecho exclusivo y excluyente sobre una determinada área geográfica para desarrollar, en este caso, la industria minera metálica o no metálica.

Nuestra riqueza geológica polimetálica y las políticas aplicadas por años han permitido que el Perú se encuentre ubicado entre los principales países productores de cobre, plata, oro, zinc, estaño y plomo a nivel latinoamericano, y a nivel mundial. Esta situación ha hecho, con periodos de bonanza económica, que el Estado se haya concentrado más en la regulación de la minería metálica, manteniendo en un plano secundario o accesorio a la minería no metálica. Esto lo demuestra nuestra legislación minera que tiene exigencias y requisitos legales iguales para las empresas mineras metálicas como para la actividad minera no metálica, sin tomar en cuenta las características disímiles que tienen estas actividades.

En efecto, existen características diferenciadoras dentro de las actividades mineras que explican la necesidad de una legislación especial para la minería no metálica, con criterios que justifiquen una norma de tipo promocional y de fomento que prevea atender las necesidades de un sector olvidado, y en grave riesgo de colapsar, como el de la minería no metálica.

Históricamente nuestra legislación minera ha regulado a la minería no metálica en el mismo cuerpo legal de la minería metálica, ocasionando diversas dificultades a ésta importante actividad que genera miles de puestos de trabajo. La minería no metálica, como lo venimos explicando, tiene características particulares y distintas a la minería metálica y sobre todo son reducidos los impactos ambientales y sociales que generan.

RAZONES PARA APROBAR LA PROPUESTA LEGISLATIVA ESPECIAL QUE REGULE LA ACTIVIDAD DE LA MINERÍA NO METÁLICA:

1. NATURALEZA DE LA ACTIVIDAD MINERA.

Como venimos mencionando, el Perú tiene una riqueza geológica envidiable, por lo que los minerales tanto metálicos como los no metálicos son abundantes y muy apreciables por sus características físicas y químicas, que requieren ser explorados y explotados, para lo cual el Estado debe otorgar políticas de fomento que promueva su aprovechamiento.

La minería no metálica, a diferencia de la minería metálica, está destinada principalmente para el desarrollo de otras actividades industriales, y abastece tanto al mercado local, al de los países de la región - en el caso de insumos industriales - y también a los mercados de otros continentes - en el caso del mármol -.La minería no metálica también son utilizados en la industria manufacturera lo que, además del valor agregado que se le brinda a los recursos no metálicos, constituye una importante fuente generadora de empleo.

Por ello, en razón a las diversas características y condiciones en que se pueda encontrar un mineral no metálico, sus usos pueden variar desde su aplicación a la industria farmacéutica, fabricación de pinturas, manufactura de cristales, etc., hasta, en el caso del mármol, en la industria de la construcción. Como se aprecia, la actividad minera no metálica constituye un importante impulso para el desarrollo de las actividades económicas del país, porque generan puestos de trabajo que contribuye al desarrollo socio económico del país..

Efectivamente, en su mayoría, las empresas mineras no metálicas son pequeñas empresas que abastecen al mercado local de insumos para la industria, las cuales son fundadas íntegramente con capitales peruanos y que por la naturaleza de su actividad dan trabajo a un gran número de personas y dinamizan distintos sectores de la industria nacional.

Debemos precisar que el empresario minero no metálico invierte para darle valor agregado a la materia prima antes de exportarlo al extranjero; lo que no sucede con el empresario minero metálico, quienes en su gran mayoría se limitan a exportar solo concentrados de mineral.

2. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES MINERAS.

Las labores mineras que requieren ser realizadas para extraer el mineral varían según éste sea metálico o no metálico. Generalmente la minería metálica lo realiza en grandes dimensiones como es el tajo abierto o subterráneo a gran escala.

La extracción del mineral no metálico involucra, en su totalidad, acciones físicas en pequeña escala tendientes únicamente a remover la tierra a fin de extraer el mineral apreciable. En esta labor no se utiliza ningún producto o elemento químico, de manera que no existe mayor contaminación que la generada por dicha remoción del terreno superficial. Ello genera única y exclusivamente un impacto físico o visual sobre el área donde se realiza la explotación minera no metálica. En conclusión, la actividad minera no metálica es inocua ambientalmente.

La actividad de la minería metálica es distinta, donde utilizan insumos químicos en su desarrollo, por lo que sus impactos ambientales son sentidos por el medio ambiente.

De lo expuesto, consideramos correcto la exigencia de obligaciones rigurosas y permanentes a la minería metálica, de manera que se proteja adecuadamente y se mitigue lo máximo los impactos en el medio ambiente. Sin embargo, como se ha explicado líneas arriba, la situación es distinta en el caso de extracción de minerales no metálicos, por lo que resulta inadecuado y desalentador para la inversión nacional, aplicar una misma norma a supuestos de hecho distintos.

3. ESTRUCTURA DE COSTOS.

La extracción de minerales, viene precedida en general de una inversión inicial considerable de dinero cuya tasa de retorno varía en función al tipo de mineral sobre el que recae la extracción. En el caso de la minería metálica, la extracción se realiza en un solo proyecto minero que comprende una o varias concesiones mineras, pues el mercado de los metales es mundial y prácticamente ilimitado, lo que le asegura una inversión estable con altos márgenes de ganancia, para lo cual realizan sus estudios de factibilidad que comprende las reservas probadas y probables, el monto de la inversión, método de extracción, costos, tasa de retorno, etc. No ocurre lo mismo en el caso de los minerales no metálicos, pues pese a que éstos son abundantes, se requiere de varias concesiones mineras para poder atender la demanda del mercado, que casi siempre es impredecible y de corta duración, lo que le resta estabilidad a la inversión minera no metálica. Ello hace que la minería no metálica sea una actividad riesgosa en cuanto a inversión pues el retorno de la misma es lento y reducido.

Esto es muy importante, pues tiene que ver directamente con el pago que por derecho de vigencia y penalidad deben realizar todo titular minero, que es un aspecto - dentro de tantos - que tiene mucha incidencia en la inversión realizada para la explotación minera. El Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería minera ha establecido el pago de un derecho anual, en función de las hectáreas, que debe realizar todo titular minero para mantener en vigencia su concesión minera, que precisamente es denominado "derecho de vigencia", que se hace a razón de tres dólares (US\$3.00) por hectárea. Un productor minero metálico que bien puede desarrollar sus labores en un área de cien hectáreas - solamente por

señalar el área mínima que tiene una cuadrícula sobre la que se puede petitionar una concesión minera -, debe pagar por derecho de vigencia trescientos dólares (US\$300.00) al año. Sin embargo un minero no metálico, como ya hemos señalado, debe mantener varias concesiones mineras para que su actividad pueda generar réditos, las mismas que no pueden solicitarse por menos de cien hectáreas a pesar de que en la explotación únicamente se utiliza un área que no supera las cinco hectáreas. Tomando como sencillo ejemplo a un productor minero no metálico que es titular de dos concesiones mineras de cien hectáreas cada una, tendría que pagar la suma de seiscientos dólares (US\$600.00) al año por derecho de vigencia. Esto pone en evidencia el injusto trato que se le da a la minería no metálica en el país.

El ejemplo anterior se ve multiplicado, en perjuicio de los productores mineros no metálicos, en tanto la explotación minera involucra - además del pago del derecho de vigencia - la realización de trámites administrativos independientes por cada unidad para la obtención de permisos y licencias que permitan el inicio de la explotación, lo que aumenta el costo inicial de inversión.

Precisamente por ello se plantea también que la legislación minera establezca una excepción y se permita que los productores mineros no metálicos puedan obtener concesiones no menores a diez hectáreas de terreno.

Asimismo, la explotación de minerales no metálicos muchas veces comprende etapas en las que el titular minero metálico no incurre debido precisamente a la diferencia entre estos recursos, siendo la principal de estas etapas el beneficio de los minerales. Como se ha afirmado anteriormente, los minerales metálicos tienen valor en sí mismos y no requieren de valor agregado, además de que cuentan con un mercado ilimitado y estable en el mundo. El mineral metálico se extrae de su estado natural y se exporta tal cual ha sido encontrado. Sin embargo, los minerales no metálicos, al no ser apreciados por sí mismos, sí requieren de un proceso de beneficio que les proporcione un mayor valor agregado, lo cual significa una gran inversión en la implementación de procesos productivos industriales que permitan aprovechar al máximo las propiedades físicas y químicas de los minerales extraídos. Pues bien, para el establecimiento y mantenimiento de una planta de beneficio de minerales no metálicos, también se requiere del cumplimiento de muchas obligaciones, lo que expone una nueva diferencia entre ambas clases de minería.

4. VALOR UNITARIO DE LOS MINERALES NO METÁLICOS.

Los minerales metálicos, generalmente dependen de los precios internacionales, conocidos como comodities. Los minerales no metálicos tienen un menor valor unitario que los metálicos, como consecuencia de la ya mencionada diferencia en la naturaleza de ambos tipos.

En efecto, mientras los minerales metálicos establecen sus precios en función de gramos, onzas o kilogramos, los minerales no metálicos establecen sus precios en función a toneladas o metros cúbicos. De manera que si un productor minero no metálico busca obtener un ingreso que le permita cubrir sus costos de extracción y principalmente de beneficio, y siempre que el mercado se lo permita, debe extraer grandes volúmenes de mineral y de diversas concesiones mineras, pues así lo exige el mercado. Ello no ocurre en el caso de la minería metálica debido el elevadísimo valor que tienen los metales en el mercado mundial.

Es así que, por ejemplo, una tonelada de escalla de mármol travertino puede costar entre S/. 20.00 a S/. 30.00, una tonelada de oro¹ puede llegar a costar US\$ 50'000,000.00. La diferencia de precios significa también una diferencia de ingresos y utilidades que debe ser tomada en cuenta para la implementación de una norma especial.

De igual manera viene a ser diferente los costos de producción en cada estrato minero, sin embargo tiene una regulación en el mismo cuerpo legal.

5. NÚMERO DE CONCESIONES MINERAS NECESARIAS.

La actividad minera no metálica requiere mantener un gran número de concesiones mineras para poder provisionar la extracción de mineral a futuro con miras a ser rentable en el mercado.

Un productor minero metálico puede mantenerse y ser rentable a través de la explotación de una sola veta de mineral manteniendo una sola concesión minera; dicha situación es imposible para un minero no metálico, para lo cual debe conservar un gran número de concesiones vigentes, incurriendo proporcionalmente en mayores costos que un productor minero metálico. La razón de la multiplicidad de concesiones mineras obedece a la inestabilidad del mercado y a que exige diversificación de insumos para las demás industrias.

Por ello se plantea que se regule una excepción y se permita a los mineros no metálicos a obtener o fraccionar sus concesiones en extensiones no menores a 10 hectáreas, precisamente la naturaleza de esta actividad se desarrolla en áreas reducidas y en diferentes concesiones.

Es por todo lo anterior que consideramos que existen razones suficientes que justifican la expedición de una norma especial para los mineros no metálicos, a fin de promocionar la actividad en provecho de la empresa nacional.

EFFECTO DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

¹ El oro a razón de US\$ 1,600.00 por onza.

El proyecto de ley no colisiona con la Constitución Política del Perú, ni legislación nacional; lo que aspira es declarar de interés nacional a la actividad de la minería no metálica y establecer un régimen legal especial que permita su promoción y desarrollo. Regula diversos procedimientos administrativos, como la extensión de terreno para su concesión, procedimientos y competencias para la evaluación de los estudios ambientales, de servidumbre minera y supervisión y fiscalización, etc.

Su vigencia va regular una importante actividad económica, fomentando su desarrollo y regulando los aspectos especiales que tiene esta industria, por lo que se introduce modificaciones al Texto Único Ordenado de la Ley General de Minería, pero no altera la normativa referente a la gran minería, media minería, pequeña y minería artesanal.

ANÁLISIS DE COSTO/BENEFICIO

La presente iniciativa legislativa va significar un beneficio para miles de productores mineros no metálicos, quienes desde hace años vienen sufriendo en carne propia que no existe un marco legal específico y especial que regule y fomente sus actividades para que puedan desarrollarse competitivamente.

El costo, que implica la vigencia del proyecto de ley, se reduce al tema administrativo que va obligar a los gobiernos regionales a asumir algunas competencias y regularlas.

Lima, setiembre de 2014.

00021912



NATALIE CONDORI JAHUIRA

Comité de las Mujeres en el Congreso
"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"

Lima, 25 de noviembre de 2015.

OFICIO N° 960 -2015-NCJ/CR

P 124300

Señor
Luis Iberico Núñez
Presidente del Congreso de la República
Lima



Asunto: Retiro de firma

De mi mayor consideración:

Mediante el presente comunico a usted que haciendo uso de mis derechos constitucionales y el ejercicio de mi ciudadanía, ETIRO MI FIRMA del Proyecto de Ley N° 3832/2014-CR, "Proyecto de ley que declara de interés nacional la promoción de la minería no metálica y establece un régimen legal especial".

Para efectos del trámite de la presente preciso que el citado proyecto se encuentra en la Comisión de Energía y Minas.

Agradeciendo por anticipado la atención al presente, hago propicia la oportunidad para reiterarle mi especial consideración y estima personal

Sin otro particular.

Atentamente.

NATALIE CONDORI JAHUIRA
Congresista de la República del Perú



NCJ/jvch

www.congreso.gob.pe

Jr. Azángaro 468 oficina 608 Lima, Perú
Teléfono: 311-7438

PRESIDENCIA DEL CONGRESO DE LA REPUBLICA					
Asesoría <input type="checkbox"/>		Secretaría <input type="checkbox"/>			
Trámite: Regular <input type="checkbox"/>		Urgente <input checked="" type="checkbox"/>			
Fase n: Oficina Mayor <input checked="" type="checkbox"/> Comisiones <input type="checkbox"/> DGA <input type="checkbox"/>		Despacho Parlamentario <input type="checkbox"/> Protocolo <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>			
Acciones: Conocimiento y Fines <input checked="" type="checkbox"/> Elaborar afiche <input type="checkbox"/> Preparar respuesta <input type="checkbox"/>		Aprobado <input type="checkbox"/> Archivo <input type="checkbox"/> Inclusión <input type="checkbox"/>		Coordinación <input type="checkbox"/> Opción <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones:					

P-2911/15
VICTOR COLINA VEGA
 Jefe de Gabinete de Asesores
 PRESIDENCIA DEL CONGRESO DE LA REPUBLICA

DEPARTAMENTO DE RELATORIA, AGENDA Y ACTAS		URGENTE <input type="checkbox"/>	IMPORTANTE <input type="checkbox"/>
Área de Despacho Parlamentario	<input type="checkbox"/>	Atender <input checked="" type="checkbox"/>	Agregar a los Antecedentes <input type="checkbox"/>
Área de Redacción de Actas	<input type="checkbox"/>	Tramitar <input checked="" type="checkbox"/>	Lista de Portavoces <input type="checkbox"/>
Área de Relatoría y Agenda	<input type="checkbox"/>	Conocimiento y Fines <input type="checkbox"/>	Consejo Directivo <input type="checkbox"/>
Área de Trámite Documentario	<input checked="" type="checkbox"/>	Elaborar Informe <input type="checkbox"/>	Comisión Permanente <input type="checkbox"/>
		Continuidad VP <input type="checkbox"/>	Licencia <input type="checkbox"/>
		Otros <input type="checkbox"/>	

PROVEIDO: *P-214/R* FECHA: *12.11.2015*
 PASE: *Procedimiento Especial Arbitral*
 PARA: *Conocimiento y fines pertinentes*

[Signature]
HUGO FERNANDO ROVIRA ZAGAL
 Oficial Mayor(e)
 CONGRESO DE LA REPUBLICA

[Signature]

CÉSAR DELGADO GUÉMBES
 jefe (a) del Departamento de Relatoría, Agenda y Actas
 CONGRESO DE LA REPUBLICA

CONGRESO DE LA REPUBLICA
AREA DE TRAMITE DOCUMENTARIO
04 DIC 2015
RECIBIDO
 Firma: *[Signature]* Hora: *10:30 a.m.*

P-124300

CATEGORIAS DE TRAMITACIONES		URGENTE	IMPORTANTE
<input type="checkbox"/> Oficiosa	<input type="checkbox"/> Subordinada	<input type="checkbox"/> Expedir a su expediente	<input type="checkbox"/> Expedir
<input type="checkbox"/> Comisiones	<input type="checkbox"/> Redacción de Informe	<input type="checkbox"/> A esta instancia	<input type="checkbox"/> A esta instancia
<input type="checkbox"/> DCEP	<input type="checkbox"/> Oficina Mayor	<input type="checkbox"/> Continuidad VP	<input type="checkbox"/> Continuidad VP
<input type="checkbox"/> Convocatorias	<input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Consejo Directivo	<input type="checkbox"/> Consejo Directivo
<input type="checkbox"/> Despacho Foral	<input type="checkbox"/> Agenda	<input type="checkbox"/> Conocimiento y Fines	<input type="checkbox"/> Conocimiento y Fines
<input type="checkbox"/> Boletín de las Debates	<input type="checkbox"/> Secretaría de Organización	<input type="checkbox"/> Continuidad de sesiones	<input type="checkbox"/> Continuidad de sesiones
<input type="checkbox"/> BOP	<input type="checkbox"/> Fines y Reglamentación	<input type="checkbox"/> Redacción de Actas	<input type="checkbox"/> Redacción de Actas
<input type="checkbox"/> BSA	<input type="checkbox"/> Fines y Reglamentación	<input type="checkbox"/> Juntas de Portavoces	<input type="checkbox"/> Juntas de Portavoces
<input type="checkbox"/> Entero Sub. Reg.	<input type="checkbox"/> Fines y Reglamentación	<input type="checkbox"/> Publicar en el Parlamento	<input type="checkbox"/> Publicar en el Parlamento
	<input type="checkbox"/> Variaciones	<input type="checkbox"/> Expedir Correspondiente	<input type="checkbox"/> Expedir Correspondiente

ACUERDO 889-2010-20050-CONTCO-TC-GR

CONGRESO DE LA REPUBLICA
 Lima *15* de *12* de *2015*
ATIENDASE

[Signature]
JAVIER ANGELES ILLMANN
 Director General Parlamentario (a)
 CONGRESO DE LA REPUBLICA

[Signature]
HUGO FERNANDO ROVIRA ZAGAL
 Oficial Mayor(e)
 CONGRESO DE LA REPUBLICA

REVISADO POR: *[Signature]*
 FECHA: *12/11/15*
 HORA: *14:35*

ANEXO 05: Cuadro de temas para capacitaciones.

N°	TEMA	DESCRIPCIÓN
1	Gestión ambiental aplicado a la minería no metálica	Brindar al sector de minería no metálica del país, a las autoridades ambientales y a la sociedad civil en general una herramienta de gestión, con las acciones y medidas 8 necesarias para promover un desempeño ambiental sostenible en el desarrollo de los proyectos.
2	Manejo de los procesos de elaboración de productos en mármol	Es necesario conocer los procesos a los cuales son sometidos el material desde que es extraído de canteras hasta su elaboración final.
3	Módulos de seguridad y salud ocupacional de minera no metálica	La salud ocupacional es importante, tener en consideración las medidas mínimas y los estándares necesarios para brindar seguridad los obreros.
4	Gestión para la comercialización internacional de mármol	Aumentar la productividad de tu empresa conociendo las herramientas de mercado necesarias que permitan identificar la mejor oportunidad comercial.
5	Logística para proyectos de minería no metálica	El manejo de abastecimiento de insumos dentro de la cadena logística es importante, conocer los insumos necesarios de acuerdo con las características del material.

ANEXO 06: Acabados de mármol – cocina

Figura 22

Cocina en acabado de mármol y granito



Fuente: CMG Acabados

ANEXO 07: Acabados de mármol – baño

Figura 23

Baño en acabados de mármol y granito



Fuente: CMG Acabados

ANEXO 08: Plancha de mármol

Figura 24

Plancha y fachada de mármol



Fuente: Gallos marmolería (portal web).

ANEXO 09: Ficha técnica mármol blanco nieve

■ MÁRMOL BLANCO NIEVE

Ficha Técnica



DESDE 1965

El Mármol Blanco Nieve es una piedra natural translúcida de gran versatilidad y belleza. Es una piedra delicada que debe ser trabajada por especialistas en piedra natural.

DESCRIPCIÓN

País de Origen: China.
Composición: Caliza y cuarzo.
Color: Blanco con vetas grises y verdosas.
Presentación: Planchas.

Espesor: 2 cm.
Resistencia al tráfico: Baja.
Tonalidad de la plancha: Grám. homogénea según el lote.
Grado de absorción: Medio.
Brillo: Alto.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Disponibilidad en origen: Media.
Resistencia a la Compresión: 1563 Kg/cm².
Resistencia a la Flexión: 181 Kg/cm².
Coefficiente de Dilatación Térmica Lineal: 0,0045 mm/m°C.
Coefficiente de Absorción: 0,23%.
Resistencia al Impacto: 48 cm².
Densidad: 2,667 Kg/m³.

Esta información es referencial. Ha sido proporcionada por el proveedor y/o obtenida de Internet no aplica a cada pieza del producto por ser este natural y de estructura variable. Nuestra empresa no realiza pruebas a las piedras naturales que comercializa.

TOLERANCIAS

Color: Puede presentar concentraciones de color o algunos resanes de color diferentes. Los granos y vetas de otros tonos y tamaños afectan la apariencia del producto.
Debido al alto porcentaje de componentes naturales, es común que exista una variación de tonalidad entre planchas o incluso dentro de la misma.
Espesor: 20 mm, con una tolerancia de +/- 1 mm.
Pandeo: +/- 1 mm por cada metro de largo.
Tonalidad y Brillo: Las piedras naturales pueden variar su tonalidad y brillo dependiendo de su composición.

NOTAS SOBRE ESTE PRODUCTO

Durante el corte suelen desprenderse cristales quedando el canto recto expuesto sobre todo en la arista adyacente a la cara que no está pulida. La manipulación del producto debe de realizarse con mucho cuidado antes y durante la instalación del producto. Esta piedra cambia de color gradualmente ante la exposición de los rayos UV acentuando las vetas de color gris. Podría también cambiar de tonalidad y color luego de ser instalada. Se raya fácilmente por lo que se recomienda mantenerlo siempre limpio aplicando un tratamiento de cristalizado.

CUIDADOS Y MANTENIMIENTO

La limpieza del mármol y el granito es fundamental para la duración del producto. Se recomienda utilizar detergentes neutros diluidos en agua. No es recomendable utilizar materiales de limpieza que contengan acetona, limón, o vinagre porque con el tiempo podrían opacar o desgastar la superficie. No se debe dejar limón, vinagre, café, vino, coca cola o algún tipo de comida ácida (incluyendo aderezo de ensalada), jugo de naranja o piña sobre la superficie de la piedra porque podrían mancharla.

Mayor información sobre cuidados y mantenimiento en: www.pierimarmol.com

USOS

Es un material apto para viviendas, oficinas y locales comerciales por su belleza, durabilidad y elegancia. El Mármol Blanco Nieve es una piedra translúcida que puede usarse como enchape de barras o de muebles iluminados.

ACABADOS

Viene en acabado pulido (brillante).

GARANTÍA

Las piedras naturales no tienen garantía ya que no son productos industriales fabricados con compuestos estándares (como el cerámico, porcelanato, cuarzo aglomerado, vidrio, etc.), sino que son extraídas de la naturaleza, seccionadas, texturadas y dimensionadas.

NOTAS GENERALES PARA PIEDRAS NATURALES

- Las muestras y fotografías de las piedras naturales son solo referenciales. Las piedras naturales presentan vetas y variaciones de tonalidad. Algunas podrían incluso presentar pequeñas burbujas de aire en su estructura, líneas o imperfecciones semi-abiertas que atrapan polvo o pequeños resanes en la superficie que cubran imperfecciones naturales.
- Es altamente probable que las uniones tengan una tonalidad diferente y que las vetas no coincidan.
- Los mármoles deben de ser almacenados bajo sombra para evitar sobre-exposición a los rayos UV pues a la larga podrían perder brillo y tomar una tonalidad diferente.
- Se recomienda que sea manipulado por personal calificado. Asimismo que se proteja adecuadamente durante los trabajos y antes de la entrega.
- Durante el corte podrían desprenderse fragmentos de la piedra ya que a veces estas tienen imperfecciones en su estructura que no son visibles. Este problema deberá ser corregido por el instalador que realice el trabajo.
- Deben instalarse sobre estructuras sólidas que no se deformen ya que estas producirán fisuras y roturas. Debe evitarse el contacto con elementos que dilaten (marcos de puertas, pisos de madera, muebles de madera o melamino, etc.) ya que estos ejercerán una presión constante que podría fisurar o romper la piedra.
- Recomendamos utilizar pegamentos flexibles que permitan la dilatación de las piedras naturales. Asimismo el uso de juntas de dilatación y contracción.
- Luego de instaladas, las piedras naturales podrían reaccionar ante la humedad, salitre, rayos ultra violeta, oxígeno y otros agentes externos produciéndose alteraciones de color o estructura que afecten su estética y consistencia.
- Debido a la absorción propia de las piedras naturales es recomendable que el cliente aplique periódicamente un sellador específico para piedras naturales para así retardar la absorción de líquidos y prevenir la aparición de manchas. La periodicidad y la cantidad de sellador a aplicar dependerá de la porosidad del producto adquirido, del uso que se le dé y de la calidad del sellador utilizado.
- La aplicación de selladores, ceras o líquidos podrían alterar el brillo y la tonalidad de la piedra. Se recomienda hacer pruebas antes de aplicar cualquier producto.

Documento emitido por: PIERINELLI SAC.

v.03-0815

www.pierimarmol.com

ANEXO 10: Ficha técnica – mármol striatto olimpo

■ **MÁRMOL STRIATTO OLIMPO***Ficha Técnica*





El mármol Striatto Olimpo simula el diseño de un hábil arquitecto o la creación minimalista de un pintor abstracto. Esta piedra natural es ideal para usarse como revestimiento de grandes paredes o en amplias pavimentaciones donde las vetas son el diseño característico.

DESCRIPCIÓN
País de Origen: Turquía.
Composición: Caliza y cuarzo.
Color: Blanco con vetas grises.
Presentación: Planchas.
Espesor: 2 cm.
Resistencia al tráfico: Media.
Tonalidad de la plancha: Homogénea.
Grado de absorción: Medio.
Brillo: Alto.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS
Disponibilidad: Media.
Resistencia a la Compresión: 904 Kg/cm².
Resistencia a la Flexión: 112 Kg/cm².
Coeficiente de Dilatación Térmica Lineal: 0,0027 mm/m°C.
Coeficiente de Absorción: 0,1%.
Resistencia al Impacto: 61 cm.
Densidad: 2663 Kg/m³.

Esta información es referencial. Ha sido proporcionada por el proveedor y/o obtenida de Internet no aplica a cada pieza del producto por ser este natural y de estructura variable. Nuestra empresa no realiza pruebas a las piedras naturales que comercializa.

TOLERANCIAS
Color: Puede presentar concentraciones de color o algunos resanes de color diferentes. Los granos y vetas de otros tonos y tamaños afectan la apariencia del producto. Debido al alto porcentaje de componentes naturales es común que exista una variación de tonalidad entre planchas o incluso dentro de la misma.
Espesor: 20 mm, con una tolerancia de +/- 1 mm.
Pandeo: +/- 1 mm por cada metro de largo.
Tonalidad y Brillo: Las piedras naturales pueden variar su tonalidad y brillo dependiendo de su composición.

NOTAS SOBRE ESTE PRODUCTO
El mármol Striatto Olimpo puede presentar un ligero cambio de tonalidad entre planchas e incluso dentro de la misma, esto debido al alto porcentaje de componentes naturales. Las vetas de esta piedra natural no son perfectas y pueden presentar "nudos" que alteran su apariencia. La continuidad de las vetas entre planchas distintas dependerá únicamente del criterio usado al momento de instalar el material, esto puede generar un alto porcentaje de mermas.

CUIDADOS Y MANTENIMIENTO
La limpieza del mármol y el granito es fundamental para la duración del producto. Se recomienda utilizar detergentes neutros diluidos en agua. No es recomendable utilizar materiales de limpieza que contengan acetona, limón, o vinagre porque con el tiempo podrían opacar o desgastar la superficie.
No se debe dejar limón, vinagre, o algún tipo de comida ácida (incluyendo aderezo de ensalada), jugo de naranja o piña sobre la superficie de la piedra porque podrían mancharla.

Mayor información sobre cuidados y mantenimiento en:
www.pierimarmol.com

USOS
Es un material apto para viviendas, oficinas y locales comerciales por su belleza, durabilidad y elegancia. El Mármol Striatto Olimpo puede ser aplicado como encimera de muebles, revestimiento de paredes, pisos, y más. Se utiliza en interiores y exteriores.

ACABADOS
Viene en acabado pulido (brillante).

GARANTÍA
Las piedras naturales no tienen garantía ya que no son productos industriales fabricados con compuestos estándares (como el cerámico, porcelanato, cuarzo aglomerado, vidrio, etc.), sino que son extraídas de la naturaleza, seccionadas, texturadas y dimensionadas.

NOTAS GENERALES PARA PIEDRAS NATURALES

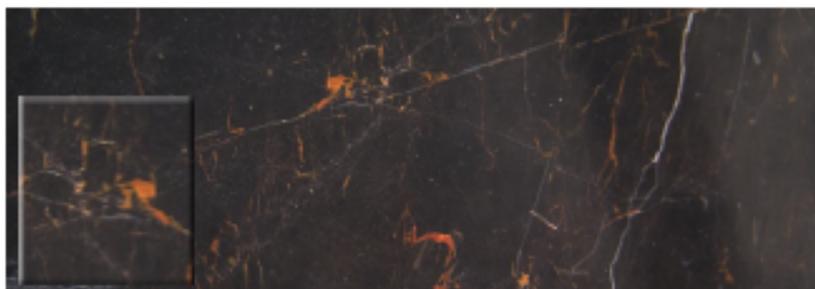
- Las muestras y fotografías de las piedras naturales son solo referenciales. Las piedras naturales presentan vetas y variaciones de tonalidad. Algunas podrían incluso presentar pequeñas burbujas de aire en su estructura, líneas o imperfecciones semi-abiertas que atrapen polvo o pequeños resanes en la superficie que cubran imperfecciones naturales.
- Es altamente probable que las uniones tengan una tonalidad diferente y que las vetas no coincidan por ser un producto natural.
- Los mármoles deben de ser almacenados bajo sombra para evitar sobre-exposición a los rayos UV pues a la larga podrían perder brillo y tomar una tonalidad verdosa.
- Se recomienda que sea manipulado por personal calificado. Asimismo que se proteja adecuadamente durante los trabajos y antes de la entrega.
- Durante el corte podrían desprenderse fragmentos de la piedra ya que a veces estas tienen imperfecciones en su estructura que no son visibles. Este problema deberá ser corregido por el instalador que realice el trabajo.
- Deben instalarse sobre estructuras sólidas que no se deformen ya que estas producirán fisuras y roturas. Debe evitarse el contacto con elementos que dilatan (marcos de puertas, pisos de madera, muebles de madera o melamine, etc.) ya que estos ejercerán una presión constante que podría fisurar o romper la piedra.
- Recomendamos utilizar pegamentos flexibles que permitan la dilatación de las piedras naturales. Asimismo el uso de juntas de dilatación y contracción.
- Luego de instaladas, las piedras naturales podrían reaccionar ante la humedad, salitre, rayos ultra violeta, oxígeno y otros agentes externos produciéndose alteraciones de color o estructura que afecten su estética y consistencia.
- Debido a la absorción propia de las piedras naturales es recomendable que el cliente aplique periódicamente un sellador específico para piedras naturales para así retardar la absorción de líquidos y prevenir la aparición de manchas. La periodicidad y la cantidad de sellador a aplicar dependerá de la porosidad del producto adquirido, del uso que se le dé y de la calidad del sellador utilizado.
- La aplicación de selladores, ceras o líquidos podrían alterar el brillo y la tonalidad de la piedra. Se recomienda hacer pruebas antes de aplicar cualquier producto.

Actualizado: v.02-0914www.pierimarmol.com

Anexo 11: Ficha técnica – mármol saint Laurent

MÁRMOL MARRÓN SAINT LAURENT

Ficha Técnica



El Mármol Marrón Saint Laurent es un mármol de color marrón, con grano fino y veteados irregular y cruzado. Presenta algunas áreas de caliza y además posee cúmulos de carbono orgánico, producto de los fósiles compactados en su interior.

DESCRIPCIÓN

País de Origen: China.
Composición: Caliza y cuarczo.
Color: Marrón de vetas blancas y naranjas.
Presentación: Planchas.
Espesor: 2 cm.
Resistencia al tráfico: Medio.
Tonalidad de la Plancha: Heterogéneo.
Grado de absorción: Bajo.
Brillo: Normal.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Disponibilidad de origen: Baja.
Resistencia a la Compresión: 988 Kg/cm².
Resistencia a la Flexión: 122 Kg/cm.
Coefficiente de Dilatación Térmica Lineal: 0,0041 mm/m/°C.
Coefficiente de Absorción: 0,13%.
Resistencia al Impacto: 27 cm.
Densidad: 2702 Kg/cm³.

Esta información es referencial. Ha sido proporcionada por el proveedor y/o obtenida de Internet no aplica a cada pieza del producto por ser este natural y de estructura variable. Nuestra empresa no realiza pruebas a las piedras naturales que comercializa.

TOLERANCIAS

Color: Puede presentar concentraciones de color o algunos resanes de color diferentes. Los granos y vetas de otros tonos y tamaños afectan la apariencia del producto.
Debido a la alta porcentajes de componentes naturales es común que exista una variación de tonalidad entre planchas o incluso dentro de la misma.
Espesor: 20mm, con una tolerancia de +/- 1mm.
Pandeo: +/- 1mm por cada metro de largo.
Tonalidad y Brillo: Las pedras naturales pueden variar su tonalidad y brillo dependiendo de su composición.

NOTAS SOBRE ESTE PRODUCTO

Este mármol viene normalemente con una malla de fibra de vidrio en la cara posterior para darle mayor resistencia al manipuleo. La malla y la fibra de vidrio deberán retirarse antes de la colocación para que el pegamento se adhiera bien a la piedra.
En la superficie puede no observarse zonas más claras que otras. También pueden encontrarse resanes (parches) de resina las cuales cubren imperfecciones propias de la piedra, sean estas concentradas o a lo largo de una fisura propia del mármol. Todas las fisuras y microfisuras se harán más evidentes si es que hubiera afloramiento permanente de humedad. Este mármol podría tener algunas zonas poco consistentes en las cuales se desprenderán granos o fragmentos con el uso, sea por golpes o por la limpieza cotidiana, debiendo ser resanadas posteriormente.

CUIDADOS Y MANTENIMIENTO

La limpieza del mármol y el granito es fundamental para la duración del producto. Se recomienda utilizar detergentes neutros diluidos en agua. No es recomendable utilizar materiales de limpieza que contengan acetona, limón, o vinagre porque con el tiempo podrán opacar o desgastar la superficie. No se debe dejar limón, vinagre, o algún tipo de comida ácida (incluyendo aderezo de ensalada), jugo de naranja o piña sobre la superficie de la piedra porque podrían mancharla.

Mayor información sobre cuidados y mantenimiento en: www.pierimarmol.com

USOS

Es un material apto para viviendas, oficinas y locales comerciales por su belleza, durabilidad y elegancia. El Mármol Marrón Saint Laurent es una piedra muy bella que puede ser aplicada en ambientes interiores, como pisos, paredes, baños, etc. Es un material óptimo para interiores.

ACABADOS

Viene en acabado pulido (brillante).

GARANTÍA

Las piedras naturales no tienen garantía ya que no son productos industriales fabricados con compuestos estándares (como el cerámico, porcelanato, cuarzo aglomerado, vidrio, etc.), sino que son extraídas de la naturaleza, seccionadas, texturadas y dimensionadas.

NOTAS GENERALES PARA PIEDRAS NATURALES

- Las muestras y fotografías de las piedras naturales son solo referenciales. Las piedras naturales presentan vetas y variaciones de tonalidad. Algunas podrían incluso presentar pequeñas burbujas de aire en su estructura, líneas o imperfecciones semi-abiertas que atrapan polvo o pequeños resanes en la superficie que cubren imperfecciones naturales.
- Es altamente probable que las uniones tengan una tonalidad diferente y que las vetas no coincidan por ser un producto natural.
- Los mármoles deben de ser almacenados bajo sombra para evitar sobre-exposición a los rayos UV pues a la larga podrían perder brillo y tomar una tonalidad verdosa.
- Se recomienda que sea manipulado por personal calificado. Asimismo que se proteja adecuadamente durante los trabajos y antes de la entrega.
- Durante el corte podrían desprenderse fragmentos de la piedra ya que a veces estas tienen imperfecciones en su estructura que no son visibles. Este problema deberá ser corregido por el instalador que realizó el trabajo.
- Deben instalarse sobre estructuras sólidas que no se deformen ya que estas producirán fisuras y roturas. Debe evitarse el contacto con elementos que dilatan (marcos de puertas, pisos de madera, muebles de madera o metales, etc.) ya que estos ejercerán una presión constante que podrá fisurar o romper la piedra.
- Recomendamos utilizar pegamentos flexibles que permitan la dilatación de las piedras naturales. Asimismo el uso de juntas de dilatación y contracción.
- Luego de instaladas, las piedras naturales podrían reaccionar ante la humedad, salitre, rayos ultra violeta, oxígeno y otros agentes externos produciéndose alteraciones de color o estructura que afectan su estética y consistencia.
- Debido a la absorción propia de las piedras naturales es recomendable que el cliente aplique periódicamente un sellador específico para piedras naturales para así retardar la absorción de líquidos y prevenir la aparición de manchas. La periodicidad y la cantidad de sellador a aplicar dependerá de la porosidad del producto adquirido, del uso que se le dé y de la calidad del sellador utilizado.
- La aplicación de selladores, ceras o líquidos podrían alterar el brillo y la tonalidad de la piedra. Se recomienda hacer pruebas antes de aplicar cualquier producto.

Documento emitido por: PIERINELLI SAC.

Actualizado: v.02-0713

www.pierimarmol.com

ANEXO 12:
Figura 25:

Camión cargado con baldosas



Fuente: Pierinelli SAC (portal web)

ANEXO 13:

Figura 26

Camión cargado con planchas de mármol



Fuente: Pierinelli SAC (portal web)

DECLARACIÓN JURADA

Proyecto

Desarrollo de Tesis

Yo VIRGINIA MARÍA GUTIERREZ QUIROZ y JHONATAN MIGUEL OJEDA RODRÍGUEZ, con DNI N° 76293882, y con DNI N° 71593449, con Código N° 2111810252 y con Código N° 2111810125, estudiantes de la modalidad presencial del ciclo X de la Escuela de NEGOCIOS INTERNACIONALES y la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES de la Universidad Señor de Sipán.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

1. Somos autores del proyecto e informe de investigación titulada: PROSPECTIVA DEL SECTOR NO MINERÍA NO METÁLICA, IMPORTACIÓN Y VENTA CON VALOR AGREGADO: MÁRMOL Y TRAVERTINO EN EL PERÍODO 2015-2016. La misma que se presentó para optar por el título profesional de Licenciados en Negocios Internacionales.
2. Que, el título de investigación es auténtico y original.
3. Que, el proyecto e informe de investigación presentado no ha sido plagiada ni de forma total o parcialmente.
4. He respetado las normas de citas y referencias para las fuentes consultadas.
5. Que, el proyecto e informe de investigación presentada no atenta contra los derechos de autor.
6. Los datos presentados en los resultados reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.
7. El proyecto e informe de investigación no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

Asumimos frente a la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN cualquier responsabilidad y cargas económicas que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis. En consecuencia, me hago responsable frente a la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar ya sea por fraude, plagio, autoplagio, piratería o falsificación, asumiendo las consecuencias, sanciones reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis. Bajo el sometiéndome a la normatividad vigente de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN.

Virginia María
Gutierrez Quiroz

DNI: 76293882



Jhonatan Miguel
Ojeda Rodríguez
DNI: 71593449

