PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

prom perú

Perú

Coyuntura Sectorial

Manufacturas

Materiales y acabados para la construcción

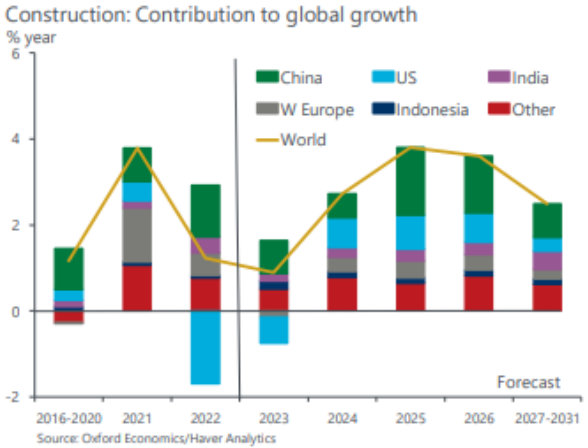
PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

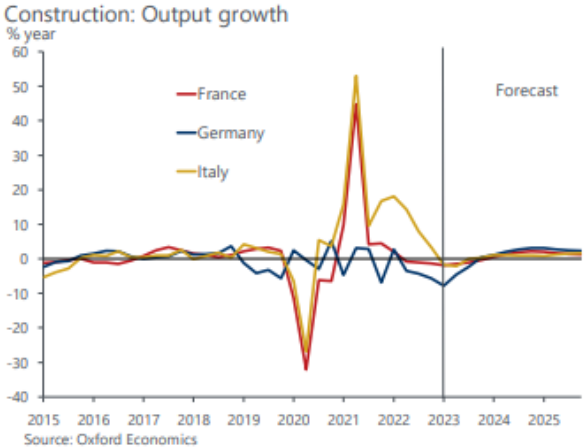
prom perú

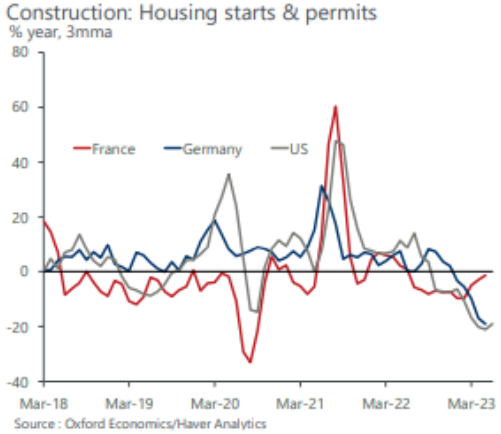
Perú

1 El mercado mundial de la construcción

Valor del mercado mundial del sector construcción



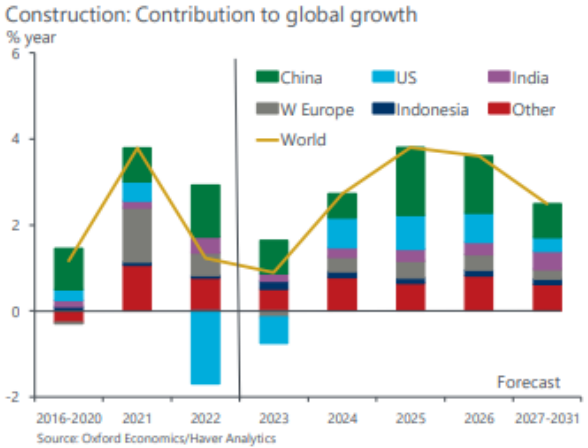


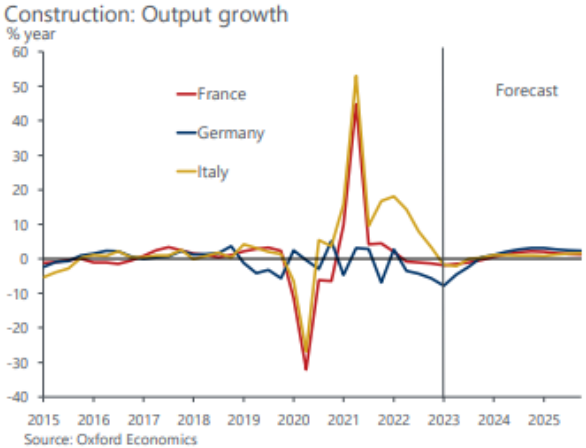


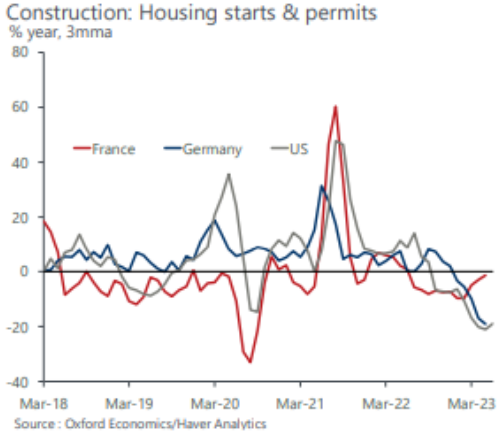
Según un informe de Deloitte España, el tamaño agregado del mercado de la construcción fue valorado en USD 7,3 billones en 2021 y se prevé que alcance los USD 14,4 billones para 2030, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 7,3% desde 2022 hasta 2030.

La construcción de viviendas en EE. UU. volvió a contraerse en marzo, con una caída intermensual del 0,8%. Aunque el segmento de unidades individuales subió un 2,7% en el mes, el sector fue lastrado por la actividad plurifamiliar que se desplomó un 5,9%.

Valor del mercado mundial del sector construcción





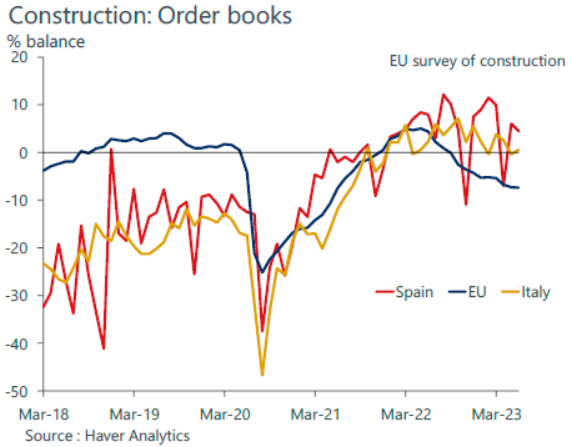


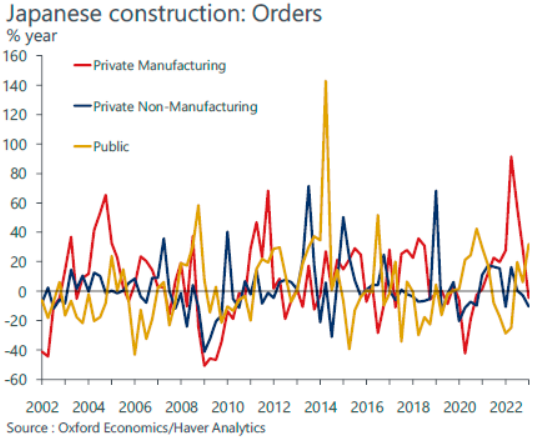
El índice inmobiliario chino subió una vez más en marzo, aunque por mucho menos que el salto entre diciembre y febrero. El índice ahora se encuentra en 94.71.La inversión prevista aumenta un 0,9% interanual, mientras que el suelo/espacio de terminado creció 14.7% a/a. Sin embargo, el espacio de piso de los edificios vendidos siguió cayendo, con una caída del 3,5% en marzo.

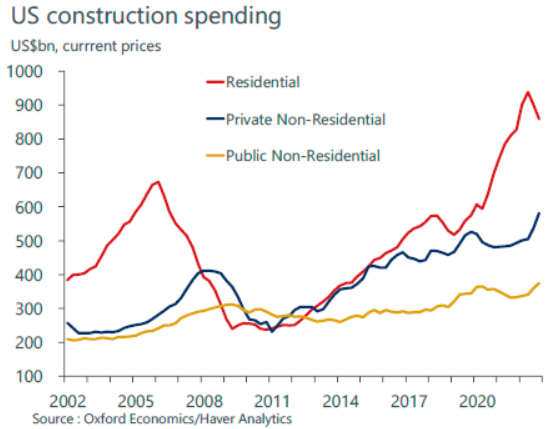
Toda la actividad de trabajos de construcción en el Reino Unido aumentó un 2,4% en febrero. Infraestructura continuó con su débil comienzo hasta 2023 y fue el único subsector que redujo la producción, con un descenso del 1,7%. Por el contrario, la vivienda pública continuó su fuerte inicio de año al expandirse 6% en el mes. Tanto la industria privada como la comercial privada también subió un 1,7% mes a mes.

Los pedidos de construcción alemanes subieron un 4,2% en febrero, impulsado principalmente por la obra civil, que subió en un 14,6%. Los pedidos de construcción de edificios cayeron un 6% m/m, como tanto en pedidos residenciales como no residenciales contratados.

Valor del mercado mundial del sector construcción



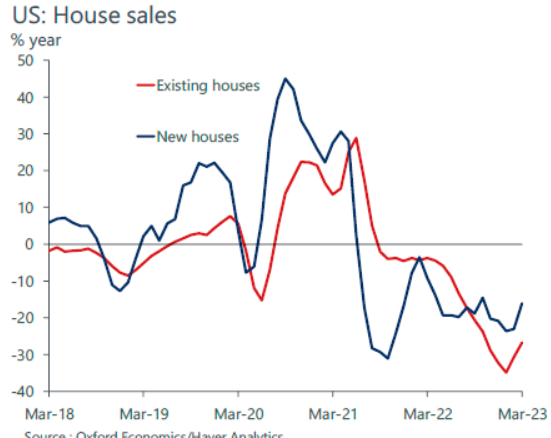




Industry Output - Construction

Value Added Index (2015=100) and year-on-year % changes, seasonally adjusted

	USA		Japan		Germany		France		Italy		UK	
	Index	% change	Index	% change	Index	% change	Index	% change	Index	% change	Index	% change
Mar	155.3	17.2	108.6	-2.9	138.3	7.9	104.4	62.7	143.1	122.2	114.7	8.5
Apr	156.4	10.7	109.7	-0.7	132.3	-1.5	104.4	4.1	140.3	19.9	114.6	3.1
May	157.5	10.6	110.7	0.7	134.3	0.9	104.2	2.4	138.9	17.8	117.2	6.4
Jun	158.4	10.8	111.7	1.1	134.6	1.4	102.9	2.8	136.3	11.7	114.2	4.5
Jul	159.7	11.0	111.9	0.8	133.6	0.5	102.9	1.3	131.8	7.5	115.6	6.4
Jan	157.9	9.5	112.9	2.8	131.5	1.5	101.0	3.3	135.2	9.1	116.3	7.5
Sep	158.8	10.7	112.8	2.6	131.8	-1.1	103.6	1.5	135.3	7.8	116.1	6.8
Oct	158.8	10.0	112.3	2.0	135.6	1.3	104.6	0.0	134.2	4.6	117.0	7.9
Nov	161.6	10.5	112.4	2.4	136.1	1.5	104.8	2.2	137.9	5.9	117.2	6.2
Dec	161.5	9.4	111.9	2.5	123.2	-6.0	103.1	4.4	138.5	4.9	118.2	6.1
2023												
Jan	162.1	6.9	112.9	4.8	135.4	-1.7	103.3	-1.8	138.1	3.4	116.2	3.3
Feb	162.0	5.2	113.5	5.9	140.0	1.7	105.0	0.5	140.3	1.5	119.0	5.7



Valor del mercado top 100 – compañías globales

Figure 1.1: Top 100 Global Construction Companies by Country

Country	Number of company	Sales 2021 (USD million)	%Change 2021 - 2020	% Change LC 2021 - 2020	MC (USD million)	% Change MC 2021 - 2020	% Change LC 2021 - 2020
AUSTRALIA	2	14,064	(17.3%)	(26.8%)	10,304	13.5%	8.5%
AUSTRIA	2	24,215	9.3%	5.5%	4,893	5.4%	11.8%
BELGIUM	1	4,302	16.9%	12.9%	3,539	36.8%	46.9%
BRAZIL	1	1,319	0.9%	5.5%	1,04	(40.9%)	(36.6%)
CANADA	2	9,054	13.9%	6.5%	5,102	35.7%	34.4%
CHILE	1	940	66.9%	78.1%	170	(34.2%)	(21.1%)
CHINA	11	990,930	23.2%	15.1%	112,762	2.7%	0.0%
DENMARK	1	2,360	18.3%	10.5%	777	(1.4%)	(0.2%)
FINLAND	1	3,382	(3.5%)	(6.8%)	1,027	(18.5%)	(12.5%)
FRANCE	3	125,054	16.2%	12.2%	83,611	(0.2%)	7.4%
GERMANY	1	1,819	54.8%	49.4%	260	(10.6%)	(11.7%)
GREECE	3	5,588	16.6%	12.6%	3,886	17.1%	22.8%
INDIA	1	18,520	(12.9%)	(8.8%)	27,24	80.9%	75.6%
ISRAEL	1	2,886	20.3%	20.3%	2,653	28.6%	24.4%
ITALY	1	7,752	35.1%	30.5%	2,369	47.3%	45.2%
JAPAN	14	189,185	(3.0%)	(5.3%)	89,863	20.4%	25.2%
MEXICO	1	6,141	39.8%	31.6%	7,295	(3.3%)	(0.8%)
NETHERLANDS	2	10,722	9.7%	5.9%	1,223	49.2%	60.2%
NORWAY	1	4,373	7.9%	(1.4%)	2,029	16.5%	19.5%
PORTUGAL	1	3,066	10.5%	6.7%	446	12.6%	20.8%
SOUTH KOREA	7	80,414	(0.5%)	(0.1%)	28,298	(14.4%)	(6.5%)
SPAIN	7	68,332	(3.9%)	(7.2%)	49,026	11.3%	19.4%
SWEDEN	4	31,559	(4.1%)	(6.5%)	19,511	7.4%	18.2%
SWITZERLAND	1	4,117	(3.1%)	(5.6%)	501	(33.2%)	(38.8%)
TAIWAN	1	2,525	33.9%	27.0%	1,025	(1.1%)	(2.6%)
THAILAND	1	1,875	8.4%	8.8%	363	85.5%	105.4%
TURKEY	2	4,690	40.8%	42.5%	6,94	8.8%	93.7%
U.A.E.	1	965	(71.4%)	5.1%	564	(7.2%)	(7.2%)
UK	11	51,067	21.5%	13.3%	51,078	19.8%	16.3%
USA	14	147,984	12.2%	12.2%	144,666	28.4%	28.4%
Grand Total	**100**	**1,819,201**	**14.1%**		**662,460**	**13.3%**	

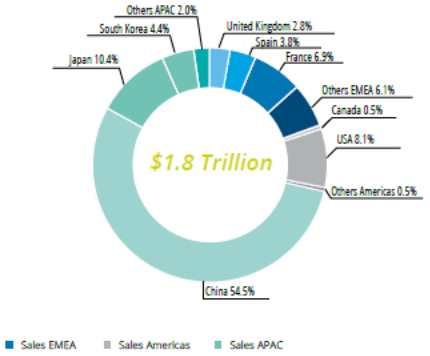
Valor del mercado top 100 – compañías globales

Figure 1.1: Top 100 Global Construction Companies by Country

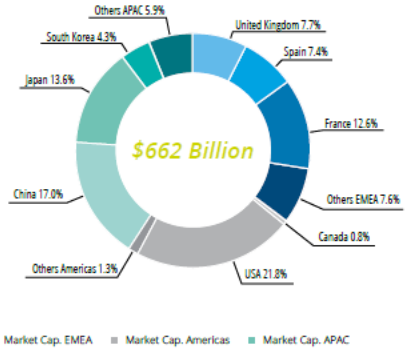
Country	Number of company	Sales 2021 (USD million)	%Change 2021 - 2020	% Change LC 2021 - 2020	MC (USD million)	% Change MC 2021 - 2020	% Change LC 2021 - 2020
AUSTRALIA	2	14,064	(17.3%)	(26.8%)	10,304	13.5%	8.5%
AUSTRIA	2	24,215	9.3%	5.5%	4,893	5.4%	11.8%
BELGIUM	1	4,302	16.9%	12.9%	3,539	36.8%	46.9%
BRAZIL	1	1,319	0.9%	5.5%	1,04	(40.9%)	(36.6%)
CANADA	2	9,054	13.9%	6.5%	5,102	35.7%	34.4%
CHILE	1	940	66.9%	78.1%	170	(34.2%)	(21.1%)
CHINA	11	990,930	23.2%	15.1%	112,762	2.7%	0.0%
DENMARK	1	2,360	18.3%	10.5%	777	(1.4%)	(0.2%)
FINLAND	1	3,382	(3.5%)	(6.8%)	1,027	(18.5%)	(12.5%)
FRANCE	3	125,054	16.2%	12.2%	83,611	(0.2%)	7.4%
GERMANY	1	1,819	54.8%	49.4%	260	(10.6%)	(11.7%)
GREECE	3	5,588	16.6%	12.6%	3,886	17.1%	22.8%
INDIA	1	18,520	(12.9%)	(8.8%)	27,24	80.9%	75.6%
ISRAEL	1	2,886	20.3%	20.3%	2,653	28.6%	24.4%
ITALY	1	7,752	35.1%	30.5%	2,369	47.3%	45.2%
JAPAN	14	189,185	(3.0%)	(5.3%)	89,863	20.4%	25.2%
MEXICO	1	6,141	39.8%	31.6%	7,295	(3.3%)	(0.8%)
NETHERLANDS	2	10,722	9.7%	5.9%	1,223	49.2%	60.2%
NORWAY	1	4,373	7.9%	(1.4%)	2,029	16.5%	19.5%
PORTUGAL	1	3,066	10.5%	6.7%	446	12.6%	20.8%
SOUTH KOREA	7	80,414	(0.5%)	(0.1%)	28,298	(14.4%)	(6.5%)
SPAIN	7	68,332	(3.9%)	(7.2%)	49,026	11.3%	19.4%
SWEDEN	4	31,559	(4.1%)	(6.5%)	19,511	7.4%	18.2%
SWITZERLAND	1	4,117	(3.1%)	(5.6%)	501	(33.2%)	(38.8%)
TAIWAN	1	2,525	33.9%	27.0%	1,025	(1.1%)	(2.6%)
THAILAND	1	1,875	8.4%	8.8%	363	85.5%	105.4%
TURKEY	2	4,690	40.8%	42.5%	6,94	8.8%	93.7%
U.A.E.	1	965	(71.4%)	5.1%	564	(7.2%)	(7.2%)
UK	11	51,067	21.5%	13.3%	51,078	19.8%	16.3%
USA	14	147,984	12.2%	12.2%	144,666	28.4%	28.4%
Grand Total	**100**	**1,819,201**	**14.1%**		**662,460**	**13.3%**	

Figure 1.3: Top 100 Global Construction Company Sales and Market Capitalization

Sales



Market capitalization



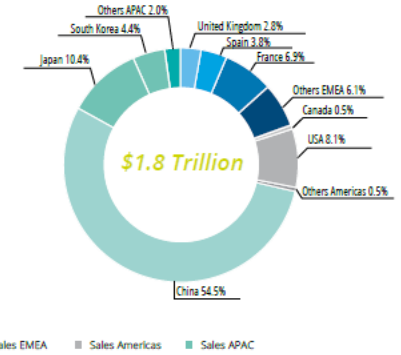
Valor del mercado top 100 – compañías globales

Figure 3.1: Top 30 Global Construction Companies by 2021 international and domestic sales

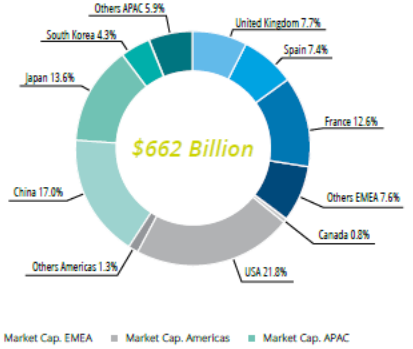
Rank	Company	Country	International sales (USD million)	Domestic sales (USD million)	International sales as % of total sales
1	ACS	SPAIN	29,397	3,535	89.3%
2	VINCI	FRANCE	27,302	31,136	46.7%
3	BOUYGUES	FRANCE	17,738	26,731	39.9%
4	STRABAG	AUSTRIA	15,524	2,574	85.8%
5	CCCC	CHINA	14,702	91,585	13.8%
6	CSCEC	CHINA	13,841	279,353	4.7%
7	SKANSKA	SWEDEN	12,635	4,130	75.4%
8	SAMSUNG C&T	SOUTH KOREA	10,504	19,591	34.9%
9	POWER CHINA	CHINA	10,471	59,130	15.0%
10	CREC	CHINA	8,493	157,885	5.1%
11	CRCC	CHINA	7,281	150,841	4.6%
12	CEEC	CHINA	7,170	42,795	14.4%
13	L&T	INDIA	6,860	11,660	37.0%
14	EIFFAGE,	FRANCE	5,980	16,167	27.0%
15	HDEC	SOUTH KOREA	5,184	10,595	32.9%
16	KAJIMA	JAPAN	4,623	13,354	25.7%
17	JACOBS	USA	4,422	9,671	31.4%
18	OBAYASHI	JAPAN	3,548	13,107	21.3%
19	SEKISUI	JAPAN	3,486	19,523	15.2%
20	MCC	CHINA	3,119	74,480	4.0%
21	AECOM	USA	3,113	10,228	23.3%
22	TAISEI	JAPAN	1,395	12,557	10.0%
23	SCG	CHINA	1,041	42,528	2.4%
24	PULTEGROUP	USA	550	13,377	3.9%
25	SHIMIZU	JAPAN	210	13,519	1.5%
26	LENNAR	USA	168	26,963	0.6%
27	DAIWA	JAPAN	-	38,899	0.0%
28	D.R. HORTON	USA	-	27,774	0.0%
29	DAITO	JAPAN	-	14,034	0.0%
30	IIDA	JAPAN	-	13,726	0.0%
	TOTAL		218,757	1,237,414	14.9%

Figure 1.3: Top 100 Global Construction Company Sales and Market Capitalization

Sales

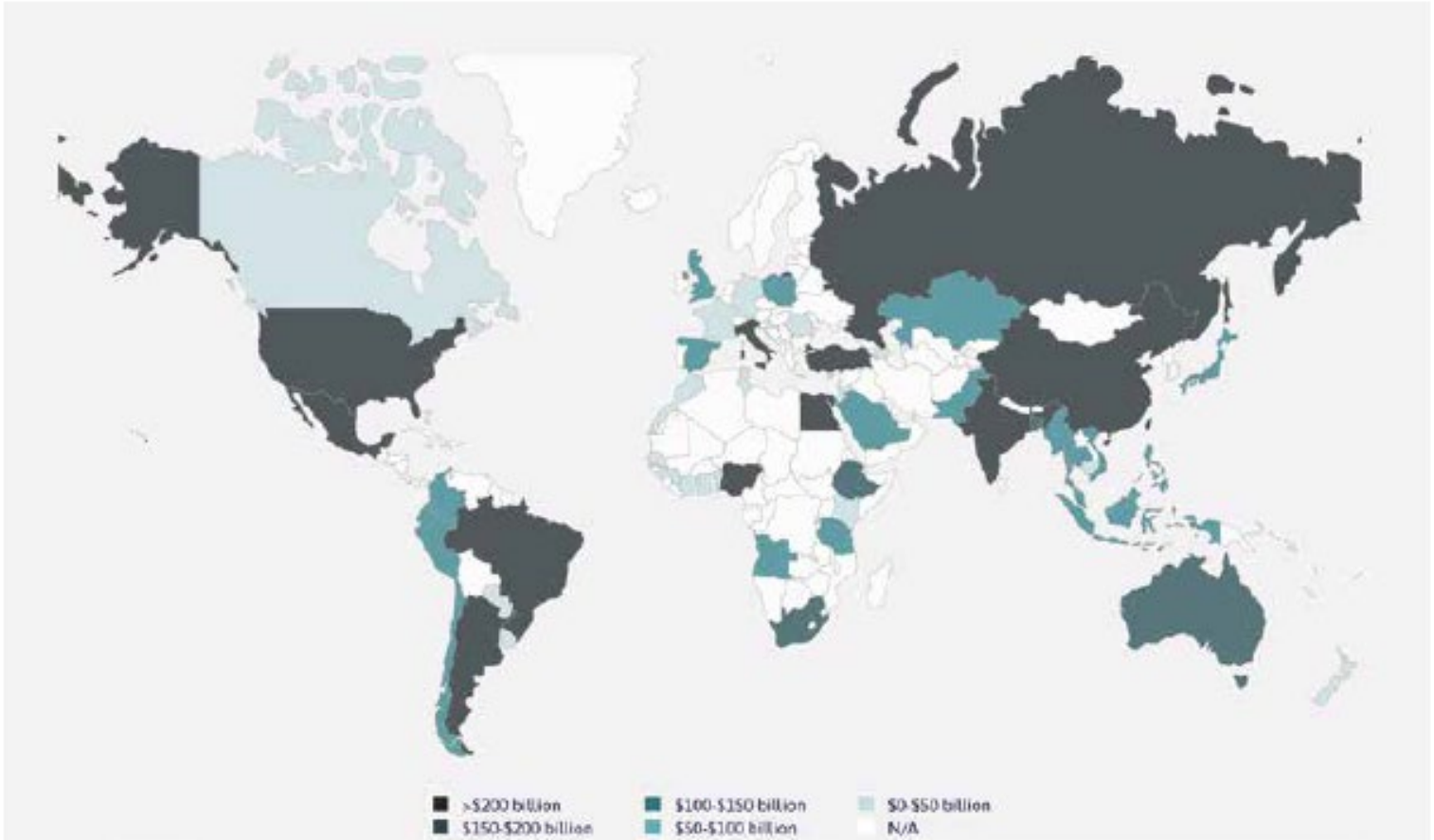


Market capitalization



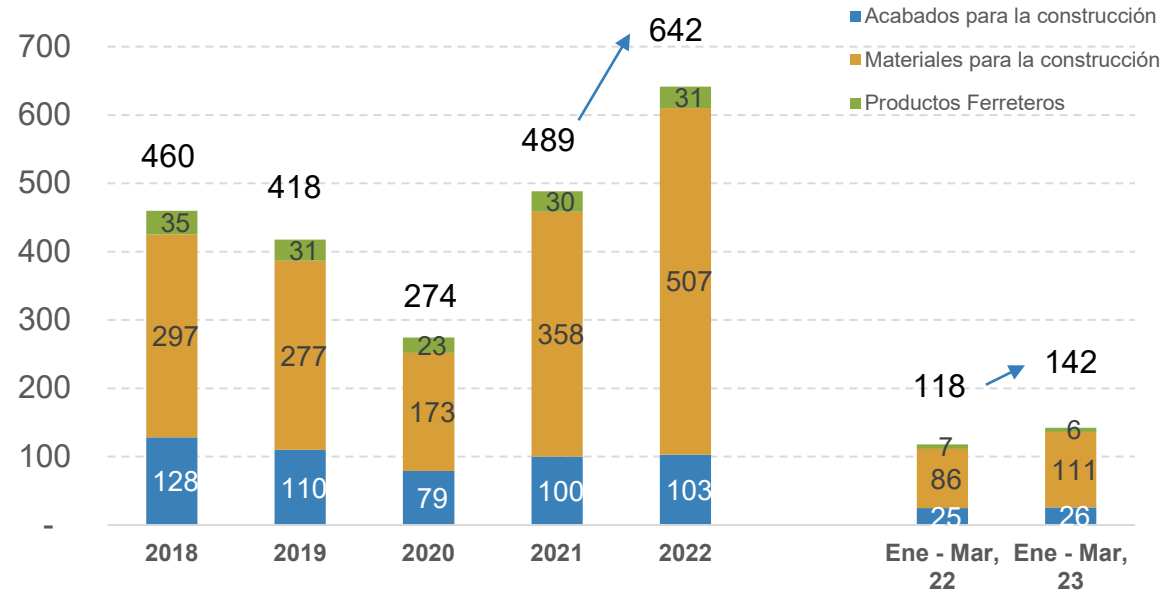
Brechas de infraestructura

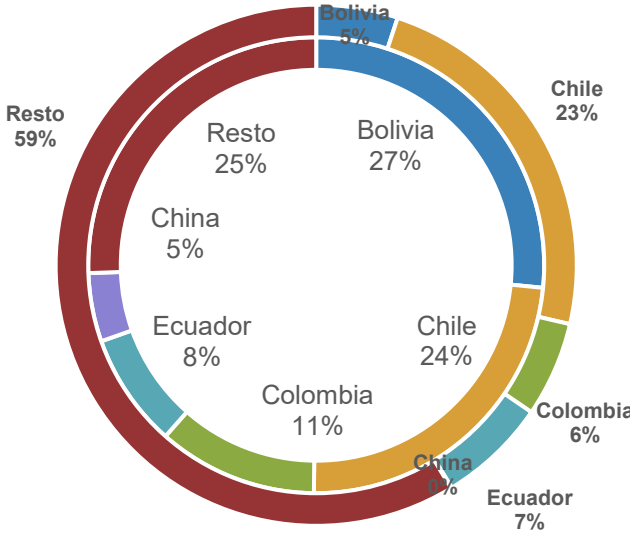
Figure 4.3: Total forecast infrastructure investment gaps

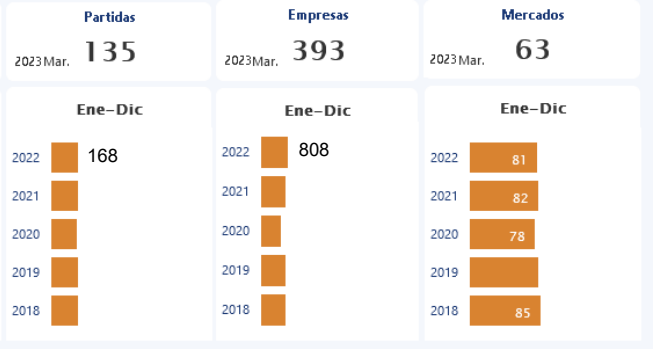


2 Desempeño Sectorial

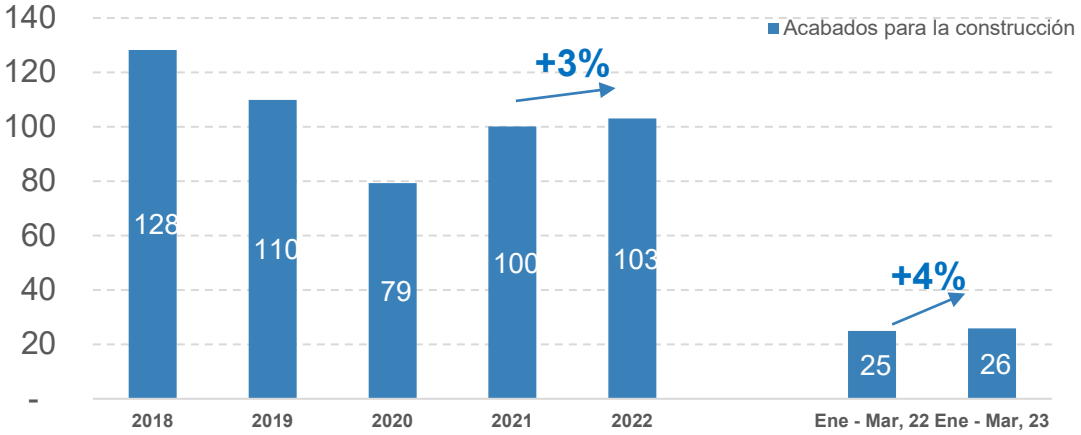
Desempeño de las exportaciones de materiales y acabados para la construcción

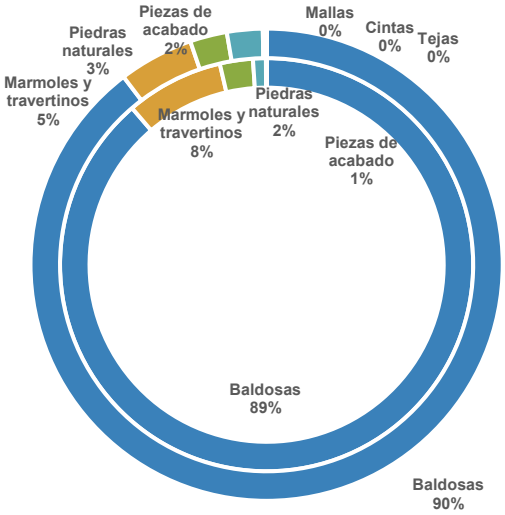


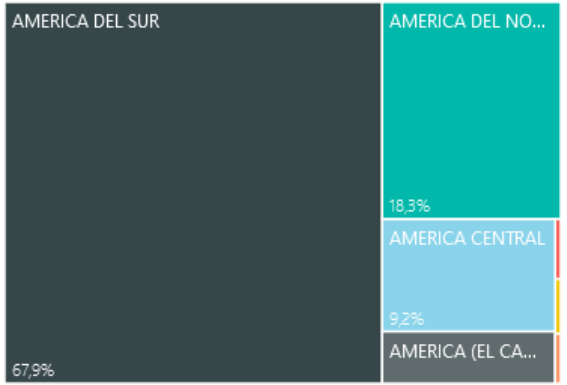


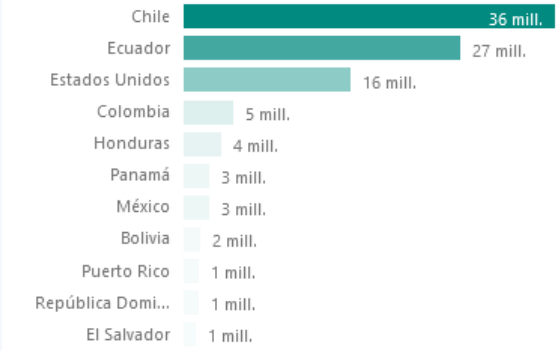


Desempeño de las exportaciones de acabados para la construcción

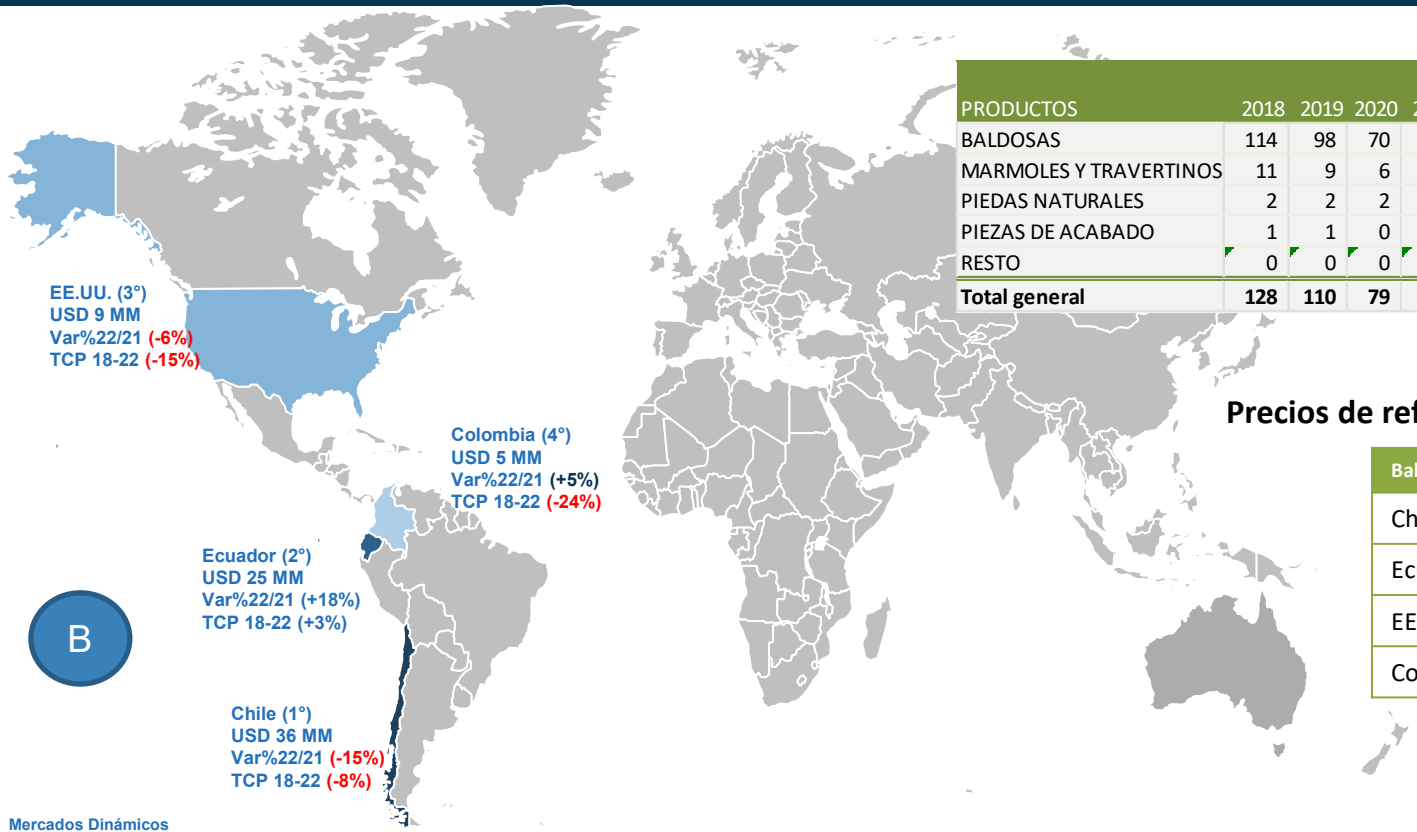








Desempeño de las exportaciones de acabados para la construcción



Desempeño por producto

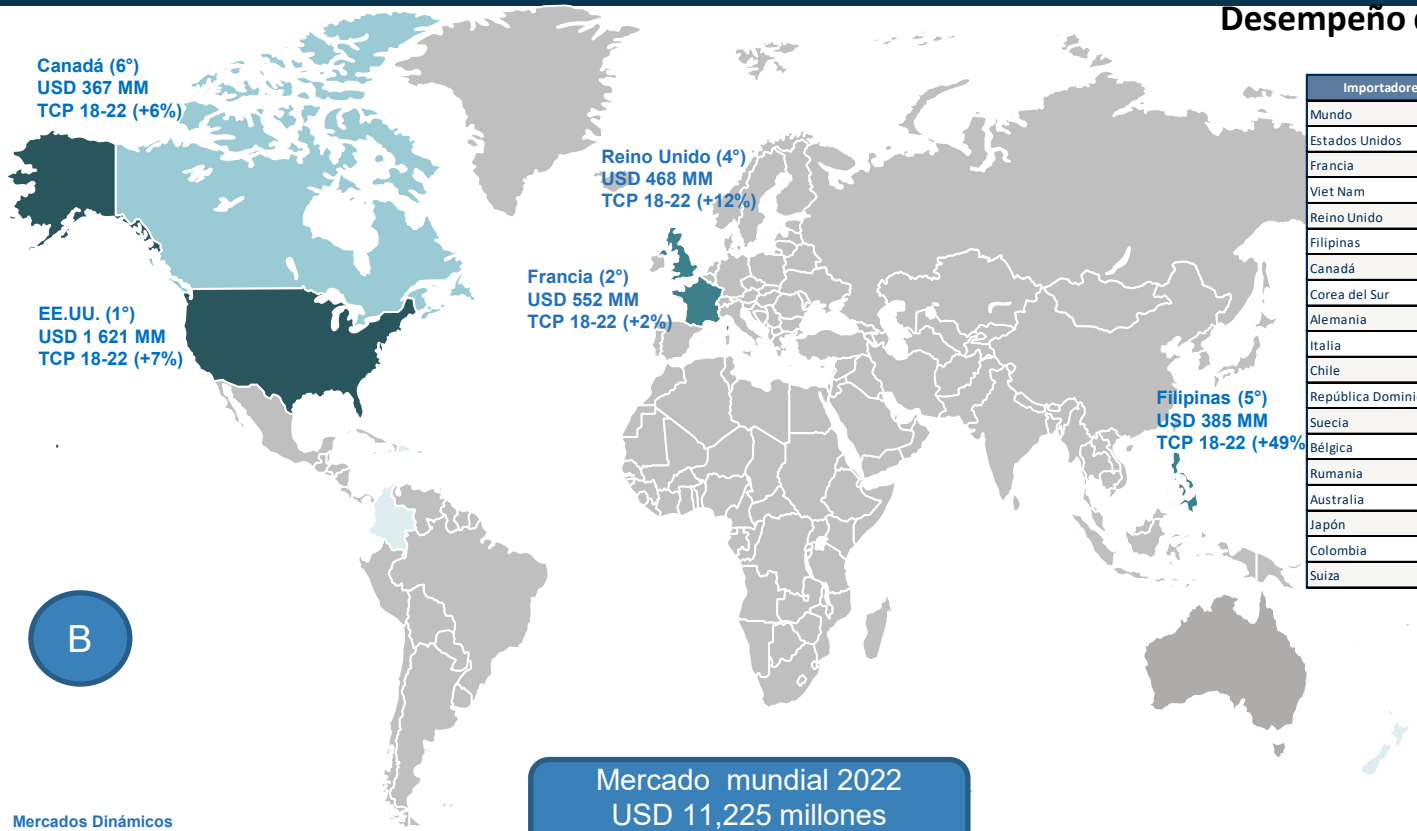
(Millones USD)

PRODUCTOS	2018	2019	2020	2021	2022	Var%22/21	TCP 18-22	I TRIM 2022	I TRIM 2023	Var%22/21
BALDOSAS	114	98	70	89	91	3%	-5%	22	23	4%
MARMOLES Y TRAVERTINOS	11	9	6	7	8	9%	-9%	2	1	-36%
PIEDAS NATURALES	2	2	2	3	3	-6%	15%	1	1	-1%
PIEZAS DE ACABADO	1	1	0	1	1	44%	8%	0	1	24216%
RESTO	0	0	0	0	0	-61%	-22%	0	0	599%
Total general	**128**	**110**	**79**	**100**	**103**	**3%**	**-5%**	**25**	**26**	**4%**

Precios de referencia para baldosas (USD/M^2)

Baldosas	Mínimo	Promedio	Máximo
Chile	24	446	3,468
Ecuador	208	387	1,667
EE.UU.	966	2,454	5,448
Colombia	24	225	422

Desempeño de las importaciones de acabados para la construcción



Desempeño de importaciones por producto

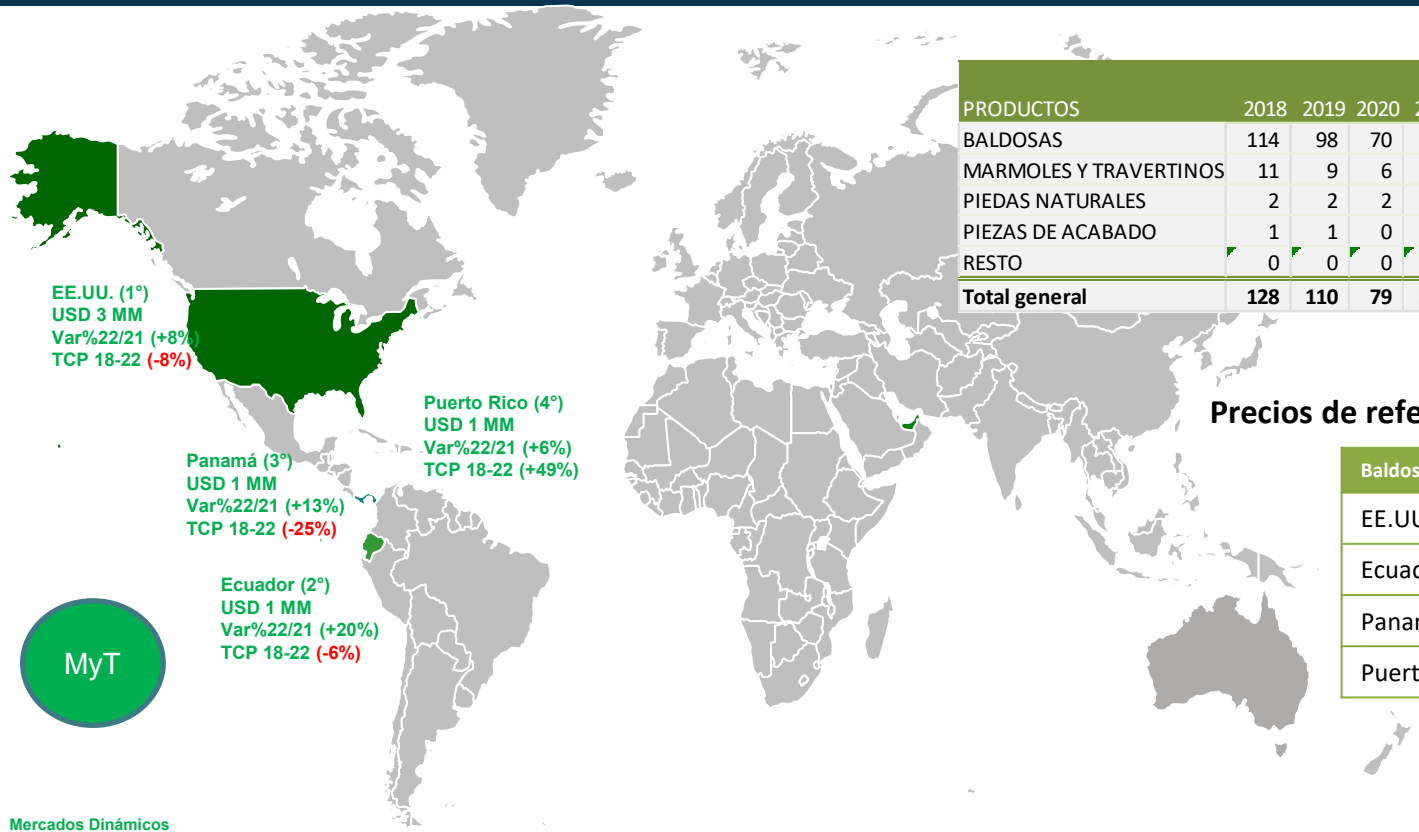
(Millones USD)

Importadores	2018	2019	2020	2021	2022	% Part 22	tcp 18 - 22
Mundo	9,435	9,132	8,636	10,985	11,225	100%	4%
Estados Unidos	1,228	1,219	1,109	1,386	1,621	14%	7%
Francia	507	492	472	584	552	5%	2%
Viet Nam	100	80	71	70	517	5%	51%
Reino Unido	300	313	278	341	468	4%	12%
Filipinas	79	61	63	217	385	3%	49%
Canadá	287	276	276	367	367	3%	6%
Corea del Sur	330	272	264	305	313	3%	-1%
Alemania	369	326	318	325	292	3%	-6%
Italia	187	199	158	241	231	2%	5%
Chile	163	144	127	252	214	2%	7%
República Dominicana	55	72	73	174	213	2%	41%
Suecia	145	137	137	139	154	1%	1%
Bélgica	118	127	138	144	149	1%	6%
Rumania	134	130	140	152	146	1%	2%
Australia	142	122	120	139	143	1%	0%
Japón	115	125	110	130	134	1%	4%
Colombia	92	75	61	114	133	1%	10%
Suiza	123	123	116	130	126	1%	0%

Mercado mundial 2022
USD 11,225 millones
TCP18 – 22 (+4%)

Mercados Dinámicos
R. Dominicana USD 213 MM / TCP (+41%)
Colombia USD 133 MM / TCP (+10%)
Nueva Zelanda USD 121 MM / TCP (+43%)
Guatemala USD 86 MM / TCP (+42%)

Desempeño de las exportaciones de acabados para la construcción



Mercados Dinámicos
Puerto Rico USD 1 MM / TCP (+49%)
Costa Rica USD 0.3 MM / TCP (+27%)
EAU USD 0.1 MM / TCP (+50%)
R. Dominicana USD 0.1 MM / TCP (+69%)

Desempeño por producto

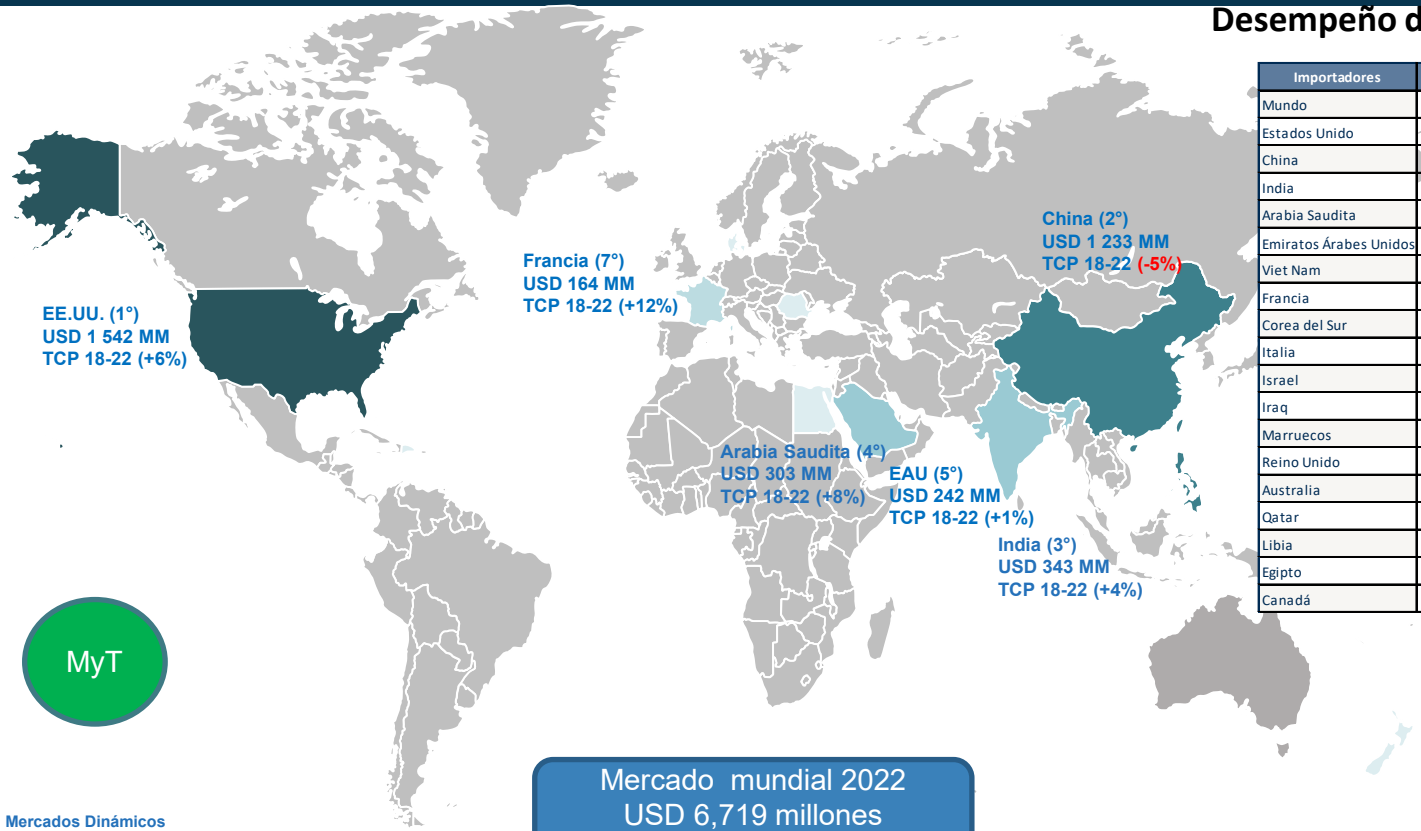
(Millones USD)

PRODUCTOS	2018	2019	2020	2021	2022	Var%22/21	TCP 18-22	I TRIM 2022	I TRIM 2023	Var%22/21
BALDOSAS	114	98	70	89	91	3%	-5%	22	23	4%
MARMOLES Y TRAVERTINOS	11	9	6	7	8	9%	-9%	2	1	-36%
PIEDAS NATURALES	2	2	2	3	3	-6%	15%	1	1	-1%
PIEZAS DE ACABADO	1	1	0	1	1	44%	8%	0	1	24216%
RESTO	0	0	0	0	0	-61%	-22%	0	0	599%
Total general	**128**	**110**	**79**	**100**	**103**	**3%**	**-5%**	**25**	**26**	**4%**

Precios de referencia para marmoles (USD/M²)

Baldosas	Mínimo	Promedio	Máximo
EE.UU.	50	1,082	16,651
Ecuador	80	668	1,888
Panamá	493	857	1,396
Puerto Rico	415	1,131	9,943

Desempeño de las importaciones de acabados para la construcción



Desempeño de importaciones por producto

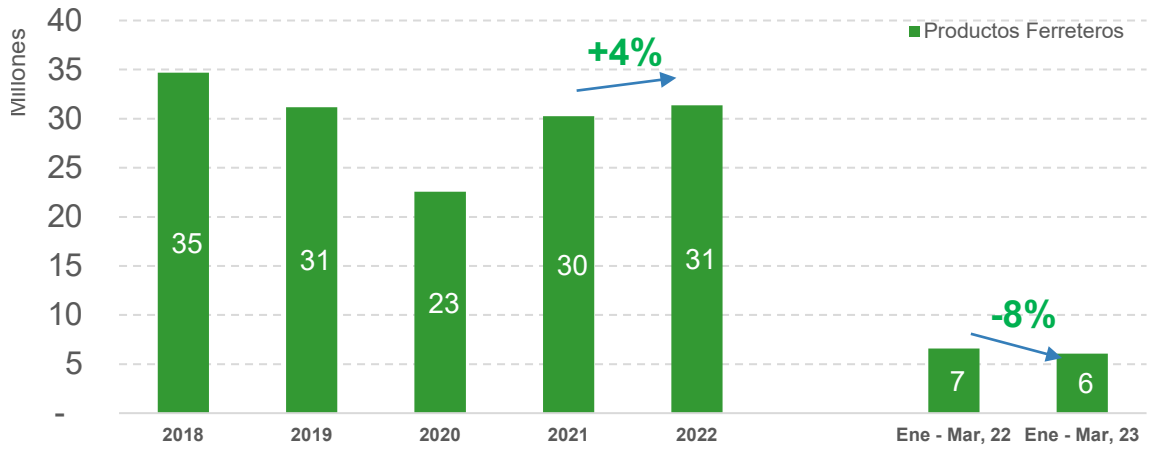
(Millones USD)

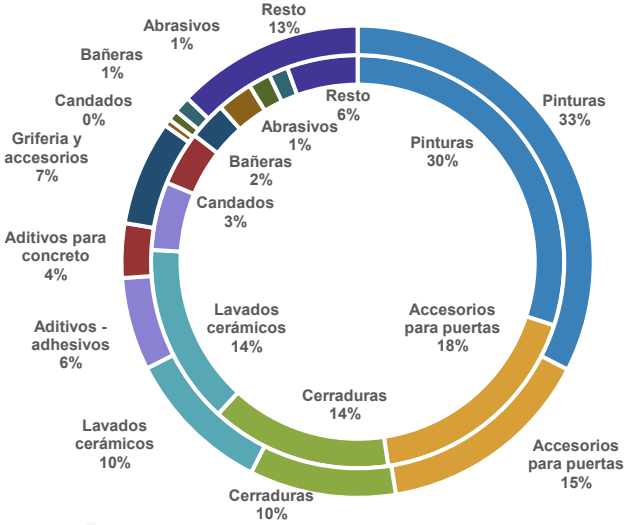
Importadores	2018	2019	2020	2021	2022	% Part 22	tcp 18 - 22
Mundo	6,237	5,989	5,234	6,620	6,719	100%	2%
Estados Unido	1,230	1,071	1,009	1,365	1,542	23%	6%
China	1,519	1,565	1,246	1,721	1,233	18%	-5%
India	294	271	153	256	343	5%	4%
Arabia Saudita	220	236	314	253	303	5%	8%
Emiratos Árabes Unidos	235	212	159	186	242	4%	1%
Viet Nam	36	70	82	74	215	3%	56%
Francia	104	111	109	161	164	2%	12%
Corea del Sur	131	129	125	144	162	2%	5%
Italia	119	155	103	176	144	2%	5%
Israel	86	83	89	110	141	2%	13%
Iraq	132	123	132	155	118	2%	-3%
Marruecos	80	84	73	96	106	2%	7%
Reino Unido	83	68	56	60	104	2%	6%
Australia	76	80	75	92	99	1%	7%
Qatar	102	102	100	124	98	1%	-1%
Libia	59	75	63	88	95	1%	12%
Egipto	59	54	36	74	87	1%	10%
Canadá	100	83	63	77	77	1%	-6%

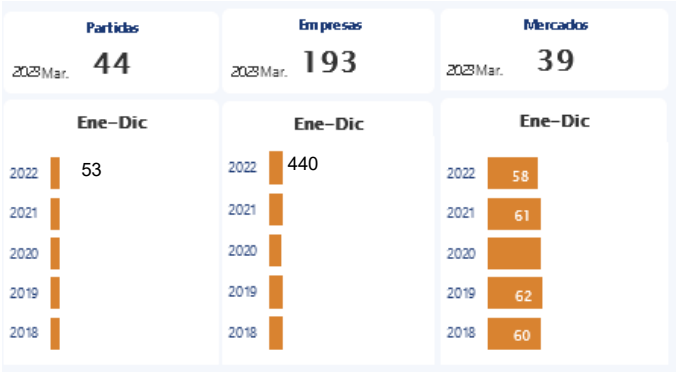
Mercado mundial 2022
USD 6,719 millones
TCP18 – 22 (+2%)

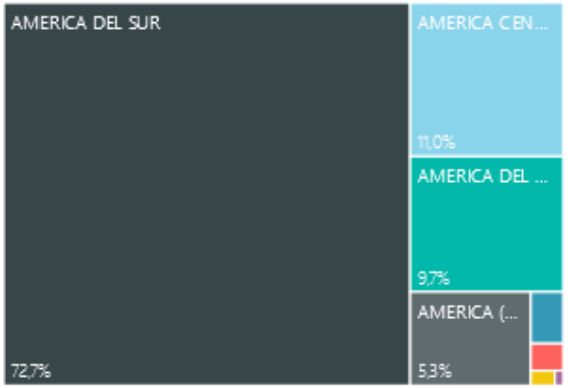
Mercados Dinámicos
Israel USD 141 MM / TCP (+13%)
Egipto USD 87 MM / TCP (+10%)
Rumania USD 37 MM / TCP (+13%)
Dinamarca USD 22 MM / TCP (+23%)

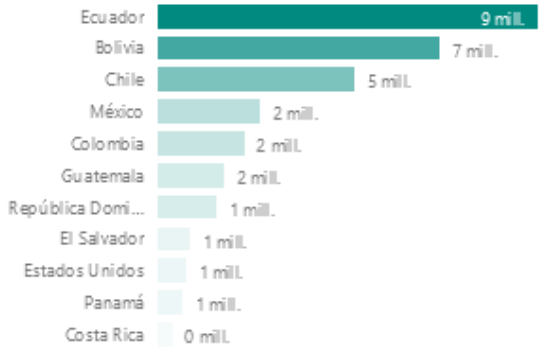
Desempeño de las exportaciones de acabados para la construcción



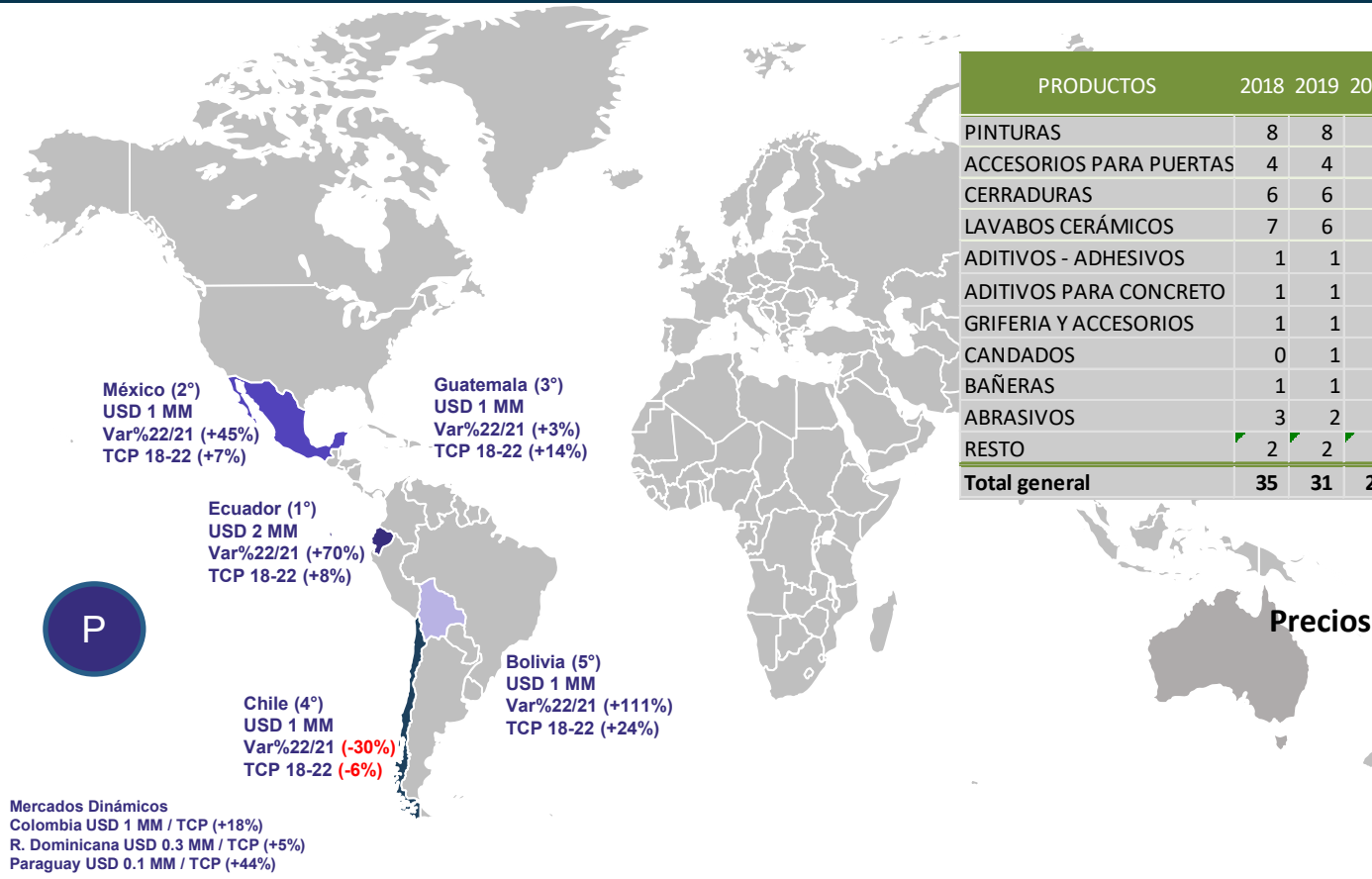








Desempeño de las exportaciones de acabados para la construcción



Desempeño por producto

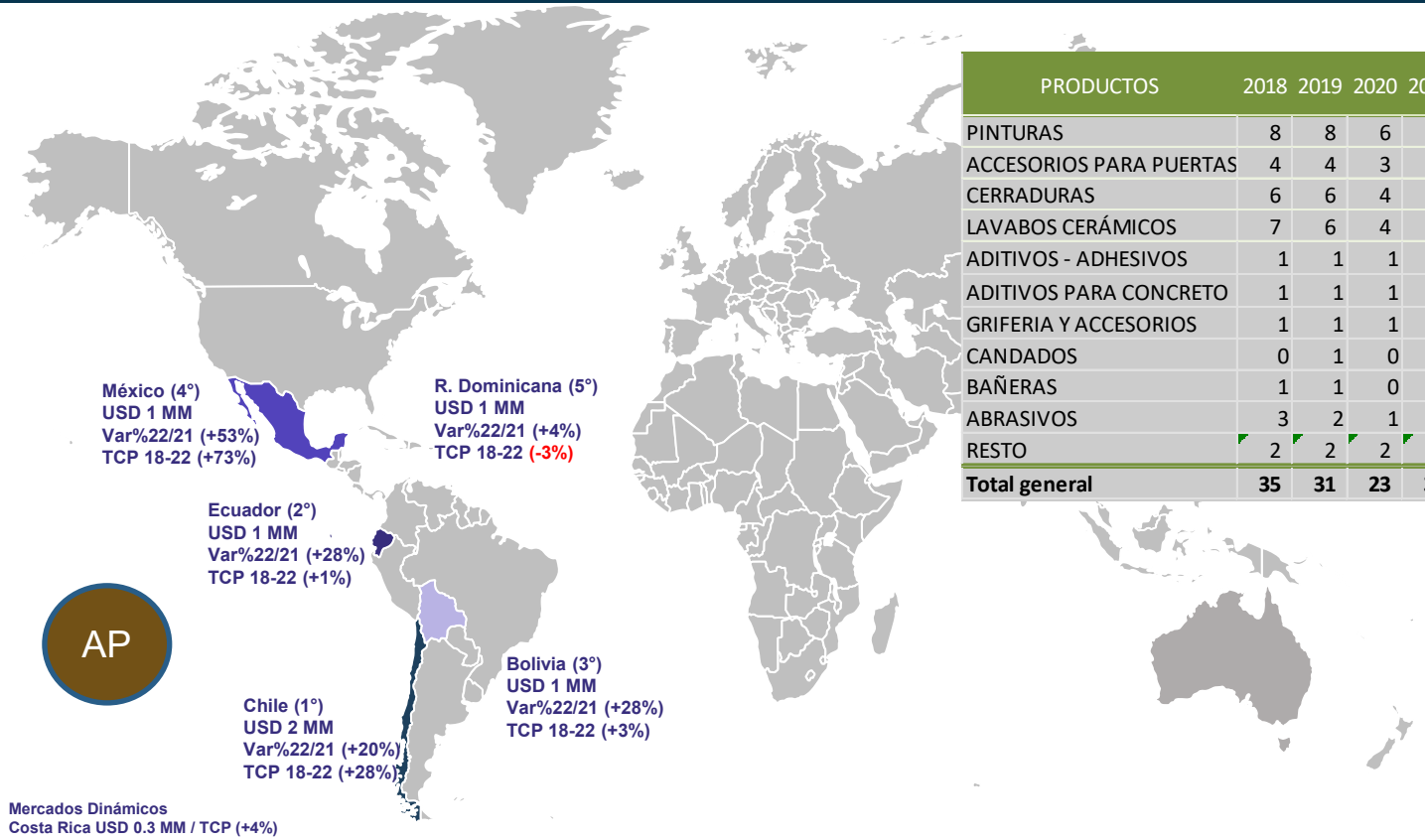
(Millones USD)

PRODUCTOS	2018	2019	2020	2021	2022	Var%22/21	TCP 18-22	I TRIM 2022	I TRIM 2023	Var%22/21
PINTURAS	8	8	6	8	9	22%	6%	2	2	-16%
ACCESORIOS PARA PUERTAS	4	4	3	5	6	18%	5%	1	1	-20%
CERRADURAS	6	6	4	7	4	-34%	-8%	0	1	49%
LAVABOS CERÁMICOS	7	6	4	4	4	25%	-12%	1	1	-49%
ADITIVOS - ADHESIVOS	1	1	1	1	2	52%	20%	0	0	81%
ADITIVOS PARA CONCRETO	1	1	1	1	1	34%	15%	0	0	-40%
GRIFERIA Y ACCESORIOS	1	1	1	1	1	-17%	-9%	0	0	249%
CANDADOS	0	1	0	0	1	147%	28%	0	0	2879%
BAÑERAS	1	1	0	0	1	33%	-12%	0	0	-18%
ABRASIVOS	3	2	1	2	0	-76%	-36%	0	0	-55%
RESTO	2	2	2	2	2	8%	-7%	1	1	33%
Total general	**35**	**31**	**23**	**30**	**31**	**4%**	**-2%**	**7**	**6**	**-8%**

Precios de referencia para baldosas (USD/L)

Baldosas	Mínimo	Promedio	Máximo
Ecuador	-	6	84
México	1	12	69
Guatemala	1	11	78
Chile	0	6	245

Desempeño de las exportaciones de acabados para la construcción



Desempeño por producto

(Millones USD)

PRODUCTOS	2018	2019	2020	2021	2022	Var%22/21	TCP 18-22	I TRIM 2022	I TRIM 2023	Var%22/21
PINTURAS	8	8	6	8	9	22%	6%	2	2	-16%
ACCESORIOS PARA PUERTAS	4	4	3	5	6	18%	5%	1	1	-20%
CERRADURAS	6	6	4	7	4	-34%	-8%	0	1	49%
LAVABOS CERÁMICOS	7	6	4	4	4	25%	-12%	1	1	-49%
ADITIVOS - ADHESIVOS	1	1	1	1	2	52%	20%	0	0	81%
ADITIVOS PARA CONCRETO	1	1	1	1	1	34%	15%	0	0	-40%
GRIFERIA Y ACCESORIOS	1	1	1	1	1	-17%	-9%	0	0	249%
CANDADOS	0	1	0	0	1	147%	28%	0	0	2879%
BAÑERAS	1	1	0	0	1	33%	-12%	0	0	-18%
ABRASIVOS	3	2	1	2	0	-76%	-36%	0	0	-55%
RESTO	2	2	2	2	2	8%	-7%	1	1	33%
Total general	**35**	**31**	**23**	**30**	**31**	**4%**	**-2%**	**7**	**6**	**-8%**

Drivers / Tendencias

Tendencias generales en la industria de la construcción

1. La digitalización y la inversión en tecnología como impulsores fundamentales para satisfacer la demanda y llevar un cambio radical a la industria.
2. El crecimiento de la población, la urbanización, la descarbonización y las transformaciones tecnológicas impulsarán el crecimiento de la industria, lo que requerirá una inversión significativa en infraestructura.
3. La importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social en la industria de la construcción, con muchos gobiernos impulsando avances regulatorios en relación con cuestiones ambientales, de sostenibilidad y sociales.
4. La necesidad de mejorar la productividad y la inversión en tecnología en la industria de la construcción, que ha experimentado el crecimiento más bajo en productividad en los últimos 30 años en comparación con otras industrias.
5. La brecha de infraestructura global presenta una oportunidad significativa para la industria de la construcción, lo que lleva a la expansión del mercado en el extranjero y la diversificación de la cartera.

Tendencias generales en la industria de la construcción

Bid Management & Intelligence Tool
- BOM rationalization
- Optimum bid price estimation
- Market Intelligence
- HD Digital mapping through 3D laser scanning
- Access to metadata of previous projects
- Insights & comparison to previous projects

***5% - 10%** increase in probability of winning bids + better project contingencies.*

BIM Integrated Engineering Management
- 5D BIM
- 3D Scanning - LIDIAR/Infrared
- Integration with GIS
- Simulation & Virtual reality
- Modular design and prefabrication

***5% - 15%** reduction in facilities engineering hours*

Digital Twin Combines different technologies to create a `live' digital replica of a physical asset Both are dynamically connected, so the digital twin provides ongoing visualization and analysis of the asset's performance.

Supplier management and collaboration
- Real time visibility of E2E supply chain
- Spend analytics
- Screening & risk assessment
- Collaboration platform

Future of cosntruction site
- **Connected Site and Equipment** through sensors and mobile technologies
- **Field force mobility** for real time collaboration and communication
- **Predictive Project analytics**
- **Augmented worker** with wereables and exoskeleton
- **Augmented reality** for maintenance, inspection
- **Drone assited site monitoring**
- **Robotics** applications to increase productivity
- **Safety management** through wearables
- **Modern Methods of Construction (MMC)** assisted by 3D printing to reduce lead time

***4% - 8%** reduction in build cost*

Integrated project management
- Smart dashboard and itelligent reporting
- Real time tracking, collaboration platform
- Dynamic scheduling
- Connected with all the back-end systems - ERP Engineering systems
- Digital Twin
- Virtual reality for distance project view and monitoring by head office

Tendencias generales en la industria de la construcción

Impresión de casas en 3D

En un pequeño pueblo en las afueras de Nacajuca, México, unos constructores están haciendo casas con una herramienta novedosa: una impresora 3D enorme para construir las viviendas, la impresora vierte capas de lavacrete (una mezcla de concreto patentada) en largos remolinos. Una casa se puede terminar en menos de 24 horas

- ✓ China
- ✓ España
- ✓ México

Tendencias generales en la industria de la construcción

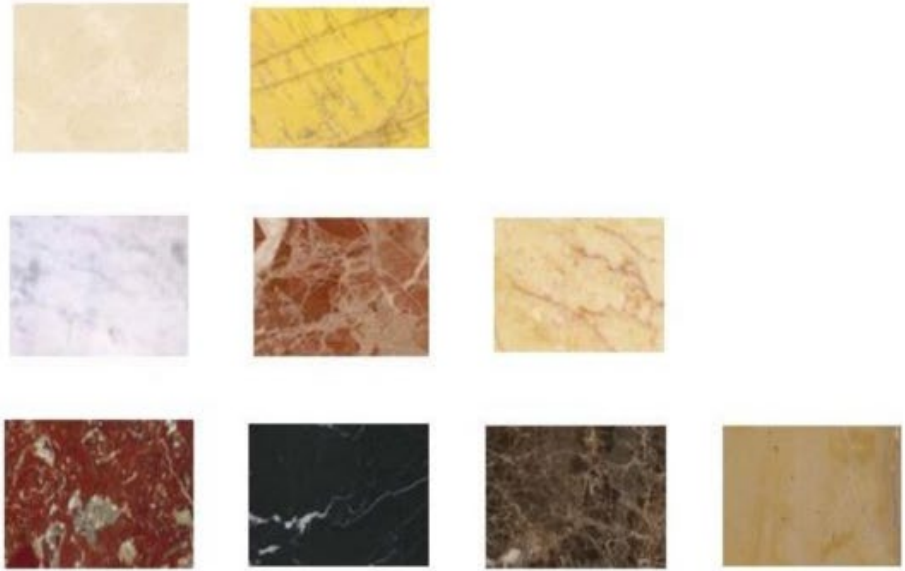
Marmol travertino

- Según el Estudio "Oportunidades comerciales para materiales y acabados para la construcción en Chile 2022", el mármol se ha posicionado como **tendencia en el área de la construcción** y el **diseño**.

- Debido a las características del producto y los usos diversos, hace que la industria de la construcción los utilice **desde la decoración hasta en estructuras exteriores, revestimientos, pisos, mesas, elementos ornamentales, pasillo y escaleras**.

- La demanda de **mármol, pertenecen a un nivel de ingreso alto en Chile**. En Chile, tienden a concentrarse en las comunas de **Las Condes, Lo Barnechea, Vitacura y Chicureo.**

- La gama de **colores de mármoles es limitada en Chile**. Solo existen tonalidades similares al **blanco o gris**. Podría tener **oportunidades en otros colores**. El cliente final no logra diferenciar entre el **mármol aglomerado y el mármol extraído directamente de la roca**.



- Con el pasar de los años, cada vez **aumenta la compra de porcelanato, en desmedro del mármol**. Esto depende no solo por el mayor precio del mármol, sino también que el **porcelanato es más fácil de manipular** (se quiebra menos que el mármol) e instalar. Además, **porcelanato tiene mayor rotación de consumo que el mármol**, y se mantiene un bajo stock del mismo.

Tendencias generales en la industria de la construcción

Cerámicos

- Si bien la tendencia de **compra está marcada por el gigante asiático, China**, debido a sus grandes fábricas, buena calidad y precios competitivos, esto sufrió un **drástico cambio debido a la pandemia.**

- Lo anterior causó que las **empresas chilenas comenzaron a comprar cerámicas, gres y porcelanato dentro de américa latina**, en donde el **valor del transporte era por lejos menor** al alza que sufrieron las importaciones desde China.

- Uno de los **mercados más favorecidos fue el brasileño** con este cambio. La calidad de sus cerámicas, variedades y múltiples fábricas al sur de Brasil motivó la compra del producto sumado a los **precios competitivos** y **buenas opciones de traslado**. Estos podían ser por **vía marítima o bien vía terrestre en camiones**, llegaban en buenas condiciones y **cumplían con las expectativas de los importadores**.

- Así también, Chile se abrió por pandemia es **Argentina**, el que **también supo integrarse a la tendencia de compra en Chile** con una buena línea de producción y cantidad. De esta manera Chile pudo sobrellevar la pandemia y tener el suficiente stock en el país.

- **Hoy vuelve casi a la normalidad la tendencia de compra en China** y **países europeos debido** a que los **costos de embarque están en un valor más estable**, igualando a precios antes de pandemia. Por otra parte, ayuda que las restricciones sanitarias en los países del mundo están al mínimo, a excepción de algunas localidades de China, pero **ya todos los puertos están a su máxima capacidad de trabajo**.

- La **tendencia de compra** en producto hoy para obras civiles es **la utilización del gres porcelánico**, ya que por su valor y calidad es un **producto intermedio de gran durabilidad y cualidades.**

4 Mercados destacados

Chile: Descripción general de la industria de la construcción

Tamaño de mercado y crecimiento

Chile representa el tercer mercado importador de productos MAC en América Latina después de México y Brasil.

Chile importó USD 2 366 millones de productos priorizados del sector MAC procedente principalmente de China (50.7%), España, Estados Unidos, Alemania, Brasil, Italia y México.

Junto a Cerámicas Cordillera, Comercial K y Importadora B.S. fueron las empresas líderes en 2022, con una participación de valor combinado del 68 %.

En el segmento de baldosas, competimos con China (-4%), Brasil (-2%), Argentina (+4%), México (+2%)

Compradores líderes 2022

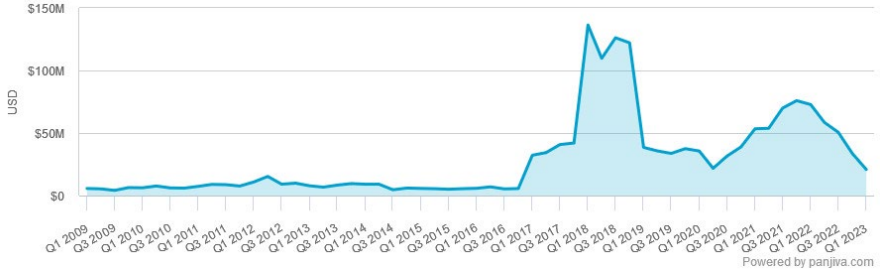
Cerámicas Cordillera 43% share	Comercial K 20% share	Importadora B.S. 5% share

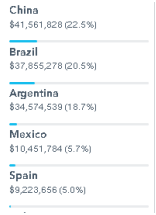
Materiales Y Soluciones S.A.
Comercial Hispano Chilena Ltda
Comercial Habitat Ltda
Dap Ducasse Diseno Ltda

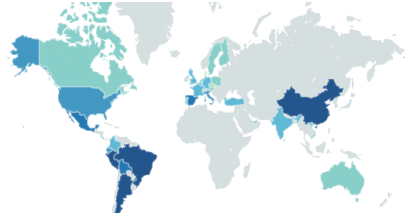
Canal de distribución

Chilemat: Más de 70 socios ferreteros, 180 tiendas en todo Chile.
- MTS (Materiales y Soluciones SA): 60 socios ferreteros en todo Chil

Segmento de baldosas







Top Global Suppliers (in $1,000 exported)

	Country/Region	Compartir	Trend	2022 Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
	Todo	100%		75,881	72,773	58,494	50,578	33,740	20,829
1.	China	30%		21,966	24,361	11,916	15,762	5,416	4,581
2.	Perú	23%		13,520	13,355	12,810	10,208	9,532	6,323
3.	Argentina	18%		8,918	11,014	11,768	7,343	6,864	3,993
4.	Brasil	15%		20,532	15,199	12,463	10,486	7,197	3,472
5.	España	5%		6,051	3,354	4,210	2,117	775	1,277
6.	México	4%		1,980	3,505	2,841	3,274	2,328	748
7.	Estados Unidos	1%		285	104	128	110	112	67
8.	Alemania	1%		26	21	121	40	64	48
9.	Italia	1%		702	51	275	260	113	55
10.	Colombia	<1%		795	233	48	78	63	45

Panamá: Descripción general de la industria de la construcción

Tamaño de mercado y crecimiento

Panamá importó USD 600 millones de productos priorizados del sector MAC en productos como placas y baldosas, procedente principalmente de Estados Unidos, China, Brasil, Ecuador y Costa Rica.

Junto a Casa de materiales, Ace Internat y Porcelánicos. fueron las empresas líderes en 2022, con una participación de valor combinado del 44 %.

En el segmento de baldosas, competimos con Brasil (+14%), Colombia (-4%), España (+2%), China (-7%)

Compradores líderes 2022

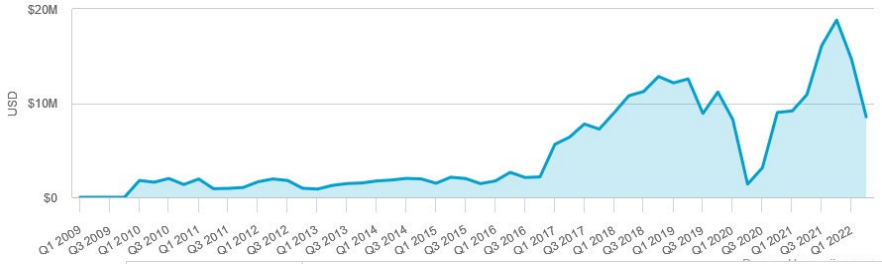
Casa de materiales 24% share	**Ace Internat Hardware Corp 16% share**	**Porcelanicos S A. 4% share**

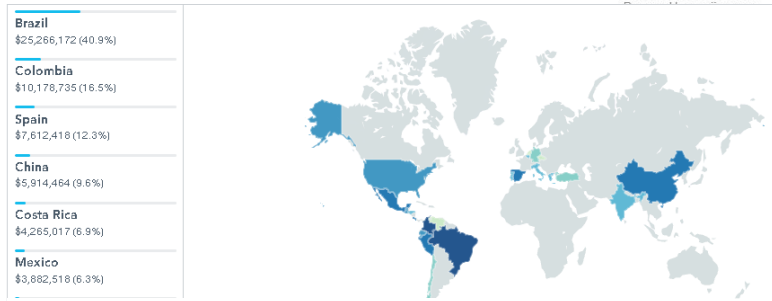
Grupo Spiegel
Arq Supply Ltd. Corp
Sociedad Urbanizadora Del Caribe
Compania Mercantil De Las Americas

Canal de distribución

En cuanto a los márgenes de utilidad que manejan podrían estimar en entre un 35% al 60% dependiendo del producto y del momento del mercado

Segmento de baldosas





Top Global Suppliers (in $1,000 exported)

	Country/Region	Compartir	Trend	2021 Q1	Q2	Q3	Q4	2022 Q1	Q2
	Todo	100%		9,116	10,825	15,985	18,803	14,581	8,469
1.	Brasil	22%		2,535	3,394	6,177	9,165	6,251	2,239
2.	Colombia	16%		1,929	1,899	2,470	2,686	2,387	2,028
3.	Costa Rica	14%		636	909	859	929	1,172	987
4.	China	13%		1,204	2,013	1,645	1,475	1,066	1,000
5.	España	11%		1,226	1,007	2,666	1,958	1,534	1,017
6.	México	9%		744	779	1,014	1,104	1,072	520
7.	Estados Unidos	7%		72	8.78	34	307	67	54
8.	Perú	3%		591	513	503	778	357	177
9.	Guatemala	1%		36	138	196	124	245	258
10.	Italia	1%		28	39	41	48	39	2.09

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

prom perú

Perú

Coyuntura Sectorial

Manufacturas

Materiales y acabados para la construcción

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

prom perú

Perú