



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Prospección para el mapeo de oportunidades comerciales para el sector MAC en Colombia

Lima, 30 de noviembre de 2022

Christian Flores

Especialista de mercado



1

Indicadores macroeconómicos

Indicadores

- Proyección de crecimiento del PBI 2022 (Var%) **6.3% según FMI**
- PBI Per Cápita: USD 6'810 al cierre del 2021 según el BM
- Moneda: Pesos colombianos (COP)
- Tasa de desempleo 11% en julio 2022 (2.1% menor respecto al mismo mes del 2021 con 13.1%) según el DANE
- Principales departamentos de Colombia: Bogotá, Antioquía, Santander, Risaralda, Atlántico y Valle del Cauca.
- En el periodo **enero-julio 2022**, las **importaciones colombianas** fueron US\$45.397,1 millones CIF y registraron un **aumento de 44,3%**, frente al mismo periodo de 2021.
- La **inversión colombiana** en el **exterior rompió récord de los últimos 26 años** en el primer semestre del 2022 acumulando US\$2.874 millones.
- Colombia cuenta con **17 acuerdos comerciales vigentes a 2022**, entre los que destacan **CAN y AP**



Población

51 Millones



PIB 2021 (Var %)

**USD 299 800 Millones
(10.56 %)**



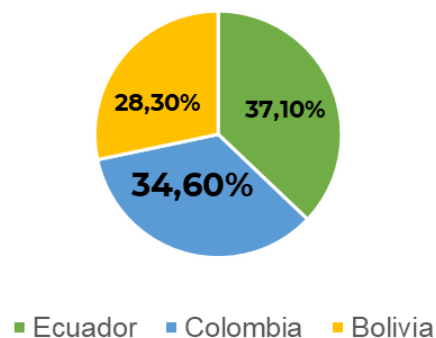
Doing Business (2021)

67 de 195

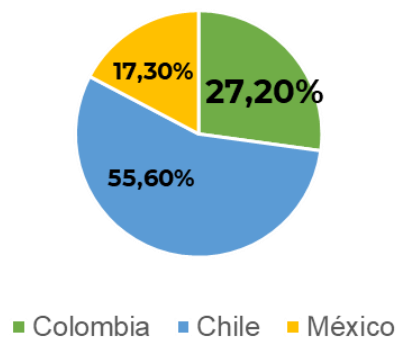
Indicadores

- En el **2021**, las exportaciones totales de Perú-Colombia **crecieron 25% con US \$868 millones.**
- En el 2021, las exportaciones totales de Perú a la CAN sumaron US \$2,507 millones.
- Colombia, es el **2do socio del Perú en la CAN con el 34.6%**
- En el 2021, las exportaciones totales de Perú a la AP sumaron US \$3,193 millones.
- Colombia es el **2do socio del Perú en la AP con el 27.2%**

Exportaciones de Perú a la CAN



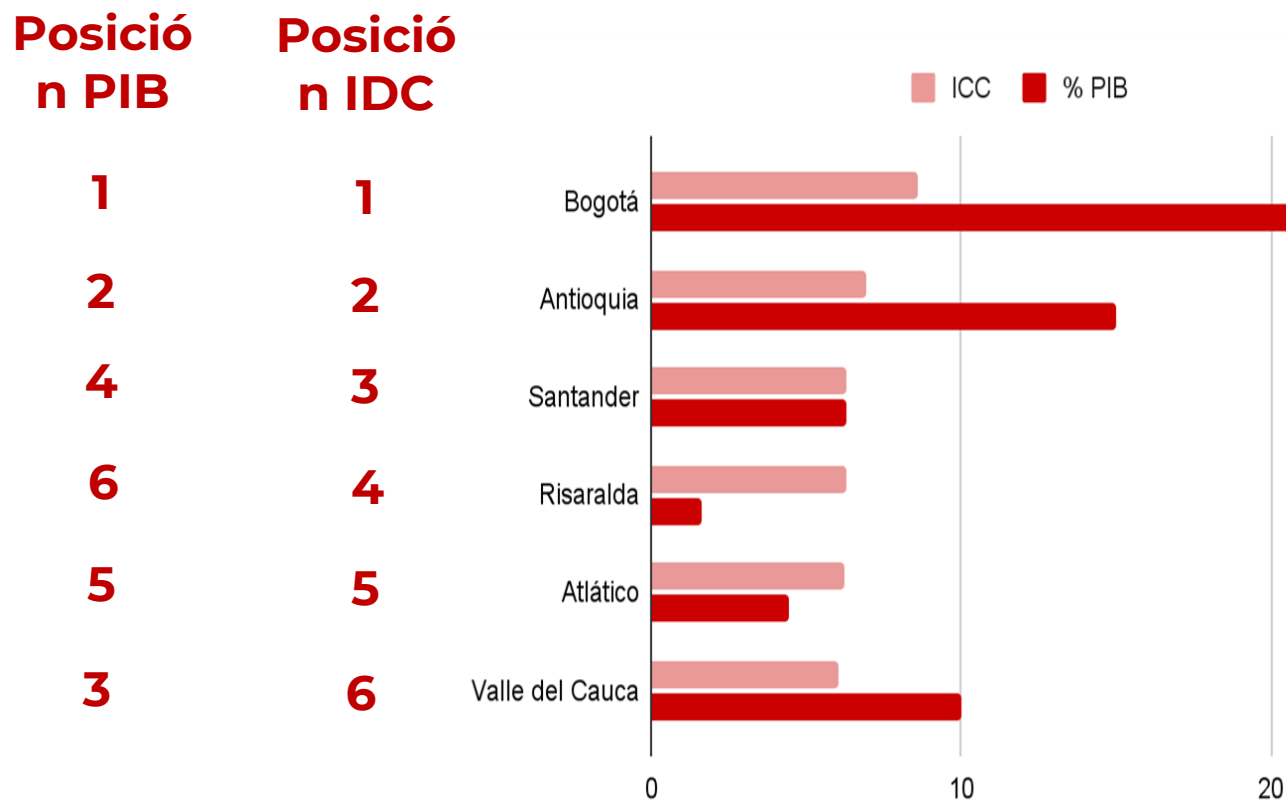
Exportaciones de Perú a la AP



- **3er país con mayor número de habitantes** de Latinoamérica (51 MM) después de Brasil (213 MM) y México (130 MM) (BM)
- **2do mercado** de Latinoamérica que más invierte en Perú, después de Chile (sep. 2022).
- **3er emisor de turistas a Perú** a nivel Latinoamérica (ago. 2022)., con un crecimiento del 384% en número de viajeros frente al 2021.
- **4to socio en las exportaciones totales** de Perú en Latinoamérica con el 15.2%, después de Chile 31%, Brasil 19.7% y Ecuador 16.3% en el 2021.
- Colombia representa uno de los países con **mayor conectividad aérea hacia el Perú**, contando con 76 vuelos semanales (directos) provenientes de Bogotá, Medellín, Cali y Cartagena.

Principales ciudades

Conforme al Índice Departamental de Competitividad (IDC) para los 32 departamentos del país y la ciudad, destacan:





2

Exportaciones e importaciones

Exportaciones totales de Colombia



+47.9%

Combustibles e industrias extractivas

Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos (52,8%)



+28.7%

Manufacturas

Productos químicos y productos conexos (32,0%)



+19.91%

Alimentos y bebidas

Flores y follaje cortados (22,7%)



En el año 2021, las exportaciones colombianas fueron **US\$41.224,0 millones FOB** y registraron un aumento de 32,7%, frente al 2020. En el periodo enero-agosto 2022, las exportaciones colombianas fueron **US\$39.137,6 millones FOB** y registraron un **aumento de 55,9%**, frente al mismo periodo de 2021.

Importaciones totales de Colombia



+67.3%

Combustibles e industrias extractivas

Combustibles y lubricantes minerales y productos conexos (71,2%)



+40.5%

Manufacturas

Maquinaria y equipo de transporte (31,4%)

Productos químicos y productos conexos (48,8%)



+29.1%

Alimentos y bebidas

Productos alimenticios y animales vivos (27,2%)



En el año **2021**, las importaciones totales colombianas fueron US\$61.101,4 millones CIF y **registraron un aumento de 40,5%, frente al 2020.**

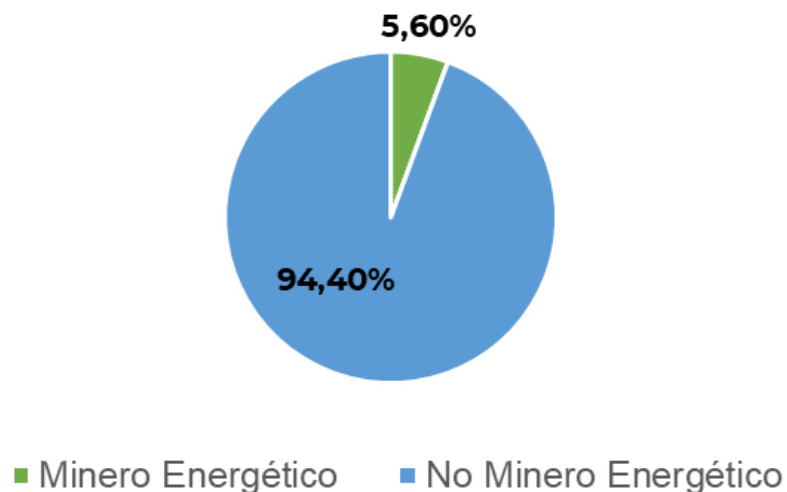
En el periodo **enero-mayo 2022**, las importaciones colombianas fueron **US\$32.138,3** millones CIF y registraron un **aumento de 47,9%**, frente al mismo periodo de 2021.

Exportaciones de Perú a Colombia 2020-2021

En el 2021, las exportaciones **no minero energéticas** de Perú a Colombia fueron **US \$819 millones, el 94% de las exportaciones totales**. Con un **crecimiento de 24,8%** frente al 2020.

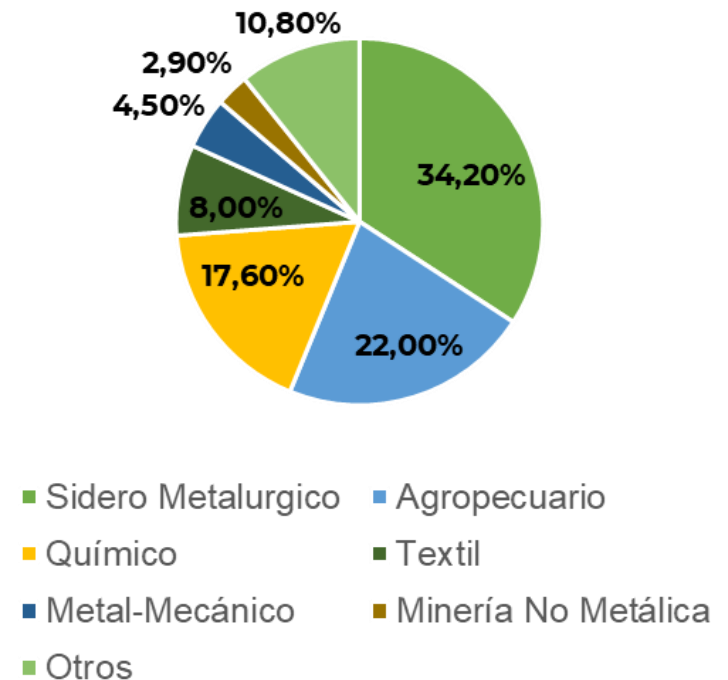
De enero a agosto del 2022 las exportaciones no minero energéticas ascendieron a **US \$637 millones, un 27.4%** más frente al mismo periodo del 2021.

Exportaciones de Perú a la Colombia





De las exportaciones no minero energéticas, el sector **Sidero-Metalúrgico representa el 34.2% del total con US \$297 millones**, seguido por el Agropecuario con US \$191 millones (22.0%) y Químico con US \$153 millones (17.6%).



Sectores No Minero Energéticos



Principales regiones exportadoras de Perú a Colombia

En el 2021 Lima representó el **66.1%** de las exportaciones **no minero energéticas**, con US \$541.3 millones, seguido de Callao con US \$74.6 millones (9.1%), Ica US \$59.9 millones (7.3%), Piura US \$46.6 millones (5.7%) y Junín US \$ 34.2 millones (4.2%).

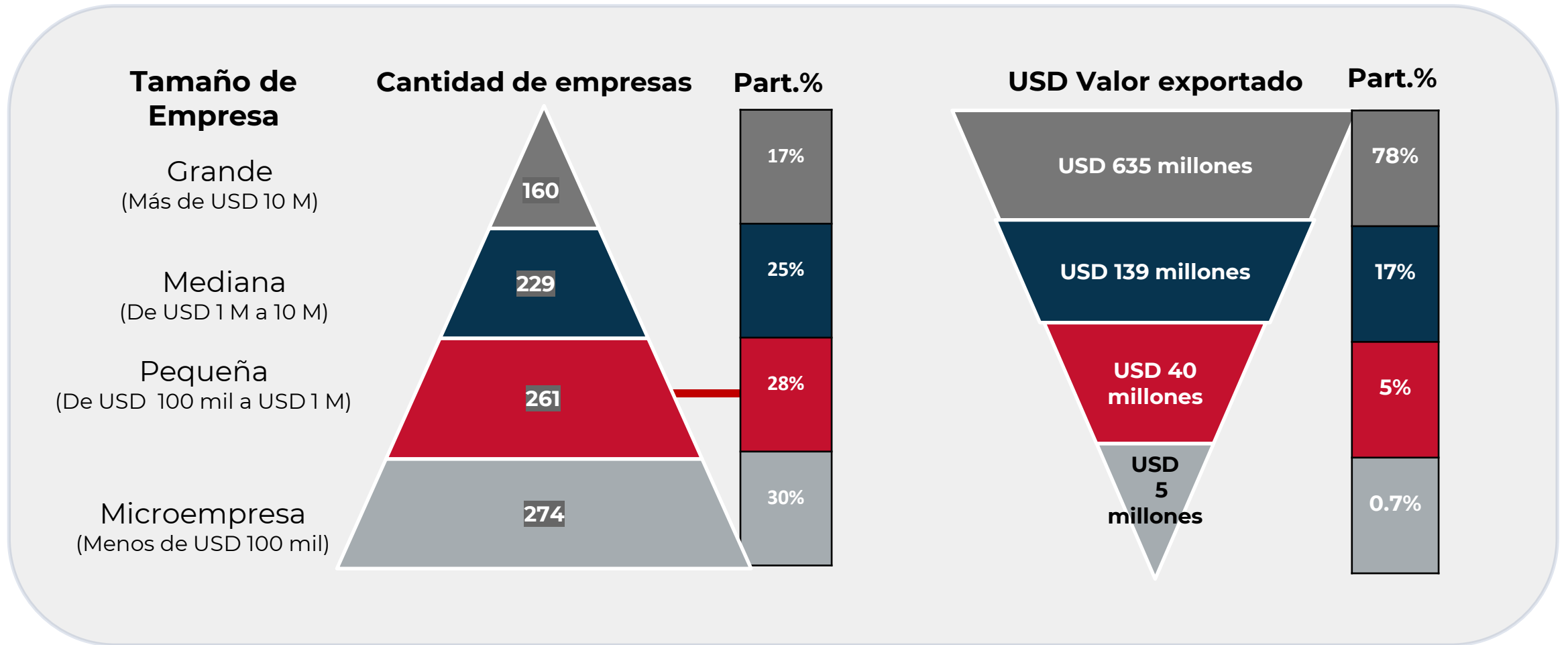
 **Empresas**  **923** **+8.8%**

 **Productos**  **1607** **+2.9%**

 **Regiones**  **20** **+5.0%**

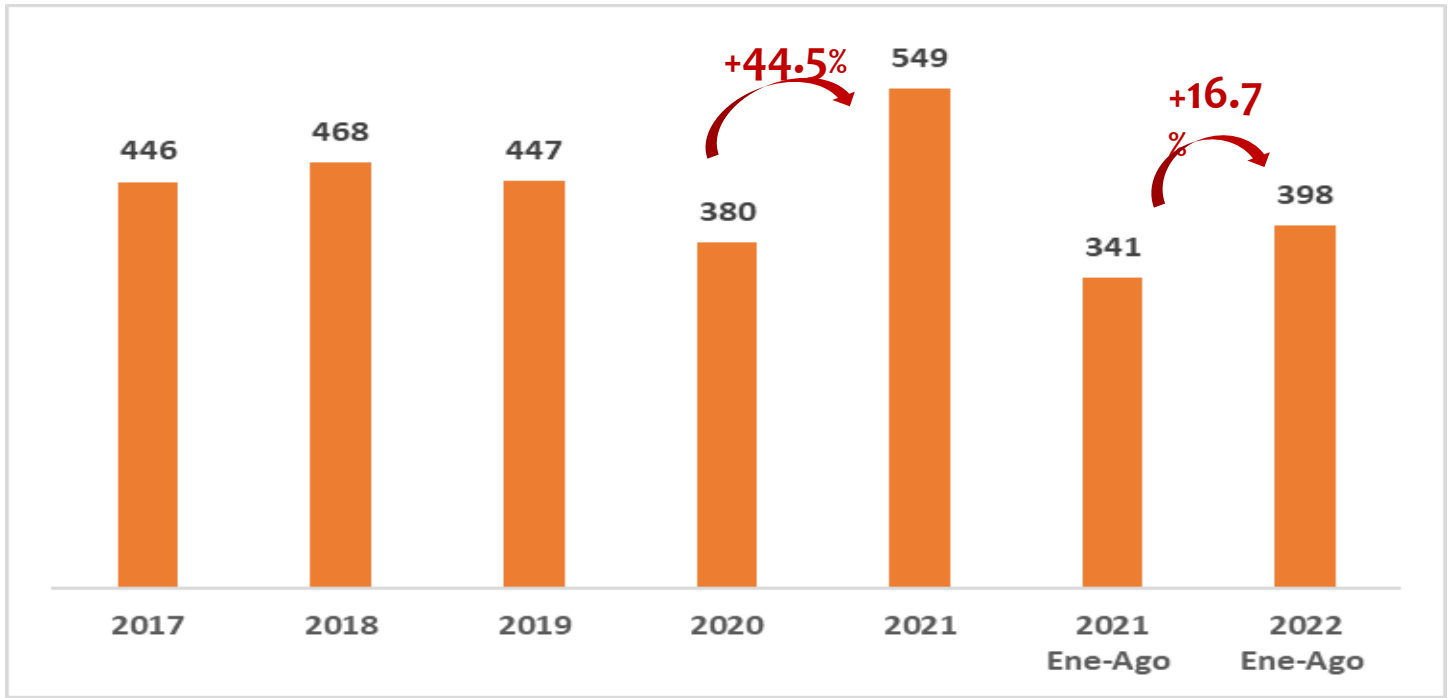


En 2021, el 82.7% de las empresas exportadoras fueron MIPyMES con exportaciones por USD 184 millones





Cifras del Sector Manufacturas

Exportaciones en USD Millones



Sub Líneas priorizadas

	Prov. Minería	Envases	MAC	Equipamiento	Cosmética
 # Empresas	138	106	100	50	16
 # Productos	122	37	81	25	14

Principales productos 2021



Ácido sulfúrico
USD 70 millones



Placas y baldosas
USD 42 millones



Cementos
USD 25 millones



Aceites refinados
USD 18 millones



3

El mercado de las cerraduras

Las cerraduras de metal común son el producto número 10460 más comercializado en el mundo, representando el 0.0016% del total del comercio mundial con un valor actual de USD 257.9 billones a nivel global. Se espera un crecimiento del 4% anual, en el periodo 2022 al 2031.

Algunas de las principales empresas preferidas por el mercado latinoamericano son *Assa Abloy*, *Picard-Serrures*, *Allegion*, *Serrature Meroni*, *Winkhaus*, *Dom Ronis*, *Dormakaba*, *The Eastern*, *Yale Security*, *ECO Schulte*.

Colombia importa cerraduras, llaves, controles para autos y repuestos principalmente de China, India y Taiwán bajo líneas comerciales de cerraduras para sobreponer, manijas y pomos dirigidos principalmente al ecosistema ferretero, cerrajero, constructor y carpintero.



En el sector de las cerraduras, los países que presentan mayores exportaciones de estos productos son

China, Alemania, México, Estados Unidos y España.

A lo largo de los últimos años, **China** ha logrado posicionarse como el principal país exportador en cerraduras y candados de todo tipo. La mayoría de las empresas latinoamericanas optan por cerraduras provenientes de China debido a su bajo costo, sin embargo, el incremento del 600% en fletes interoceánicos, el MOQ, los tiempos de entrega y escasez son factores que atropellan la comercialización del producto



Principales marcas de importación colombiana



Empresas fabricantes colombianas

Las empresas de primera posición en la cadena de comercialización cuentan con fábricas locales con uso de materia prima de importación procedente de países como China, India y Taiwán.

Principales hallazgos en la importación

Importación y desembarque marítimo en Miami

600% aumento de fletes marítimos

Transporte vía terrestre hasta Bogotá y Medellín

China e India con fábricas *near buy* en Colombia

Costo por partida de 3 millones de pesos colombianos (COPS) incluyendo la cerradura

Cadena de valor
Primeros costos

Llaves, controles para auto y repuestos

Inconsistencia en abastecimiento falta de stock

Tipo de producto:
Bienes finales para instalación del consumidor final

El costo de las importaciones sin cerradura es de 900 mil a 1 millón de COPS por partida logística.

Las principales empresas de transporte utilizadas por los entrevistados fueron envía coordinadora y eurocarga.

Importación y Exportación

Público objetivo: Sector ferretero, carpinteros y cerrajeros.

Frecuencia de compra: Variabilidad de 15 a 60 días con pagos en efectivo, créditos de hasta 180 días por transferencias interbancarias en USD.

Entregas: 15 días para embarque según MOQ más 30 días para nacionalización y entrega total en bodega

Principales líneas comerciales: Cerraduras para sobreponer, manijas, pomos, cerraduras y llaves para autos.



Tendencias

Certificaciones



Según la Superintendencia de producto y comercio: Cumplimiento de estándares de calidad establecidos legalmente en Colombia *Calidad AAA y alta seguridad.*



Competitividad y flexibilidad en MOQ (pedidos mínimos) para poder competir directamente con proveeduría asiática.

Participación nacional por tipo de producto

Acabados en grafito y aluminio **18%**

Herrajes **06%**

Principales marcas: Yale, Commax, Caba y Cerruti

Demanda

Herramientas eléctricas
Herramientas de
instalación y fabricación

Tendencias

Cerraduras tecnológicas,
reconocimiento facial,
acceso con huella en
palma y repuestos

Estética

Fuerte y agradable a la
vista en colores oscuros
(negro) y estilizados.

Otras

Cerraduras para
automóviles, antiguas y
de edición limitada

Relaciones con Perú

01



Interés

Proveeduría en distintos productos
Cobertura en necesidades del mercado
Aprovechamiento geográfico

02



Experiencia

70% de la muestra no tiene experiencia previa ni información de los productos peruanos

03



Proveeduría

Nueva con alto interés en acabados.
Categoría tecnológica en incremento

04



Zamac

Empresa de fabricación de cerraduras considerada con productos de buena calidad y años de alianza estratégica

05



Klaus

Satisfacción media:
Blancos de llaves
Satisfacción alta:
Materia prima

Identificación de oportunidades: Cerraduras

INFORME DE MERCADO SECTOR MAC COLOMBIA

- Frecuencia constante de abastecimiento ✓
- Disminución en tiempos de entrega ✓
- Variabilidad y flexibilidad en ordenes mínimas ✓
- Separación e independencia de proveeduría asiática ✓



- ✗ No contar con capacidad de producción
- ✗ Olvidar el servicio postventa (asesoramiento en instalaciones)
- ✗ Falta de sincronización con mercados internacionales
- ✗ Retrasos en entregas



4 El mercado de las puertas de madera

El sector de las puertas y ventanas de madera registró ventas con valores de USD 14.1 billones a nivel global en el periodo 2020. Los países que representaron una mayor producción **fueron China, Estados Unidos, Canadá, Japón y Alemania.**

Se espera que el mercado global de puertas y ventanas de madera mantenga una Tasa de Crecimiento Anual Compuesto del 9% en el periodo 2022-2025.

El sector de puertas y sus marcos, contramarcos y umbrales de madera fue el producto número 818 más comercializado a nivel global representando el 0.021% del total de comercio mundial.

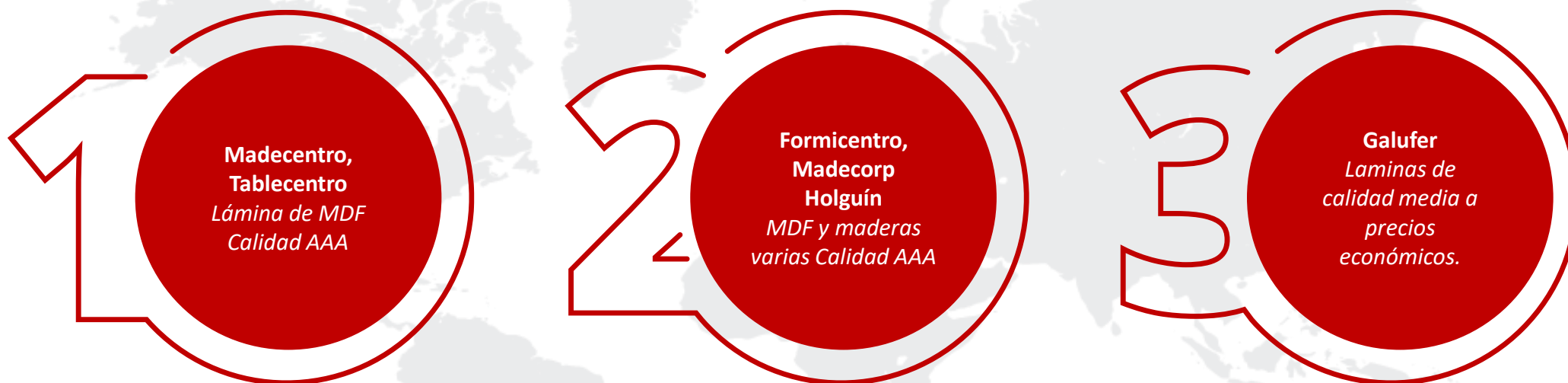


BNBM Group, Royal Group, YKK AP, Fujian Atai son algunas de las **empresas internacionales** de mayor renombre comercial de puertas y ventanas de madera en LATAM.

Los departamentos que aportan mayormente al desarrollo de la industria de la madera en el país son: Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Santander, Norte de Santander, Atlántico, Bolívar, Antioquia, Risaralda y el Valle de Cauca con alrededor de 1700 empresas dedicadas a la fabricación de partes y piezas de madera, de carpintería y ebanistería para la construcción .



Principales marcas de importación colombiana



Productos de importación

Los tipos de producto importados son bienes terminados o finales e insumos para fabricación

Principales hallazgos en la importación

Principal proveeduría desde Brasil y Ecuador

Problemática puntual en precios, desabastecimiento, sobreventa y acaparamiento de materia prima

Precio por lámina diciembre 2021 COP\$ 228 mil pagos a través de transferencias internacionales con créditos de 60 días.

El MDF, la formica y la cerrajería son los productos más importados por la muestra

Frecuencia de compra diaria en algunas empresas y para elementos de instalación

Para la cerrajería es 2 o 3 veces al año según fabricación y ventas

Líneas comercializadas Mayoristas, minoristas y constructoras (*puertas, clósets y cocinas*)

Los costos logísticos oscila entre USD 3 y 4 mil principalmente en países como EE. UU y Argentina

La mayoría de los fabricantes de muebles y puertas cuenta con logística propia debido a la complicación local de movilización para el volumen de la materia prima

Importación y Exportación

Frecuencia de compra en importación.

- ✓ Materia prima con frecuencia de compra diaria en algunas empresas.
- ✓ Elementos de instalación y cerrajería 2-3 veces al año según ventas.

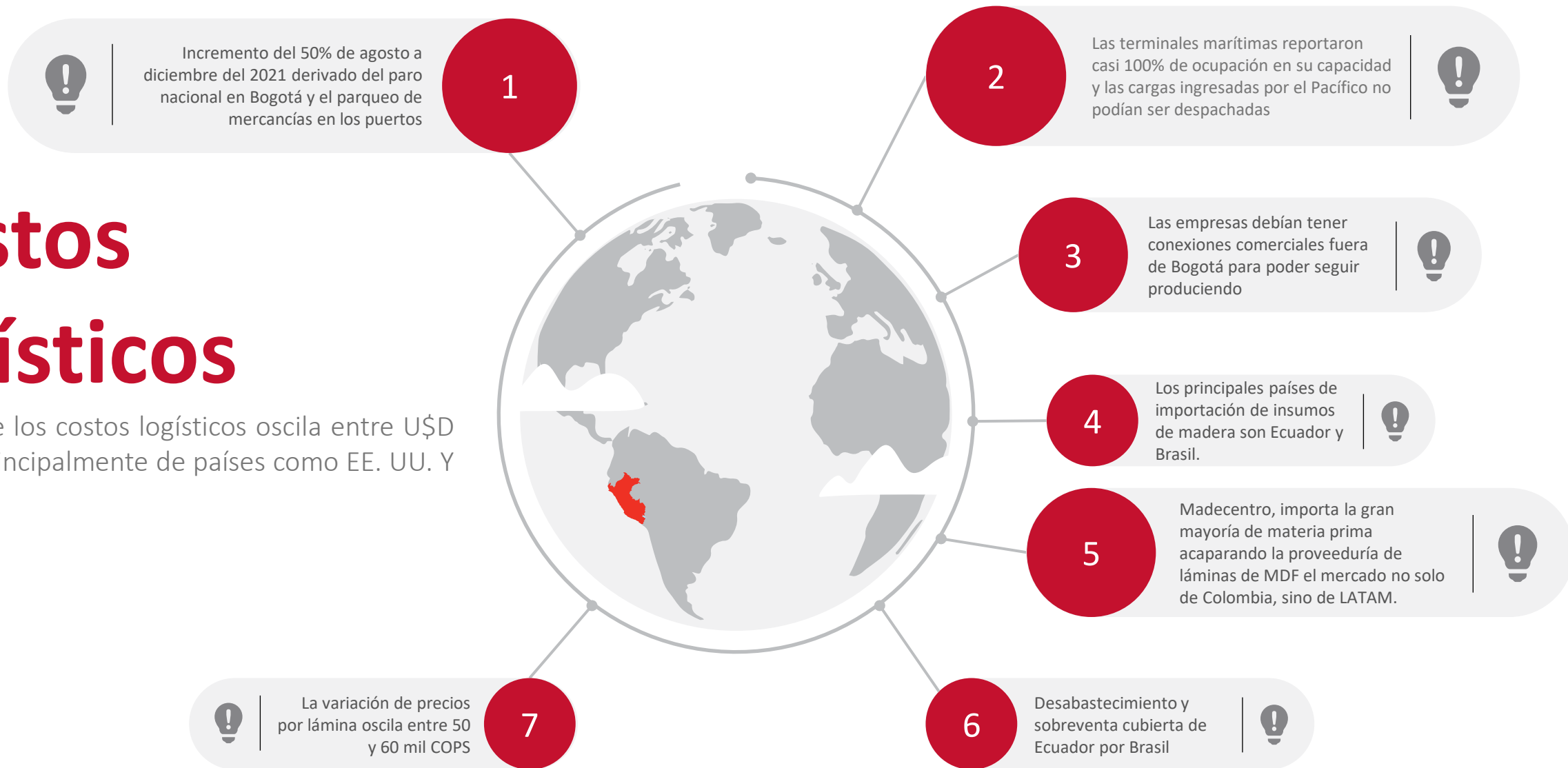
Principales líneas comerciales

- ✓ Mayoristas
- ✓ Minoristas
- ✓ Sector Constructor
- ✓ Productos: puertas, clósets y cocinas.



Costos logísticos

El precio de los costos logísticos oscila entre U\$D 3 y 4 mil principalmente de países como EE. UU. Y Argentina.



Tendencias

Aumento en el uso de plataformas digitales para venta y diseño



Pinterest: Facilita el acceso a la innovación en diseño, tonalidades y materiales. Plataforma considerada como “La de mayor aporte a la innovación y frescura del ecosistema MAC”



Incremento y adaptación de venta en línea y por medios impresos (revistas especializadas o periódicos oficiales), redes sociales, páginas especializadas y con venta directa a empresas constructoras.

Participación nacional por tipo de producto

Aumento de ventas por digitalización **30%**

Aumento de costos por paro nacional **50%**

Características principales solicitadas: Color por temporalidad

4, 15, 19 y 36 milímetros de espesor - Láminas resistentes a la humedad (grosor de 5.5 mm para fondos y de 15 y 18 pulgadas)

Variación

Gama de colores denominados clásicos.

Preferencias

Tonalidades claras como el blanco y el transparente así como otros colores veteados o marmoleados

Fabricación

Crecimiento exponencial en la demanda de puertas vidrieras con correderas

Accesorios

Manijas y herrajes de cierre lento
Touch y madejas especiales

Otros hallazgos



Aumento de costos

- Aumento del 50 al 100% en
1. Láminas MDF
 2. Aglomerados
 3. Madera de pino
 4. Madera maciza
 5. Adhesivos Bóxer
 6. Pegantes especializados
 7. Lacas de pintura
 8. Desabastecimiento de pantones lacas y pintura (blanco y gris claro)



Inconsistencia de precios

1. Inestabilidad en precio de proveeduría
2. Inestabilidad de precio a usuario final
3. El servicio más costoso tanto para producción como para comercialización es el transporte de materia prima o bienes terminados por el gran volumen.



Estrategias

1. Algunas empresas instalan plantas portátiles dentro de campamentos en grandes proyectos de construcción.
2. Otras fabrica, reparan y construyen todo productos de madera al usuario final con servicio a domicilio.

Relaciones con Perú



Todas las empresas de la muestra están abiertas a ofertas comerciales siempre y cuando cumplan con las normativas de calidad, pólizas de cumplimiento y presentar la regulación solicitada para comprobar que esta legalmente constituido.



La competitividad en Colombia es excelente para la oferta peruana de material para la fabricación de puertas de madera y muebles

01



Interés

1. Catálogos de materia prima RH (resistentes a la humedad)
2. Variedad en calidad y diseños de un mismo producto

02



Experiencia

Se desconoce el producto peruano.
Algunas empresas cancelaron relaciones comerciales cortas por medio de intermediarios
Se desconocen empresas

03



Proveeduría

La elección de proveeduría se basa en la entrega puntual y la consistencia de precios.

04



Oportunidad

Se cree que Perú tiene capacidad de innovación en diseños o terminados que no ha sido explotado aún

05



Criterios

Los criterios mayormente evaluados para la oferta peruana fueron precios competitivos, entrega puntual y calidad estable

5

El mercado de baldosas y revestimientos

La industria de las baldosas espera un crecimiento del 6% en el periodo 2022-2025.

En 2020 y pese a la crisis pandémica; la demanda de productos cerámicos creció en un 2.5%, y la producción aumentó un 1.7%. Asia es el mayor productor con 11.9 millones de m², seguido por la UE casi 2 millones de m². Asia representa el 50% de las exportaciones mundiales de cerámica y el 71.5% del consumo global.

La dinámica de los flujos en la importación-exportación confirman la tendencia de producir cerámica cerca de los mercados de mayor demanda.



El 76% de las exportaciones de América del sur fueron a destinos en el mismo continente. Es decir que, aunque la cerámica asiática sea baja en costo, los países Latinoamericanos optan por importar de países vecinos como Brasil para aminorar los costos logísticos.

Colcerámica, Corona, Cerámica Italia, Alfagrés y Eurocerámica son algunos de los principales productores de baldosas y cerámicas en Colombia.

El sector de losetas en Colombia se divide en dos: no refractarias y refractarias, siendo la primera la correspondiente a la fabricación de materiales de construcción de arcilla la cual engloba la fabricación de muebles de baño, cocina y baldosas refractarias.



Principales marcas de importación colombiana



Otras marcas

*Sidoc (hierro), insumos químicos
Polimec (Fibra de vidrio) como más relevantes.*

Principales hallazgos en la importación

Desabastecimiento mundial pandémico.

Los programas de producción se encuentran *sobrevendidos*

Principal proveeduría: Brasil, Ecuador, México, Bélgica, China, Costa Rica, África, Alemania y España

La supervivencia de este ecosistema depende de las alianzas estratégicas (2-3) y la capacidad mantener stock

Se importan químicos y tinturas para fabricación porcelánica y cerámica

Frecuencia de compra variable según producto.
Entregas en 3 meses

Empresas líderes con más de 30 puntos de venta nacionales y plantas de producción con Participación del 30 al 50%

Productos terminados e insumos

Los principales aliados comerciales mencionados en las entrevistas fueron Sodimac, Almacenes Corona, Corbeta y Homecenter

En 2020 la importación asiática tenía un costo de U\$D 2, 600 a finales del 2021 el costo de los fletes era de USD 15 a 18 mil el cual se incrementa del 35 al 70% si se cuenta la nacionalización del producto.

Importación y Exportación

1. Principales requerimientos para compra/venta

- ✓ Certificaciones de cada producto importado para evitar reclamos de daño estructurales o en obras terminadas

2. Esquema de comercialización corto

- ✓ Compra a fabricantes/proveedores
- ✓ Distribución
- ✓ Nacionalización
- ✓ Venta a cliente final

3. Ciclo de compra

- ✓ Varía dependiendo el producto
- ✓ Solicitud al proveedor con una respuesta aproximada de 2 a 3 días
- ✓ Compromiso de pago por divisa con respuestas inmediatas por parte de la proveeduría

4. Principales líneas y acuerdos comerciales

- ✓ Suministros de material prefabricado
- ✓ Municipios y grandes obras de transportes masivos
- ✓ Andenes y grandes constructora
- ✓ Usuario final



En 2020, los principales destinos de las **exportaciones** colombianas en cerámica fueron Estados Unidos con 22%, Ecuador con 14%, México con 8%, Perú con 7% y República Dominicana con 6%.

Producto	Participación	Valor USD
Fregaderos, lavabos, bañeras, bidés, inodoros	50%	\$33 Millones
Pavimentos, hogares o revestimientos	24%	\$15.9 Millones
Vajilla, menaje de cocina	11.6%	\$7.6 Millones
Tejas, chimeneas, revestimientos	5.6%	\$3.3 Millones

Las comercializadoras más pequeñas no exportan productos por lo que se dedican a la compra, venta y distribución nacional

60x60 y 30x60 cerámicos y porcelánicos: Formatos mayormente solicitados por las empresas para importación o exportación

Líderes

Exportaciones de cerámica del 8-10% de la producción total EE. UU, Mx y Ecuador

Caract.

- ✓ Calidad,
- ✓ Serv. Postventa
- ✓ Visitas técnicas
- ✓ Respaldo de la compañía

- ✓ Reconocimiento de marca
- ✓ Innovación de producto
- ✓ Funcionalidad

Productos

- ✓ Revestimientos cerámicos
- ✓ Mosaicos
- ✓ Complementos decorativos
- ✓ Griferías y pegantes



Algunas empresas cuentan con flota propia para facilitar movilizaciones y ampliar el acaparamiento de mercado minorista colombiano

1

2

Compañías aliadas Traxxo, Pisotrans, Evergreen, Trsinovarte.



Costos logísticos

Incremento 2021 del 400 y 600% vs 2020 derivado del *acaparamiento de contenedores y de transporte por grandes navieras en el continente asiático.*

Costos de importación por partida: varían de 15-30% del valor factura, este porcentaje incrementa del 35-70% para nacionalización del producto.

Frecuencia de compra fabricantes: Diaria

Contratos de proveeduría emiten y acumulan pedidos para el cumplir el MOQ.



3

Los suministros más costosos y difíciles de conseguir son de la marca mexicana Minerals lon polvos en bultos grandes de 1.2 kg



4

El suministro de hierro y minerales para pigmentos con base en óxido de hierro.



5

Químicos Frita, los productos terminados de roca, los tintes para fabricación y las cerámicas con formato 30x45



6

A finales del 2020 la importación asiática tenía un costo de 2600 USD, en lo que va del 2021 los fletes oscilan entre los 15 y 18 mil USD.



7

La minoría de la muestra, actualmente no cuenta con presupuesto mensual de importación, algunas otras cuentan con 500 mil USD anual para 12 partidas y aduanas.



Tendencias

Colores oscuros y mate, así como los grandes formatos
60x30, 60x60 y 60x120



Revestimientos brillantes y esmaltados en tonos suaves y pastel principalmente en escala de grises y beige en pisos y paredes



Del tipo cementicios y tipo madera con diseños hidráulicos

Oportunidades identificadas en tendencias

Desarrollo de necesidades/añadidas **100%**

Requerimientos de prod. ya establecido **50%**

Características principales solicitadas: Color por temporalidad

4, 15, 19 y 36 milímetros de espesor - Láminas resistentes a la humedad (grosor de 5.5 mm para fondos y de 15 y 18 pulgadas)

Participación

40-50%

Corona, San Lorenzo,
Alfa, Zika, Toxement y
Pintuco

Más vendido

- ✓ Tablones rústicos
- ✓ Baldosas pesadas café y blanco 30x30 y 30x45
- ✓ Porcelanato
- ✓ Revest. Cerám.

Publicidad

- ✓ Radio
- ✓ T.V. Abierta
- ✓ Diarios
- ✓ Revistas especializadas

Dificultad

Fibra de vidrio es uno de los productos de mayor dificultad de obtención y mayor costo para la producción

Relaciones con Perú



Certificaciones: El etiquetado de baldosas o revestimientos debe cumplir con la norma técnica colombiana **NTC919**.
Todos los proveedores de revestimientos de la muestra se rigen bajo la normatividad europea



Una de las certificaciones de mayor relevancia para Colombia es la de cuentas bancarias para consignación.

01



Interés

- ✓ Cierres comerciales con posibilidad de instalaciones de centros de acopio en Colombia (*Neer house*)
- ✓ Asegurar entregas y stock en grandes pedidos
- ✓ Respuesta corta sin deterioros de negociación.

02



Experiencia

- ✓ Sin éxito en la búsqueda de contactos para revestimientos cerámicos y porcelánicos
- ✓ Grandes y pequeños formatos

03



Proveeduría

- ✓ Transportación terrestre
 - ✓ Revestimientos
 - ✓ Grifería
- ✓ Porcelana sanitaria

04



Oportunidad

- ✓ Apertura para líneas de crédito.
- ✓ Aprovechamiento geográfico
 - ✓ Mejora en lead time.
- ✓ Calidad igual o superior a la actual en porcelana, cerámica, hierro y químicos.
 - ✓ Certificaciones

05



Criterios

- ✓ Calidad
 - ✓ Precio
- Principales criterios seleccionados a la hora de mantener proveeduría internacional



6 El mercado de los mármoles y travertinos

El sector de mármoles y travertinos se divide principalmente en bruto o devastados. Las posibilidades en cuanto a variedad y colores son infinitas ya que se considera un material de construcción polifacético. Se prevé que el mercado del mármol está destinado a crecer más del 3% anual en el 2022 con un incremento en el valor de U\$D 64 mil millones para 2023.

Para el año 2030 el mercado de mármol aumentará a una tasa compuesta anual del 6% alcanzando los USD 94 mil millones. Las principales compañías a nivel global de este material son:

Fox Marble, Best Cheer Stone y Levantina y Asociados de

Minerales



Los países con mayor participación promedio en el valor de las importaciones de mármol son México (40%), Brasil (10%), República Dominicana (9%), Panamá (8%) y Argentina (7%). Los principales proveedores de material en América Latina son Italia, China, España, Turquía y Grecia.

La principal proveeduría internacional colombiana proviene de canteras en España, Egipto, Turquía, Panamá e Italia.

En Colombia el mármol, travertinos, alabastro y sus manufacturas corresponden a *extracción de piedra de cantera, arena y arcilla* tuvieron una producción bruta aproximada de 18,984,539 millones de toneladas según cifras de la Agencia Nacional de Minería.



Principales hallazgos en la importación

Importación de piedras por placas, volumen y contenedor

Principales importaciones Mármol, granito, cuarzo y piedra sinterizada
Insumo y bien final

Baja importación de materia prima para procesar.
Productos listos para venta

Se importan productos de manera interoceánica debido a la escasez (materia prima o insumo)

Mármol y marfil en tabletas

Costo aproximado de COP\$135 mil (USD 34)

90% de los productos son importados con mínima procedencia colombiana

Sector en escasez con ventas constantes ya que sigue avanzando aún en pandemia

Mármol, granito, cuarzo y piedra sinterizada en placas de 3x1.80
Formatos de 40x60 o 40x70

Productos terminados y semiterminados

Periodo pandémico beneficioso por la premura en el terminado de obras para las constructoras

Generando ventas de productos exclusivos y de mayor rotación

El granito y el cromo marfil pulido se utiliza en pisos

Gran parecido con la cerámica presentado en grandes formatos y placas gruesas

Bienes terminados provienen de España, Italia y Brasil.
Materiales para producción India y China

Frecuencia de compra diaria y tarda de 2 a 5 meses para llegar a bodega

Importación y Exportación



Líneas comercializadas

- ✓ Piedras artificiales y naturales
- ✓ Cuarzos, granito exótico o convencional, mármol exótico o con betas, cuarcita



Clientes

- ✓ Mayoristas y Minoristas
- ✓ Decoradores y arquitectos
- ✓ Opción de venta con o sin instalación



Ciclo de compra y esquema comercial

- ✓ Compra a fabricantes/proveedores
- ✓ Distribución
- ✓ Nacionalización
- ✓ Venta a cliente final
- ✓ Embarque interoceánico del país seleccionado con el mejor material
- ✓ Embarque en Buenaventura, Colombia
- ✓ Distribución directa al cliente
- ✓ Tiempo estimado 5 meses



Requerimientos para compra/venta

- ✓ Contratos de exclusividad de material de importación o tonalidades
- ✓ Certificaciones de distribuidor autorizado



Exportaciones

Las empresas entrevistadas no exportan materiales, insumos o bienes terminados

Principales marcas de importación colombiana



Productos de importación

*Los tipos de producto importados son bienes semiterminados y terminados
Sin pulir y sin instalar*

Tendencias

Producto de mayor rotación Utilizados para fabricación de enchapes, pisos, mesones de mármol, granito o piedra
Mármol y marfil en tabletas de 40 de largo, libre de espesor, tonalidades beige, blanco y gris siendo beige la más solicitada

Mármol y carrara la tonalidad blanca con betas sutiles en color gris (material utilizado en cocinas estilo europeo)

Características principales solicitadas: color por temporalidad, 4, 15, 19 y 36 milímetros de espesor

Mármol granito cuarzo y piedra sinterizada en placas de 3x1.80 y formatos de 40x60 o 40x70

Los productos más costosos y con una mayor dificultad de obtención Ónix o piedra chellumbra (*Israel o Palestina*), Cuarcitas y piedras sinterizadas
Producto con demanda y precios elevados de fácil rotación en mercados exclusivos.

Características

Permiten el paso de la luz, gustan por su naturalidad quebradiza
Material de riesgo alto en la importación (*delicadeza del manejo en el transporte por mano de obra cualificada*)

Productos de menor rotación

Materia prima para procesar: Listo para venta o procesamiento (*cortes o conversión*) Mesas, decoración y paredes

Actividades de publicidad y promoción

Expoconstrucción, Centro de eventos Valle del Pacifico, Impresos especializados

Cuarcita en placas (12-18 millones de COPS)

Este material ya se encuentran vendidas aún sin si quiera embarcarlas.

Tendencias comerciales

Reconocimiento de marca o cantera, Innovación de producto y diseño, funcionalidad

Relaciones con Perú



Certificaciones: Variación por producto y cantidad ofertada, se requieren citas previas con marmolerías y agencias para determinaciones específicas.



Los candidatos a proveeduría agendan citas con la gerencia y esta determina dependiendo los productos y cantidades ofertadas

01



Interés

- ✓ Alto a la fecha la nueva proveeduría se encuentra escasa
- ✓ Preocupación en fallos logísticos sin coberturas de compra
- ✓ 40 al 50% de participación en Colombia

02



Experiencia

- ✓ Se desconoce la oferta peruana
- ✓ Se menciona el travertino peruano *Sapiedra*

03



Proveeduría

- ✓ Oferta de calidad igual o mejor que la europea
- ✓ Precios asequibles
- ✓ Con posibilidad de incremento en pedidos siempre y cuando la logística sea excelente

04



Oportunidad

- ✓ Mejora en tiempos de entrega según acuerdos comerciales
- ✓ Cuarcitas con formato en placas *COP\$ 12-18 millones*
- ✓ Calidad en innovación en tonalidades blanco y gris en gran formato
- ✓ Apoyo logístico

05



Criterios

- ✓ Precios
- ✓ Calidad y variedad
- ✓ Entrega puntual
- ✓ Servicio postventa

Costos logísticos

Costos logísticos nacionales

- ✓ Cotizados por m2
- ✓ COP\$ 400 y 600 mil incluyendo el transporte de material estándar
- ✓ Entrega en el sitio y descargue de obsequio (depende de la compra)
- ✓ Entregas en ubicaciones cercanas los precios oscilan entre COP\$ 20 y 60 mil.
- ✓ Fletes piedra chellumbra, sinterizada o cuarcita: COP\$ 6 millones por pieza.
- ✓ Pagos en créditos de 90 días en dólares.



Las importaciones de bienes terminados provienen de Europa y Brasil debido a la riqueza de canteras, la logística y los años de experiencia

1

2

Frecuencia de compra diaria, se realizan pedidos derivados de las ventas para contar con stock y disponibilidad



3

Una vez que el pedido cumpla con MOQ sale el contenedor en embarque y tarda de 2 a 5 meses para llegar a bodega



4

Materiales para producción provienen puntualmente de India y China



5

Altos costos de fletes y la falta de contenedores que retrasa las entregas



6

Previo a la pandemia, los embarques tardaban 2 meses de cualquier parte del mundo.



No se cuentan con aliados de transporte se trabaja con personas naturales.

7





7 El mercado de la porcelana sanitaria

La cerámica sanitaria se encuentra valuada en U\$D 9.2 billones y se espera que alcance un valor de USD 13.616 para el 2025.

En 2020 y pese a la crisis pandémica la demanda de productos cerámicos creció en un 2.5%, y la producción aumentó un 1.7%.

Asia es el mayor productor con casi 12 millones de m2 representa el 50% de las exportaciones mundiales de cerámica y el 71.5% del consumo global. En segundo lugar se encuentra la UE con 2 millones de m2.



La dinámica de los flujos en la importación-exportación confirman la tendencia de producir cerámica cerca de los mercados de mayor demanda.

El 76% de las exportaciones de América del sur fueron a destinos en el mismo continente. Es decir que, aunque la cerámica asiática sea baja en costo, los países Latinoamericanos optan por importar de países vecinos como Brasil para aminorar los costos logísticos.

Colcerámica, Corona, Cerámica Italia, Alfagrés y Eurocerámica son algunos de los principales productores de baldosas y cerámicas en Colombia.



Principales hallazgos en la importación

Importaciones de Ecuador, Brasil, Europa, USA, Costa Rica y Argentina con maquilas en China

Las empresas que venden estos productos cuentan con venta de tubería, baldosas y grifería

Frecuencia de abastecimiento mensual y bimestral

Grifería proveniente de China y Brasil
Producto más costoso

Se distribuye nacionalmente a minoristas, constructoras o contratistas, grandes superficies y consumidor final por medio de equipos comerciales de ventas, demostradores y vendedores minoristas por agencias comerciales independientes.

Marca blanca asiática rechazada por constructoras por falta de reputación

Productos más difíciles de conseguir
Cabinas, torres de ducha y diseños italianos

Actual desabastecimiento por productos sobrevendidos

Tipo de producto: Bienes finales para instalación del consumidor final

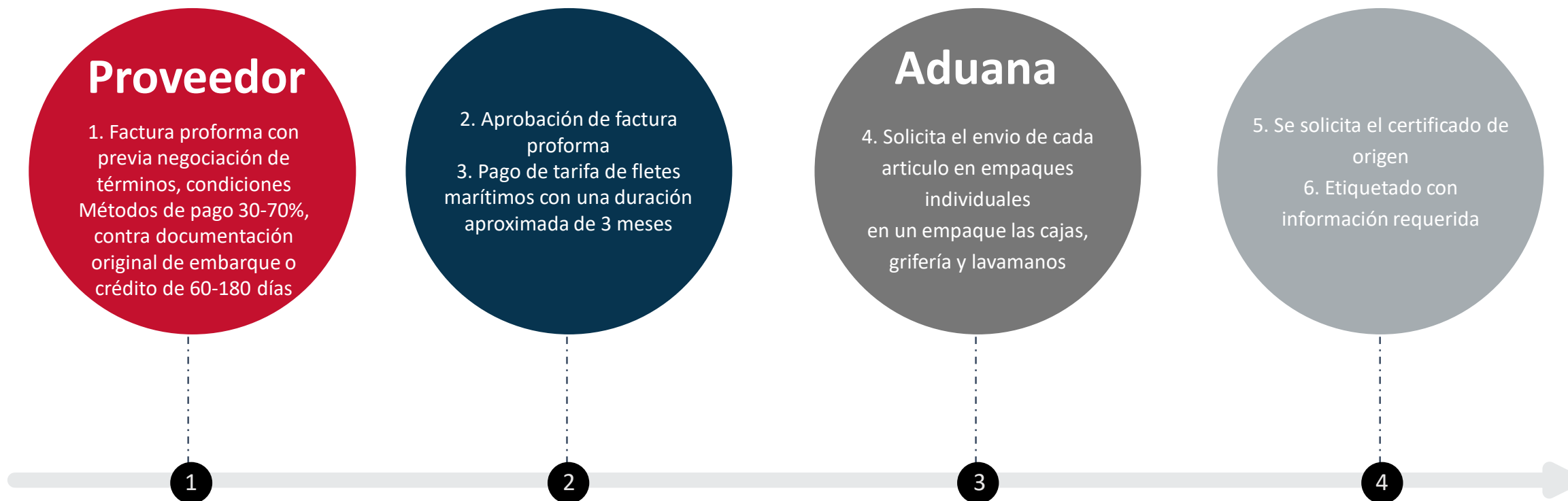
Principales marcas de importación colombiana



Otras marcas: *Marcas varias de pegantes y boquillas.*

La marca American standard es una marca americana y negociada en exclusividad y derechos con aliados comerciales para la venta fuera de EE. UU, por lo que únicamente una empresa puede realizar su venta y distribución en el territorio latinoamericano (de Guatemala a Chile con excepción de Brasil).

Forma de pago en aduana



Tendencias

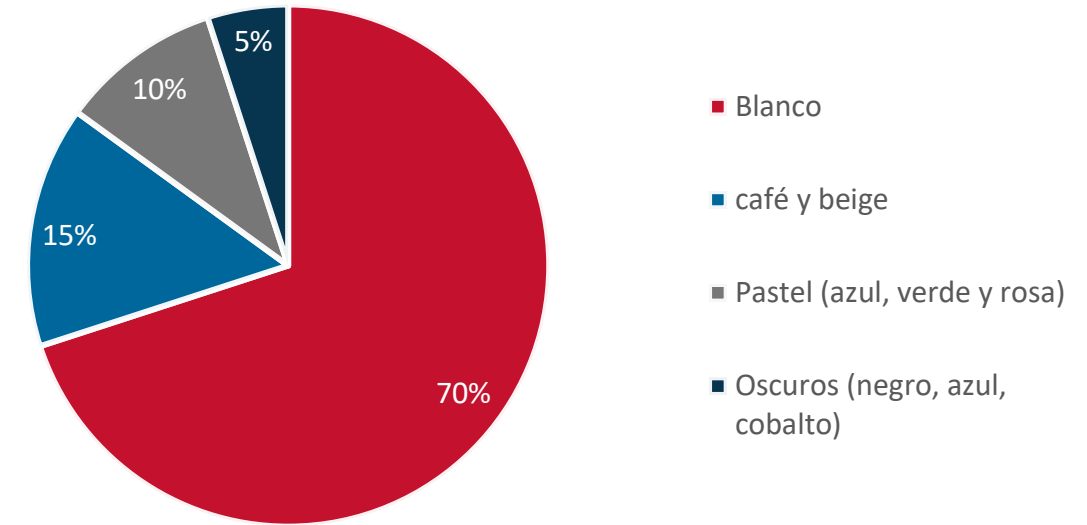
Bidés: productos de bajo consumo demandados en Colombia

Características principales solicitadas

- ✓ Diseño, precio, calidad
- ✓ Inmediatez de entrega
- ✓ Marcas reconocidas y posicionadas
- ✓ Impermeabilidad sin goteo
- ✓ Fácil operación de descargue
- ✓ Tiempos de respuesta rápidos por proveeduría
- ✓ Bajo nivel de reclamación comprobable

Tendencias de consumo de porcelana sanitaria en Colombia

57



Participación

- 10-40% en Colombia
- Eurocerámica
- Senco
- Cerámico San Lorenzo
- Corona
- Thóler

Popularidad

- Sanitarios en combo económico
- Elongadas e institucionales,
- Para espacio reducido y sanitarios para personas con discapacidad y grifería cromada de 8"

Publicidad

- ✓ Radio
- ✓ T.V. Abierta
- ✓ Diarios
- ✓ Revistas especializadas

Dificultad

- ✓ Productos con formas limpias y redondeadas, piezas en gran formato con alta eficiencia tecnológica
- ✓ Diseños italianos
- ✓ Alto costo



La mayoría de la porcelana sanitaria se moviliza desde Tulcán, Ecuador la marca mencionada principalmente fue Edesa

1

2

Entregas a bodega central *90 días* desde la elección de producto, embarque y, nacionalización



Costos logísticos

Costos logísticos nacionales

- ✓ Los costos de movilización aproximados 600 mil pesos colombianos de puerto a bodega.
- ✓ Precio por contenedor importado 4 millones de pesos colombianos.
- ✓ Costo aproximado por partida es del 15% del valor factura si viene de Ecuador
- ✓ 43% del valor factura si viene de China
- ✓ Nacionalización toma del 35 al 70% del valor factura.



3

Fregaderos, lavabos, bañeras, bidés, inodoros 33 U\$S en exportación 2020



4

E.E. UU 22%, Ecuador 14%, México 8%, Perú 7% y República Dominicana 6%.



5

Importaciones 2019 U\$D 13.2 millones China 43%, España 14%, Brasil 12% e India 7%.



6

Previo a la pandemia, los embarques tardaban 2 meses de cualquier parte del mundo.



7

Las empresas que venden baldosas, loetas y revestimientos, generalmente cuentan con venta de porcelana sanitaria, tubería y grifería con frecuencia de abastecimiento mensual y bimestral



Relaciones con Perú

Reglamentación de INCOTEC (Instituto Colombiano Técnico)

Se requiere de altos estándares y superar las normas técnicas internacionales

ANSI americana: Grifería y porcelana sanitaria

01



Interés

- ✓ Interesados en iniciar negocios debido a la gran demanda actual
- ✓ Desean diseños alternativos, mejores tiempos de entrega y mejores precios, es decir, un balance de oferta e innovación

02



Experiencia

- ✓ Aún no se tienen contactos con proveedores peruanos
- ✓ No cuentan con experiencias propias o por medio de terceros con productos peruanos

03



Proveeduría

- ✓ Los que han escuchado de marcas peruanas identifican a :
- ✓ EDESA: Comentarios variados acerca de la calidad
- ✓ Trebol y Celima: Consideradas de calidad promedio

04



Oportunidad

- ✓ Serán bienvenidos si hay precios asequibles, existe un gran interés
- ✓ Consideran al mercado peruano *poco innovador* sin embargo, no se cierran a iniciar negocios

05



Criterios

- ✓ Entrega puntual
 - ✓ Variedad
 - ✓ Calidad del producto
- Criterios más tomados en cuenta al elegir proveedor.



8 El mercado de material eléctrico

Los electrodos recubiertos para soldadura de arco, de metal común representa el 0,0066% del total de comercio mundial. Se espera que este mercado exponga un crecimiento del 5.1% en el periodo de 2022-2025.

El sector de los electrodos a nivel global actualmente tiene un valor de aproximadamente U\$D 3.02 billones y se proyecta que alcance valores hasta de 3.79 billones para el 2027.

En Colombia, los electrodos para soldadura tuvieron una producción bruta de COP\$ 2.5 billones en 2019.



En el sector de aisladores eléctricos se esperan crecimientos del 6% para el año 2025, superando el valor de USD 15.4 billones actuales a nivel global.

Para esta industria debemos remitirnos a la CIU Rev. 2710 “Fabricación de motores, generadores y transformadores eléctricos y aparatos de distribución y control de la energía eléctrica” que contó con una producción bruta de COP\$ 63.1 billones en el 2019.

Lincoln Electric, ESAB y Voestalpine BOHLER son algunas de las principales empresas con mayor renombre a nivel mundial



Principales hallazgos en la importación

Importación desde China, USA, Turquía e India *gran dependencia con Asia*

Dirigido a ferreterías o tiendas especializadas en material eléctrico

Frecuencia de abastecimiento mensual y bimestral

Sociedades de PyMES para cumplir MOQ. Algunas son parte de grandes cadenas internacionales

Las ventas oscilan entre USD 6 y 35 millones con crecimientos del 5 al 25% en el periodo 2019-2021

Cobertura de más de 7 mil clientes nacional en más de 600 poblaciones

El 50% importa productos por medio de terceros y el otro 50% lo hace de manera directa

Hierro, cemento, accesorios y tubos PVC *insumos y bienes finales para instalación*

Incremento de costos 20-25%, poca disponibilidad por efecto post pandémico

Material para el sector industrial, aseo y hogar, herramientas manuales, material eléctrico y ferretería en general

Los costos logísticos aumentaron de USD 75 a 115 por producto con el 15% sobre el valor factura con variaciones los factores de importación varían dependiendo del valor de mercancía puesta a bordo del 20% bajo INCOTERMS.

Soldadores, Sistemas de aisladores y Sistemas de conectores de empalme puesta tierra

Empresas con venta de soldaduras migraron a conectores de presión puesta tierra

Los fabricantes deben estar avalados bajo normativas *desabastecimiento del sector*

Disponibilidad nacional Tiendas minoristas, especializadas o ferreterías



Ventajas competitivas

- ✓ Alianzas comerciales
- ✓ Disponibilidad del producto
- ✓ Eficacia del equipo de ventas
- ✓ Integridad empresarial



Posición en la cadena de valor

- ✓ Distribución y comercialización
- ✓ Fabricación y producción: 2 y 3er lugar



Características principales

- ✓ Calidad, costo-beneficio
- ✓ Técnicas de inspección para el cumplimiento con la normativa RETIE *Reglamento técnico de instalaciones eléctricas* bajo reglamentación continua
- ✓ Evaluaciones dependientes de la cámara de comercio, y de los intereses propios de los cliente



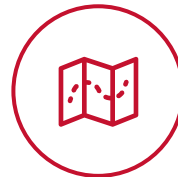
Apoyo gubernamental

- ✓ Red de posibilidades financieras para el desarrollo de las empresas importadoras por medio de terceros
- ✓ Cobertura de costos entre el 95-100% en el proceso de importación y exportación



Cobertura

- ✓ Empresas mayoristas y distribuidoras con alcance del 30% a nivel nacional aproximadamente



Normativas

- ✓ RETIE
- ✓ Normativas americanas OEA (Organización de los Estados Americanos)
- ✓ Normatividad europea



Competencia nacional

- ✓ Ferretería Argentina
- ✓ Ferretería Casandina
- ✓ Ferretería nacional
- ✓ Texcol
- ✓ Melexa
- ✓ Materiales eléctricos
- ✓ Mecánicos ME
- ✓ Cacharrería mundial
- ✓ Distribuciones eléctrica JE
- ✓ Grupo internacional IE

Principales marcas de importación colombiana



Otras marcas

Grupo Stanley, GBS y Apex: Herramientas manuales, eléctricas y accesorios.

Importación y Exportación

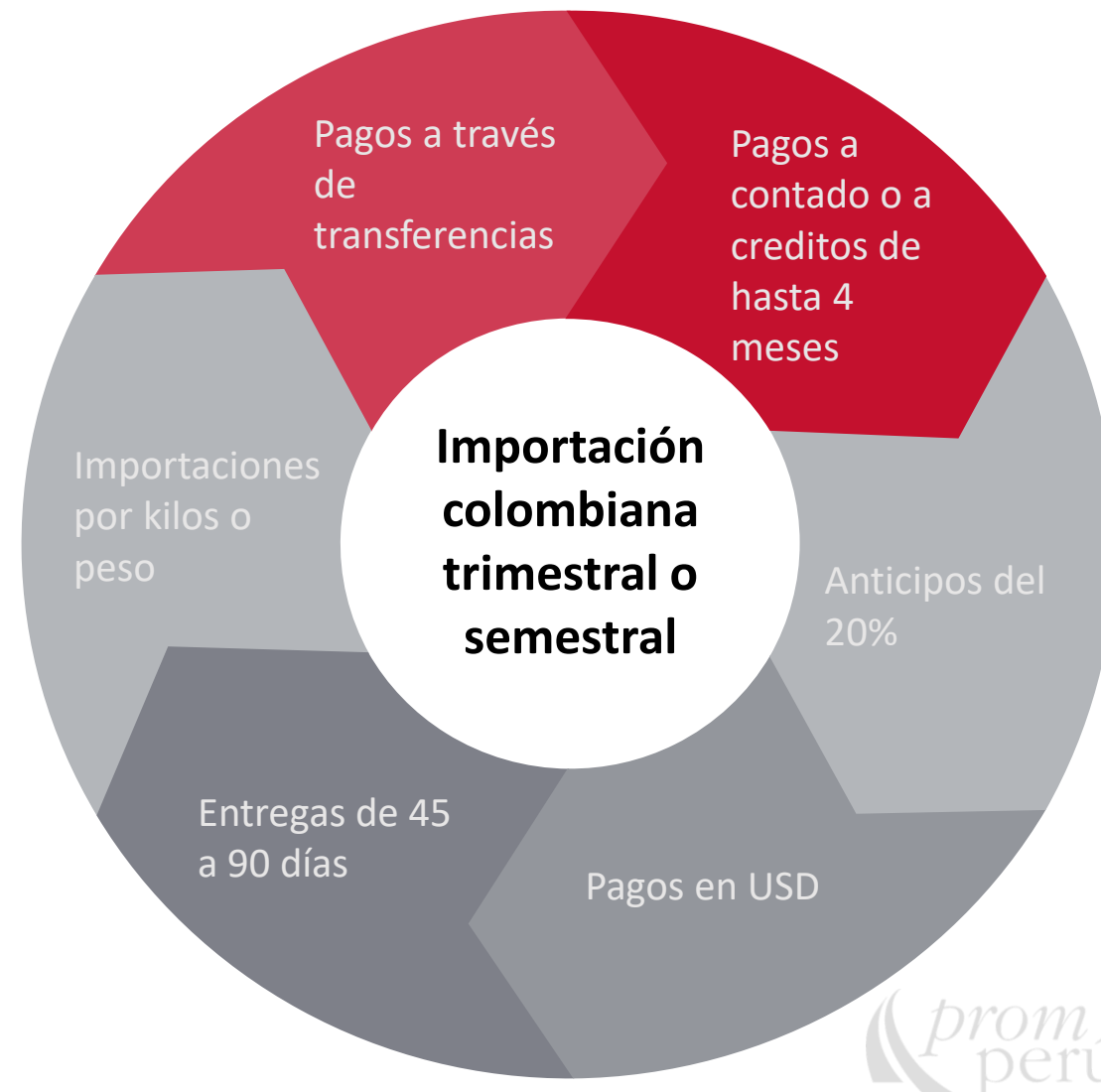
Ciclo de compra

- ✓ Análisis de las necesidades
- ✓ Selección de productos (cantidades y disponibilidad)
- ✓ Informes del proceso de compra entregado a la proveeduría
- ✓ Despacho de mercancía con previo acuerdo de compra

Principales líneas y acuerdos comerciales

Existen tres líneas comercializadas dependiendo el tipo de proyecto.

- ✓ **Soldaduras:** Empresas de ingeniería, proyectos de construcción, empresas de distribución eléctrica o electrificadoras del estado colombiano
- ✓ **Redes de distribución eléctrica:** Nolan Gas, Condensa, EPM, electrificadora Santander y proyectos de líneas de media tensión y electrodos
- ✓ **Aisladores eléctricos:** Empresas petrolíferas



Exportaciones colombianas de productos elaborados de metal

Producto	Participación	Valor USD
Herrajes y similares de metal para muebles, puertas, etc.	28%	\$7.4 Millones
Tapones y tapas de embalaje común	20%	\$5.4 Millones
Alambres, varillas, tubos, placas, electrodos y similares	19.5%	\$5.1 Millones
Candados y cerraduras de metal común	18.6%	\$4.8 Millones
Cierres, armazones, hebillas, ganchos y similares	4.44%	\$1.1 Millones

Producto	Participación	Valor USD
Aislantes eléctricos de cerámica	81%	\$6.1 Millones
Aislantes eléctricos (no sea cerámica ni vidrio)	18.3%	\$1.3 Millones
Aislantes eléctricos de vidrio	0.3%	\$22 Miles

Principales productos exportados por Colombia (*bienes terminados*): Teja de zinc, MetalDeck, pegante para porcelanato las boquillas, estuco listo y para relleno, todo tipo de equipo de soldadura

Exportaciones

- ✓ 30% de la producción a Costa Rica cerraduras
- ✓ Aislantes cerámicos: EE. UU 33%, Ecuador 20%, México 13%, El Salvador 6%, Canadá 5%

Actualidad

- ✓ Ecuador en un 10% de la producción de sistemas de iluminación
- ✓ Productos avalados por RETIE

- Retomando relaciones comerciales con soldadores
- Necesitan relaciones basadas en la confianza y cumplimiento de garantías y calidad

Valor exportado

- ✓ Electrodo para soldar y material de cerrajería representan 416 mdd
- ✓ Aislantes eléctricos de cualquier material de Colombia 7.5 mdd

Tendencias

Equipos de soldadura autógena: Welltech, Linconl.
Material PVC, Hearfod, Tubinsol, Pegatubo, Papco, E-Zwelt, Seso para PVC, Mig, de estaño y bronce



En herramientas la tendencia es inalámbrica, velocidad de carga en batería, ahorro y autonomía en tiempo con eliminación de carbones

Características principales solicitadas: Las soldaduras deben contar con IA y sincronización a gadgets por medio de internet de las cosas, deberán ser inalámbricos y autónomos

Participación

- ✓ 30% Colombia
- ✓ *Melexa y Materiales Eléctricos y Mecánicos ME*

Popularidad

- ✓ Soldadura 60-11 de 1/8
- ✓ Soldadura 60-13 de 1/18
- ✓ Soldadura 60-11 de 3/32

Publicidad

- ✓ Ferias del sector constructor
- ✓ Revistas especializadas

Dificultad

- ✓ Soldador y soldadura MIG
- ✓ Soldador NEG
- ✓ Herramientas eléctricas con electrodos.
- ✓ Transporte

Relaciones con Perú



Certificaciones: Algunas normas mencionadas son **NTC6050** para resistencia e impermeabilización aplicable principalmente a aditivos, resinas, látex y cementos.



El respaldo de la empresa en garantías así como las normas técnicas de acuerdo al bien final son los principales requerimientos derivados de las fluctuaciones de las cámaras de comercio y los requerimientos del RETIE.

01



Interés

- ✓ Interés alto en hierro peruano y cerámica por problemas de escasez,
- ✓ Pegantes cerámicos.
- ✓ Desabastecimiento global de microcomponentes

02



Experiencia

- ✓ Sin éxito en la búsqueda de proveeduría peruana
- ✓ No cuentan con experiencias propias o por medio de terceros con productos peruanos

03



Proveduría

- ✓ Aislantes eléctricos
- ✓ No cuentan con proveeduría
- ✓ Necesidad urgente
- ✓ Recurrencia en pedidos
- ✓ Todo tipo de aislador

04



Oportunidad

- ✓ Déficit de importación 4 meses con rápida rotación
- ✓ Empresas que cumplan con la normatividad y las regulaciones colombianas

05



Criterios

- ✓ Capacidad de producción
- ✓ Fijación de precios
- ✓ Entrega puntual

Criterios más importantes al elegir proveeduría



9

Identificación de oportunidades

Identificación de oportunidades por tipo de producto

Sub línea	Producto	Oportunidades
Cerraduras	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cerraduras tecnológicas y repuestos de productos con reconocimiento facial, lector de huella, tarjeta y llave. ✓ Cerraduras tubulares recomendable para despachos, habitaciones y demás. ✓ Cerraduras de sobreponer (para exteriores) ✓ Repuestos para cerraduras antiguas ✓ Cerraduras de edición limitada 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Necesidad de proveeduría urgente. ✓ Mercado prematuro con gran potencial ✓ Producto de mayor comercialización. ✓ Demanda al alza y escasez en proveeduría. ✓ Segundo producto más comercializado en el país.
Puertas de madera	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Láminas MDF ✓ Maderas macizas o especiales ✓ Puertas de seguridad o de lujo ✓ Herramientas y repuestos para fabricación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gran demanda con consumos diarios ✓ Altos costos y monopolización de materia prima actual ✓ Alta demanda en cedro, roble y cativo, para manufactura de puertas para entradas de viviendas.
Mármoles y travertinos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mármoles exóticos, blanco, crema, gris, negro y marrón para uso en construcción interior ✓ Granito ✓ Travertino para el suelos exteriores ✓ Piedra chellumbra ✓ Cuarcita 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Colombia no es productor de mármol existe una gran importación de diversas canteras. ✓ Incremento y popularidad del material en Colombia para baños, pisos y cocinas en diversos sectores económicos ✓ Grandes importaciones por constructoras colombianas de travertino para proyectos actuales ✓ Material con ventas aún sin salir embarque de país destino.

Sub línea	Producto	Oportunidades
Baldosas y revestimientos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Azulejos para revestimiento (Tonalidades claras, esmaltados) ✓ Baldosas y revestimientos cerámicos y porcelánicos ✓ Baldosas gres (para recubrimiento y pavimentación) ✓ Gres porcelánico (mayor comercialización) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Productos mayor venta y mayor escasez ✓ Tablones rústicos y baldosas pesadas ✓ En tonalidades claras con formato de 30x30, 30x45, 60x60, 60x45, 30x60 ✓ - Porcelanato y revestimientos cerámicos.
Porcelana sanitaria	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lavabos regulares ✓ Inodoros cerámicos de lujo, tecnológicos, para discapacidad, y para construcciones de interés social 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lavabos suspendidos o sobre encimeras son los más comunes al usar menos material para su disposición. ✓ Urinales, para establecimientos y centros comerciales. ✓ Tendencias de consumo son tonos suaves (blanco, beige y café suave) en menor proporción tonos pastel (azul, verde, tonos oscuros negros y azules, cobalto). ✓ Existe una falta en revestimientos de cerámica y porcelanato en grandes y pequeños formatos 60x60, 60x45 y 30x30
Material eléctrico: Soldaduras, electrodos, varillas y aisladores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Electrodo desnudos y con revestimientos ✓ Aisladores de cualquier material 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Materiales escasos y de difícil obtención en el mercado colombiano

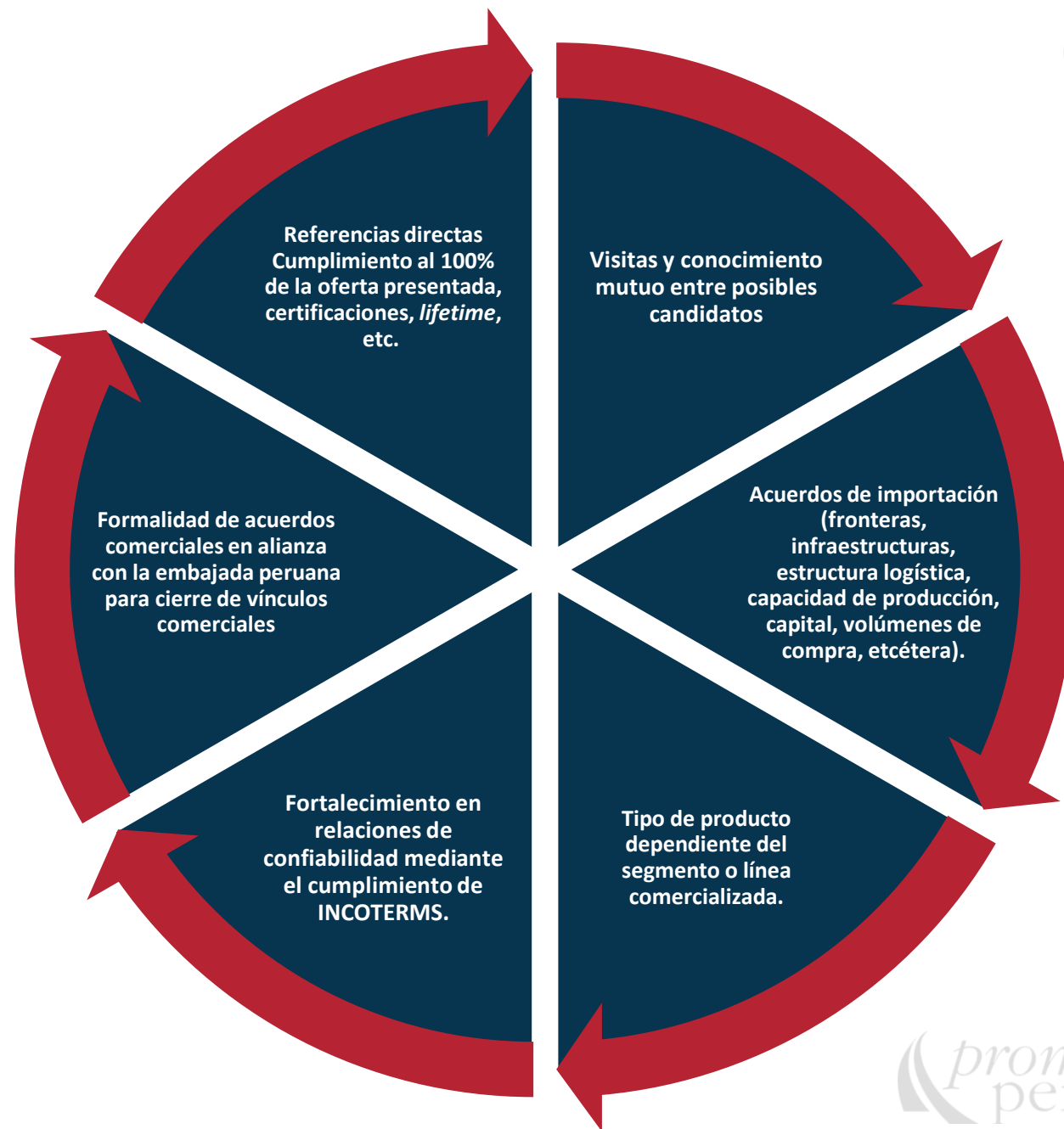
Canales de comercialización identificados sector MAC

Canal	Descripción
Importador / Distribuidor	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Forma más habitual de comercializar productos en el sector. ✓ Existe la distribución o importación a través de showrooms (<i>muy recomendable</i>) para empresas de materiales de construcción al segmento de alta gama.
Tiendas y almacenes medianos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Compuesto por pequeños establecimientos localizados en zonas urbanas encargadas de la distribución nacional al segmento MAC minorista (<i>particulares o pequeños negocios de construcción y reparaciones</i>). ✓ Tendencia del segmento minorista: Profesionalización y expansión de la cadena por franquicia, negocios especializados y negocios de alta gama.
Grandes franquicias	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Homecenter y Home Sentry son los máximos exponentes de este modelo de negocio en Colombia. Su poder de ventas está basado en la gran gama de productos ofertados, servicios postventa y precios competitivos.
Venta Online	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Canal inmaduro y poco utilizado, aunque existen empresas líderes con ventas multi producto a través de internet como WhatsApp, linio, mercado libre, OXL, etc. ✓ El cliente final de este tipo de canal es el consumidor doméstico.

Percepción colombiana sobre el producto peruano por sub línea

Subsector	Percepción
Cerraduras	El 70% de las empresas entrevistadas no tienen experiencia previa ni por medio de terceros con productos peruanos. El otro 30% cuenta con experiencia en importación de materia prima <i>Zamac</i> para fabricación de cerraduras.
Puertas de madera	Pocas empresas de la muestra conocen el producto peruano, no mencionaron nombres debido a la poca actividad que realizaron de manera directa con el proveedor.
Mármoles y travertinos	Las marmolerías conocen el travertino peruano <i>sapiedra</i> . Desearían que la oferta peruana fuera del mismo nivel que la europea con precios asequibles para un incremento en la constancia de compra siempre y cuando la logística sea excelente para evitar fallos en la entrega de material al cliente.
Baldosas	Las empresas se encuentran con disponibilidad de acuerdos comerciales en Perú. Hasta el momento no han logrado tener éxito en la búsqueda de contactos principalmente para revestimientos de cerámica y porcelanato en grandes y pequeños formatos.
Lavabos de Cerámica	Se menciona la marca peruana <i>EDESA</i> con excelentes comentarios sobre porcelana sanitaria. Las empresas entrevistadas únicamente han escuchado comentarios por medio de terceros. La información de proveeduría peruana recopilada en las entrevistas engloba una calidad promedio mencionando a la marca <i>Trébol</i> en porcelana sanitaria y a <i>Celima</i> para grifería.
Material Eléctrico	Existe un gran interés en el hierro peruano y la cerámica derivados de los problemas de escasez Al igual que para pegantes cerámicos.

Los principales requerimientos a seguir para considerar nuevas ofertas internacionales y/o nacionales proviene de **la credibilidad de marca ante el mercado colombiano**. La seriedad, respeto y experiencia de las empresas ya que el renombre es parte fundamental del crecimiento y la asociación con la calidad de los productos ofertados dentro de sus cadenas de comercialización. Los principales requerimientos identificados dentro de la muestra colombiana del sector MAC son los siguientes



Oportunidades y recomendaciones

A) Gobierno peruano: Estrategia de valor país

1. **Fortalecimiento de imagen país** con relación a la proveeduría de bienes finales, materia prima e insumos químicos para la fabricación y comercialización de materiales del sector MAC.
2. **Promoción** y apoyos a coinversiones para el otorgamiento de subsidios para la exportación de productos peruanos para el impulso y el crecimiento post pandémico.
3. Se recomienda una sólida comunicación para la identificación y desarrollo de oportunidades comerciales.

B) Ecosistema empresarial: Estrategia nacional de exportación

1. Desarrollo de estrategias comerciales conjuntas entre empresas colombianas y peruanas con validaciones gubernamentales para la futura independencia comercial con Asia y aprovechamiento geográfico para los productos de exportación terrestre, aérea y marítima.
2. Elaboración de proyectos encaminados a fomentar la competitividad y el desarrollo del sector MAC para la exportación peruana mediante un análisis que establezca las prioridades que mejoren las acciones actuales bajo solidez del sector público y privado reforzando y vinculando acuerdos para el crecimiento económico nacional.

C) Estrategia de cumplimiento para construcción de relaciones comerciales a largo plazo

1. Realización de matchmaking entre empresas peruanas y colombianas.
2. Proceso de venta centrado en formalidad, seriedad y transparencia.
3. Compromiso en el cumplimiento de tiempo y forma de acuerdos comerciales suscritos.
4. Formalización de precio y relacionamiento en base a la confianza y precios fijos.

D) Ecosistema Exportador: Estrategia de vinculación.

1. Alianzas de proveeduría con empresas colombianas hacia sub líneas del sector MAC.
2. Alianzas logísticas en relación a transporte y reducción de costos bajo estrategias *In house* y *Neer buy*.



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Preguntas y Respuestas

Christian Flores

Especialista de mercado



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

