

ESTUDIO DE MERCADO  
MATERIALES Y ACABADOS PARA LA  
CONSTRUCCIÓN  
CHILE, 2022



## ÍNDICE

I. Resumen Ejecutivo .....	5
II. Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos.....	6
2. Definición del producto.....	6
2.1 Subpartidas arancelarias del Sistema Armonizado.....	6
III. Análisis de la Oferta en el País de Destino: Chile .....	7
3.1. Producción del país de destino: Chile .....	8
3.1.1. Mármol travertino.....	8
3.1.2. Cerámicas.....	9
3.1.3. Fregaderos, lavabos y pedestales .....	10
3.1.4. Grifería para uso doméstico.....	11
3.2. Exportaciones Totales del País de Destino: Chile.....	11
3.2.1. Mármol travertino.....	11
3.2.2. Cerámicas.....	11
3.2.3. Fregaderos, lavabos y pedestales .....	12
3.2.4. Grifería para uso doméstico.....	12
3.3. Importaciones Totales del País de Destino: Chile .....	13
3.3.1. Mármol travertino.....	13
3.3.2. Cerámicas.....	14
3.3.3. Fregaderos, lavabos y pedestales .....	20
3.3.4. Grifería para uso doméstico.....	21
3.4. Importaciones de Chile desde Perú .....	22
3.4.1. Mármol travertino.....	22
3.4.2. Cerámicas.....	23
3.4.3. Fregaderos, lavabos y pedestales .....	25
3.4.4. Grifería para uso doméstico.....	26
3.5. Análisis de la Competencia .....	26
3.5.1. Mármol travertino.....	26
3.5.2. Cerámicas.....	27
3.5.3. Fregaderos, lavabos y pedestales .....	28
3.5.4. Grifería para uso doméstico.....	28
IV. Análisis del Sector / Línea en el Mercado .....	28
4.1 Variedades y Formas de Presentación .....	28
4.1.1. Mármol travertino.....	28
4.1.2. Cerámicas.....	31
4.1.3. Fregaderos, lavabos y pedestales .....	39
4.1.4. Grifería para uso doméstico.....	42
4.2 Canales de Distribución.....	46

4.2.1	Rutas de Acceso .....	46
4.2.3	Principales Agencias de Transporte .....	51
4.3.	Canales de Comercialización .....	58
4.3.1.	Mármol travertino.....	58
4.3.2.	Cerámicas .....	58
4.3.3.	Fregaderos, lavabos y pedestales .....	58
4.3.4.	Grifería para uso doméstico.....	59
4.4.	Precios.....	59
4.4.1.	Mármol travertino.....	59
4.4.2.	Cerámicas .....	60
4.4.3.	Fregaderos, lavabos y pedestales .....	61
4.4.4.	Grifería para uso doméstico.....	61
V.	Análisis de la demanda .....	62
5.1.	Perfil del Consumidor.....	62
5.1.1.	Mármol travertino.....	62
5.1.2.	Cerámicas .....	62
5.1.3.	Fregaderos, lavabos y pedestales .....	63
5.1.4.	Grifería para uso doméstico.....	63
5.2.	Análisis de Tendencias .....	64
5.2.1.	Mármol travertino.....	64
5.2.2.	Cerámicas .....	64
5.2.3.	Fregaderos, lavabos y pedestales .....	65
5.2.4.	Grifería para uso doméstico.....	66
5.3.	Percepción del Producto Peruano .....	66
5.3.1.	Mármol travertino.....	66
5.3.2.	Cerámicas .....	66
5.3.3.	Fregaderos, lavabos y pedestales .....	67
5.3.4.	Grifería para uso doméstico.....	67
VI.	Requisitos de Acceso al Mercado .....	67
6.1.	Medidas Arancelarias.....	67
6.2.	Regulaciones .....	67
6.2.1.	Mármol travertino.....	67
6.2.2.	Cerámicas .....	68
6.2.3.	Fregaderos, lavabos y pedestales .....	70
6.2.4.	Grifería para uso doméstico.....	71
6.3.	Otras Regulaciones.....	71
6.3.1.	Mármol travertino.....	71
6.3.2.	Cerámicas .....	71

6.3.3. Fregaderos, lavabos y pedestales .....	71
6.3.4. Grifería para uso doméstico.....	72
6.4. Certificaciones.....	73
6.4.1. Mármol travertino.....	73
6.4.2. Cerámicas .....	73
6.4.3. Fregaderos, lavabos y pedestales .....	74
6.4.4. Grifería para uso de doméstico.....	74
VII. Actividades de Promoción .....	74
7.1. Ferias .....	74
7.1.1. Feria Edifica .....	74
7.2. Exhibiciones.....	74
7.2.1. EnMateria.....	74
7.3. Publicaciones Especializadas.....	75
7.3.1. Revista VD - Vivienda y Decoración .....	75
VIII. Contacto de Interés .....	76
8.1. Institucionales .....	76
IX. Perfil de compradores.....	78
X. Conclusiones y Recomendaciones .....	96
ÍNDICE Tablas de contenido .....	98
ÍNDICE de imágenes .....	99
<b>ANEXO 1</b> .....	101
Informe de Entrevistas.....	101

## I. Resumen Ejecutivo

Perú enfrenta grandes desafíos en el contexto de la economía mundial. En junio del 2021, el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) proyectó, una caída del PBI de aproximadamente 12.5%. En este sentido, el sector de manufactura y construcción podría ser los más afectados. Por otro lado, el sector de Materiales y Acabados para la Construcción (MAC), ofrece algunas oportunidades en Latam para Perú. Particularmente, Chile representa el segundo mercado importador de productos MAC dentro del grupo de países de la alianza del Pacífico y tercero en América Latina después de México y Brasil. Según el último dato acumulado y comparable disponible a la fecha, Chile importó USD 2366 millones de productos priorizados del sector MAC procedente principalmente de China (50.7%), España, Estados Unidos, Alemania, Brasil, Italia y México.

El mercado potencial identificado en Chile, sobre la base de los productos priorizados por PROMPERÚ, se enfocan en las baldosas, lavabos cerámicos, mármoles, travertinos y cerraduras. Estos productos se dividen en grupos de subpartidas con diferente nivel de detalle y descripción. Para resaltar este mercado, las importaciones chilenas de baldosas, provinieron principalmente de China, Perú, Brasil y Argentina. Los cuatro principales países representaron el 87.1% de importaciones de partidas priorizadas, donde Perú ocupó el segundo lugar con una contribución del 29.8%. En términos monetarios, Chile importó de Perú aproximadamente USD 34,5 millones durante el 2020. Respecto a las importaciones chilenas de mármoles y travertinos (partidas priorizadas), Perú es el segundo país proveedor en importancia junto con Italia y España ya que mantiene con una participación del 30%. Aparentemente también existen oportunidades en otras categorías de productos.

El estudio entrega información bastante relevante en varios aspectos. Este permite entender y monitorear las importaciones; perfiles de compradores; temas relacionados a temas logísticos; competencia en Chile; interese particulares de compradores por iniciar o profundizar procesos de compra de proveedores peruanos, como también realizar inversiones en el Perú; información relevante, con el fin de tomar acciones que favorezcan las exportaciones peruanas.

## II. Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos

### **2. Definición del producto**

En el presente estudio es de interés la descripción y análisis de productos específicos relacionados a los insumos para materiales y acabados para la construcción (MAC) en Chile. Algunos de los productos que se espera analizar en el presente estudio son los siguientes: mármol, cerámicas, artefactos sanitarios y grifería.

#### **2.1 Subpartidas arancelarias del Sistema Armonizado**

La definición de los productos sobre los que se tiene interés analizar, se consideraron las partidas arancelarias priorizadas por PROMPERÚ. A continuación, se muestran los códigos arancelarios de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración (SUNAT) y del Servicio Nacional de Aduanas de Chile, respecto a los códigos arancelarios priorizados por PROMPERÚ:

Tabla 1 Subpartidas arancelarias del Sistema Armonizado

ID	Codigo arancelario peruano	Descripción-Peru	Codigo arancelario chileno	Descripción-Chile
1	680221	Mármol, travertinos, alabastro y sus manufacturas, simplemente talladas o aserradas, con superficie ...	68022100	Mármol, travertinos y alabastro
2	690722	Baldosas con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10%, en ...	69072210	Placas y baldosas de gres/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso:
3			69072220	Placas y baldosas de loza o barro/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso:
4			69072290	Placas y baldosas/Los demás/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso:
5	690723	Baldosas con un coeficiente de absorción de agua superior al 10% en peso	69072310	Placas y baldosas de gres/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso
6			69072320	Placas y baldosas de loza o barro/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso
7			69072390	Placas y baldosas/Los demás/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso
8	691090	Lavabos, Fregaderos "piletas para lavar", pedestales de lavabo, bañeras, bidés, inodoros, cisternas ...	69109050	Fregaderos, lavabos y pedestales
9			84818010	Grifería para uso domestico

### III. Análisis de la Oferta en el País de Destino: Chile

### 3.1. Producción del país de destino: Chile

#### 3.1.1. Mármol travertino

El mármol travertino es una roca que se origina en depósitos de ríos y manantiales desde hace millones de años, dueños de una belleza natural y única. Posee capas paralelas con pequeñas cavidades, siendo sus colores naturales dentro de la gama de los arena, tierra, beige y ocre suave, esta es su principal característica que la diferencia de otros mármoles del mundo. Ha sido utilizada como piedra ornamental en construcciones desde la antigüedad, tanto en exterior como en interior, entregando así su particular estilo y elegancia a gran parte de las edificaciones que requieren de un gran concepto arquitectónico.

En Chile existen 3 canteras de mármol, específicamente de Mármol Travertino y están ubicadas en la región de Antofagasta, a un costado de la ciudad de Calama. Una de las canteras de mármol travertino que corresponde a uno de los mayores yacimientos de Mármol a nivel mundial pertenece a la empresa Travertino Chile. Otras empresas que también extraen desde canteras del Desierto de Atacama son Coggiola Mármoles y la empresa Durocas. Estas tres empresas son quienes explotan la zona de mármol cerca del río Loa.

El producto que se extrae se presenta en forma de Bloques de mármol travertino de diferentes dimensiones. Según parámetros de extracción entregados por organismos fiscalizadores chilenos pertenecientes a la Superintendencia de Medio Ambiente, tienen un proyecto una vida útil de 50 años.

Cada empresa de la industria chilena de mármol cuenta con máquinas y equipos para una producción de 3.000 a 4.000 m<sup>2</sup> mensual aproximadamente. Esto incluye, planchas pulidas y/o tratadas en distintos formatos y medidas, abasteciendo el mercado nacional e internacional.



Imagen 1 Extracción mármol cantera Calama

Durante el proceso de extracción y producción sólo se contempla el corte y pulido, trabajo que realizan las empresas extractoras con máquinas de última generación importadas desde Europa.



Imagen 2 “Cantera mármol travertino Calama”

### 3.1.2. Cerámicas

En esta categoría, se incluirán todas las cerámicas que consideren “Baldosas con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10% en peso” y “Baldosas con un coeficiente de absorción de agua superior al 10% en peso”.

La producción de cerámicos en Chile es nula. La única fábrica que existe de productos de revestimientos es de arcilla y corresponde a la empresa Cerámicas Toro, ubicada en la región del Maule. El producto es producido con materias primas mezcladas en seco y con hornos a leña, siendo una fabricación más bien artesanal. A continuación, se muestran algunas imágenes de dicho proceso artesanal:



Imagen 3 Fabricación artesanal de revestimientos de arcilla en Chile

Si bien en Chile ya existe ningún tipo de fabricación industrializada, si se destaca la importación de 3 tipos de revestimientos duros:

- Cerámica

Este producto se fabrica de arcilla como una roca sedimentaria, constituida por agregados de silicatos de aluminio hidratados, de color blanco cuando es pura y varía de color según las impurezas que contenga.

- Gres  
Este producto es la opción para quienes no pueden pagar por un porcelanato. Es una cerámica de pasta compacta, de gran resistencia, que es coloreada, y no porosa. Gres significa que la masa cerámica de la baldosa es extremadamente vitrificada, de lo que deriva su resistencia.
- Porcelanato  
Es una cerámica de más alta calidad, la que en el proceso de fabricación es sometida a un tratamiento de alta temperatura y presiones de compactación, muy superiores a las que son utilizadas en la producción de cerámicas convencionales. Esto lo hace un producto Premium y de más alto costo.

### 3.1.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

En Chile, la categoría “Fregaderos, lavabos y pedestales” se considera como sanitarios. En este país, la fábrica líder en producción de sanitarios es Fanaloza. Empresa con más de 120 años de experiencia en la fabricación de inodoros y artefactos de baño. Su planta de fabricación en Chile se encuentra en la comuna de Penco, región del Bío Bío.

La empresa cuenta con ingenieros modeladores de sanitarios, que diseñan y crean en la fábrica las piezas además de contar con laboratorio propio. Este último, se encarga de verificar que los nuevos productos pasen las pruebas para su fabricación masiva. Así también, se cuenta con un área técnica que verifica que las materias primas sean de alta calidad para la fabricación de los sanitarios.



Imagen 4 Dependencias fábrica Fanaloza Chile

La planta de Penco cuenta con un área de medio ambiente y reutilizan las piezas que no logran llegar a su proceso final y vuelven a su proceso productivo. Particularmente, el 33% de pasta corresponde a producto reutilizado de corte y rotura.

Antes de la pandemia, se tenía una alta producción y venta, con un millón 200 mil piezas. Siendo sin lugar a dudas el líder del mercado chileno. Su proceso de internacionalización está abarcando cada vez más y llegando a países como Suiza, España, Italia, Tailandia, Emiratos Árabes y Estados Unidos. Sus productos se caracterizan porque permiten ahorro de agua en altas cantidades. Fanaloza en Chile, hace 4 años abrió su tienda Bath Center con el objetivo de llegar a más público y con más líneas de productos en donde se incluye también la cerámica para baño y cocina.

### 3.1.4. Grifería para uso doméstico

Chile no posee fabricación directa debido a que la principal empresa dedicada a la grifería de Chile realiza su producción en China con los más altos estándares de calidad. Esta empresa es Mosaico y cuenta con 30 años de trayectoria, poseedor de distintas marcas, Stretto, Aggio y PMB. En Chile solo se hace el diseño y desarrollo de los productos, pero en China se producen. Además, se abrieron al mercado de muebles de baño por tener una fuerte solicitud en el área de la construcción. Por este motivo, también están comenzando la comercialización en revestimientos como la cerámica, para poder cumplir con la estrategia de ser proveedores de baño completamente. Esto, sumado a la gran capacidad de desarrollo en donde pueden tener durante un año, 8 a 10 líneas de productos nuevos, con un crecimiento anual del 40% lo hacen el líder de grifería en Chile. Todos los productos que se comercializan en el mercado chileno son importados, siendo China el principal país del que se importan las distintas calidades y precios al país

## 3.2. Exportaciones Totales del País de Destino: Chile

### 3.2.1. Mármol travertino

Las exportaciones de mármol travertino han mostrado una recuperación post pandemia. Esto se muestra en la siguiente tabla, donde se observa los crecimientos de exportaciones para el periodo 2021-2020:

Tabla 2 Exportaciones de mármol travertino en dólares FOB.

Codigo Arancelario Chileno	Descripcion	2019	2020	2021	Var. 2020-2019 (%)	Var. 2021-2020 (%)
68022100	Mármol, travertinos y alabastro	0	0	1662	0,0	1.662,0

### 3.2.2. Cerámicas

Las exportaciones de cerámicas han sido casi inexistentes. Esto se muestra en la siguiente tabla, donde se observan muy limitadas exportaciones para los años analizados:

**Tabla 3 Exportaciones de cerámicas en dólares FOB**

Codigo Arancelario Chileno	Descripcion	2019	2020	2021	2022*	Var. 2020-2019 (%)	Var. 2021-2020 (%)	Var. 2022-2021 (%)
69072210	Placas y baldosas de gres/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso:	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0
69072220	Placas y baldosas de loza o barro/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso:	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0
69072290	Placas y baldosas/Los demás/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso:	11.400	0	0	0	-100,0	0,0	0,0
69072310	Placas y baldosas de gres/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0
69072320	Placas y baldosas de loza o barro/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0
69072390	Placas y baldosas/Los demás/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso	0	5.510	0	0	5.510,0	-100,0	0,0

\*valores referidos hasta agosto del 2022, según disponibilidad.

### 3.2.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

Las exportaciones de artículos sanitarios han disminuido en los últimos 3 años. Esto se muestra en la siguiente tabla, donde se observa un decrecimiento de las exportaciones para los años analizados:

**Tabla 4 Exportaciones de sanitarios en dólares FOB**

Codigo Arancelario Chileno	Descripcion	2019	2020	2021	Var. 2020-2019 (%)	Var. 2021-2020 (%)
69109050	Fregaderos, lavabos y pedestales	112.175	88.231	69.161	-21,3	-21,6

### 3.2.4. Grifería para uso doméstico

Las exportaciones de grifería para uso doméstico han mostrado una recuperación post pandemia. Esto se muestra en la siguiente tabla, donde se observa los crecimientos de exportaciones para el periodo 2021-2020 y su disminución para el periodo 2020-2019:

Tabla 5 Exportaciones de grifería para uso doméstico en dólares FOB

Codigo Arancelario Chileno	Descripcion	2019	2020	2021	Var. 2020-2019 (%)	Var. 2021-2020 (%)
84818010	Griferia para uso domestico	8.913.161	8.812.649	11.411.178	-1,1	29,5

### 3.3. Importaciones Totales del País de Destino: Chile

#### 3.3.1. Mármol travertino

Las importaciones de mármol travertino han mostrado una recuperación post pandemia. Sin embargo, nunca llegando a nivel pre pandemia. Esto se muestra en la siguiente tabla, donde se observa los crecimientos de importaciones para el periodo 2021-2020.

Tabla 6 Importaciones de mármol en dólares FOB.

Codigo Arancelario Chileno	Descripcion	2019	2020	2021	Var. 2020-2019 (%)	Var. 2021-2020 (%)
68022100	Mármol, travertinos y alabastro	2.077.608	944.731	1.258.172	-54,5	33,2

En el 2021, las principales empresas importadoras chilenas de mármol travertino, que están registradas en el Servicio nacional de aduanas de Chile, fueron las que se presentan el siguiente cuadro. A continuación, se entrega información de las dichas empresas y porcentaje de participación en el mercado importador chileno:

Tabla 7 Principales empresas chilenas importadoras

Importador	US\$ FOB	% de participación
COMERCIAL MUNDO MARMOL S.A.	269.930	41,7
LA MARMA S.A	111.139	17,2
SOC. DIST. MENARD LTDA.	80.899	12,5
STONE CENTER S.A.	55.184	8,5
MARMOLERIA GEOMARMOL LTDA	52.560	8,1
SODIMAC S.A.	22.123	3,4
ATIKA S A	19.823	3,1
COMERCIAL ECCSA S A	16.583	2,6
COMERCIAL DUOMO LIMITADA	15.641	2,4
COMERCIAL BC CHILE S.A.	3.190	0,5
IKEA S A	473	0,1
JARDIN SECRETO LIMITADA	218	0,0

BIJOU CHILE SPA	167	0,0
-----------------	-----	-----

En el 2021, los principales países de origen de las importaciones fueron China y Perú. A continuación, se muestra un detalle de origen de estas importaciones:

**Tabla 8 Principales países de origen de las importaciones**

<b>Pais de origen</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
ITALIA	722.238	57,4
PERU	268.394	21,3
ESPANA	112.213	8,9
GRECIA	42.501	3,4
INDIA	39.069	3,1
EGIPTO	36.937	2,9
MEXICO	17.389	1,4
EMIRATOS ARABES	10.313	0,8
CHINA	5.018	0,4
U.S.A	2.643	0,2
ORIGEN O DESTINO NO PRECISADO	1.291	0,1
REINO UNIDO	167	0,0

### 3.3.2. Cerámicas

Las importaciones de cerámicas han mostrado una recuperación post pandemia. Particularmente se observan productos después de la pandemia (2022) se importan y productos que históricamente se importan con crecimientos anuales bastantes destacados. Esto se muestra en la siguiente tabla, donde se observa los crecimientos de importaciones para los periodos 2022-2021, 2021-2020 y 2020-2019.

Tabla 9 Importaciones de cerámicas en dólares FOB.

Codigo Arancelario Chileno	Descripcion	2019	2020	2021	2022*	Var. 2020-2019 (%)	Var. 2021-2020 (%)	Var. 2021-2020 (%)
69072210	Placas y baldosas de gres/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso:	0	0	0	53.270.946	0,0	0,0	53.270.946
69072220	Placas y baldosas de loza o barro/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso:	0	0	0	4.687.458	0,0	0,0	4.687.458
69072290	Placas y baldosas/Los demás/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso:	3.627.616	5.830.396	10.024.727	15.128.914	60,7	71,9	50,9
69072310	Placas y baldosas de gres/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso	0	0	0	12.778.965	0,0	0,0	12.778.965
69072320	Placas y baldosas de loza o barro/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso	0	0	0	549.000	0,0	0,0	549.000
69072390	Placas y baldosas/Los demás/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso	1.998.240	2.547.314	4.618.340	4.657.028	27,5	81,3	0,8

\*valores referidos hasta agosto del 2022, según disponibilidad

En el 2022, para el código arancelario 69072210, las principales empresas importadoras chilenas de cerámica y registradas en el Servicio Nacional de Aduanas fueron las que detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 10 Principales empresas chilenas importadoras.

Importador	US\$ FOB	% de participacion
CERAMICAS CORDILLERA COMERCIAL	18.449.745	41,3
CONSTRUMART S A	6.687.980	15,0
SODIMAC S.A.	5.081.279	11,4
COMERCIAL K SPA (MK)	3.403.198	7,6
IMPERIAL S.A.	2.203.578	4,9
IMPORTADORA BS SOCIEDAD ANONIMA	2.129.921	4,8

En el 2022, para el código arancelario 69072210, los principales orígenes de las importaciones fueron los siguientes:

Tabla 11 Principales países de origen de las importaciones.

País de origen	US\$ FOB	% de participación
PERU	20.518.520	38,5
ARGENTINA	12.137.905	22,8
BRASIL	9.894.075	18,6
CHINA	4.941.265	9,3
MEXICO	3.732.764	7,0
ESPANA	1.387.833	2,6
ECUADOR	258.235	0,5
BOLIVIA	197.114	0,4
COLOMBIA	145.759	0,3
ITALIA	31.910	0,1
TURQUIA	15.354	0,0
INDIA	10.091	0,0
ORIGEN O DESTINO NO PRECISADO	122	0,0

En el 2022, para el código arancelario 69072220, las principales empresas importadoras chilenas de cerámica y registradas en el Servicio Nacional de Aduanas fueron las que detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 12 Principales empresas chilenas importadoras

Importador	US\$ FOB	% de participacion
EUGENIO RAVERA Y COMPANIA LTDA	2.637.505	73,0
EASY RETAIL S.A.	527.643	14,6
COMERCIAL K SPA	199.049	5,5
ALFOMBRAS MULTICARPET LIMITADA	125.457	3,5
IMPORT.KEMAQUINA CHILE LTDA.	70.266	1,9
COMERCIAL ALMERIA LTDA.	55.064	1,5

En el 2022, para el código arancelario 69072220, los principales orígenes de las importaciones fueron los siguientes:

Tabla 13 Principales países de origen de las importaciones.

Pais de origen	US\$ FOB	% de participacion
ARGENTINA	1.380.436	29,4
BOLIVIA	1.013.058	21,6
BRASIL	998.922	21,3
PERU	753.270	16,1
CHINA	354.276	7,6
ESPANA	187.497	4,0

En el 2022, para el código arancelario 69072290, las principales empresas importadoras chilenas de cerámica y registradas en el Servicio Nacional de Aduanas fueron las que detallan en el siguiente cuadro:

**Tabla 14 Principales empresas chilenas importadoras.**

<b>Importador</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
EASY RETAIL S.A.	5.531.608	52,3
COMERCIAL K SPA (MK)	3.489.908	33,0
MATERIALES Y SOLUCIONES S A (MTS)	438.140	4,1
CONSTRUMART S A	216.499	2,0
SANITARIOS DE CHILE S.A.	203.826	1,9
SODIMAC S.A.	148.718	1,4
FERRETERIA CAUPOLICAN S A	119.926	1,1
MOSAICO S.A.	92.700	0,9
SOC. COMERCIAL REVECENTER LTDA	90.941	0,9
COMERCIAL SANDOVAL E HIJOS LTD	77.056	0,7
COMERCIAL FASHION S PARK SOCIEDAD ANONIMA	47.593	0,5
ATIKA S A	41.223	0,4
CHILEMAT SPA	36.851	0,3
DAP DUCASSE DISEÑO LTDA	30.968	0,3
CODELCO CHILE	6.585	0,1

En el 2022, para el código arancelario 69072290, los principales orígenes de las importaciones fueron los siguientes:

**Tabla 15 Principales países de origen de las importaciones.**

<b>País de origen</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
BRASIL	4.128.808	27,3
PERU	3.988.568	26,4
CHINA	2.307.292	15,3
ARGENTINA	1.734.747	11,5
ESPAÑA	1.587.611	10,5
MEXICO	788.215	5,2
BOLIVIA	404.243	2,7
ITALIA	77.858	0,5
TURQUÍA	67.142	0,4
ALEMANIA	44.428	0,3

En el 2022, para el código arancelario 69072310, las principales empresas importadoras chilenas de cerámica y registradas en el Servicio Nacional de Aduanas fueron las que detallan en el siguiente cuadro:

**Tabla 16 Principales empresas chilenas importadoras.**

<b>Importador</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
SODIMAC S.A.	4.901.392	42,3
COMERCIAL K SPA (MK)	2.888.520	24,9
COMERCIAL HISPANO CHILENA LIMITADA	1.192.937	10,3
CERAMICAS CORDILLERA COMERCIAL	642.523	5,5
IMPERIAL S.A.	617.868	5,3
CONSTRUMART S A	408.348	3,5
EASY RETAIL S.A.	271.619	2,3
ATIKA S A	264.979	2,3
DAP DUCASSE DISENO LTDA	174.974	1,5
COMERCIAL DUOMO LIMITADA	153.969	1,3
CHILEMAT SPA	33.297	0,3
MATERIALES Y SOLUCIONES S A (MTS)	26.749	0,2
PORCELANOSA CHILE SPA	15.025	0,1

En el 2022, para el código arancelario 69072310, los principales orígenes de las importaciones fueron los siguientes:

**Tabla 17 Principales países de origen de las importaciones.**

<b>País de origen</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
CHINA	7.263.581	56,8
BRASIL	2.079.784	16,3
MEXICO	1.661.457	13,0
ESPANA	865.455	6,8
PERU	411.463	3,2
ARGENTINA	342.058	2,7
ITALIA	58.992	0,5
EMIRATOS ARABES	38.246	0,3
PORTUGAL	35.002	0,3
COLOMBIA	16.722	0,1
INDIA	6.205	0,0

En el 2022, para el código arancelario 69072320, las principales empresas importadoras chilenas de cerámica y registradas en el Servicio Nacional de Aduanas fueron las que detallan en el siguiente cuadro:

**Tabla 18 Principales empresas chilenas importadoras.**

<b>Importador</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
EASY RETAIL S.A.	430.885	85,5
COMERCIAL HISPANO CHILENA LIMITADA	61.896	12,3
EVERCRISP SNACK PRODUCTS CHILE	11.413	2,3

En el 2022, para el código arancelario 69072320, los principales orígenes de las importaciones fueron los siguientes:

**Tabla 19 Principales países de origen de las importaciones.**

<b>País de origen</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
CHINA	407.928	74,3
ESPAÑA	86.400	15,7
BRASIL	43.259	7,9
ALEMANIA	11.413	2,1

En el 2022, para el código arancelario 69072390, las principales empresas importadoras chilenas de cerámica y registradas en el Servicio Nacional de Aduanas fueron las que detallan en el siguiente cuadro:

**Tabla 20 Principales empresas chilenas importadoras.**

<b>Importador</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
COMERCIAL K SPA (MK)	1.769.725	53,6
EASY RETAIL S.A.	663.454	20,1
CONSTRUMART S A	355.920	10,8
MATERIALES Y SOLUCIONES S A (MTS)	194.910	5,9
PORCELANOSA CHILE SPA	120.504	3,7
ATIKA S A	112.668	3,4
CHILEMAT SPA	30.794	0,9
DAP DUCASSE DISEÑO LTDA	30.438	0,9
MOSAICO S.A.	12.245	0,4
IMP. Y EXP. CHILE ORIENTE LTDA	3.416	0,1
PJ CHILE SPA	3.184	0,1
IMPORTADORA PACIFIC COLOR LTDA	2.890	0,1
CENTRO COMERCIAL CHINATOWN LTD	453	0,0

En el 2022, para el código arancelario 69072390, los principales orígenes de las importaciones fueron los siguientes:

**Tabla 21 Principales orígenes de importaciones**

<b>País de origen</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
CHINA	2.113.182	45,4
ESPANA	1.076.753	23,1
MEXICO	555.786	11,9
BRASIL	433.405	9,3
ARGENTINA	240.297	5,2
ITALIA	114.392	2,5
PERU	69.231	1,5
EMIRATOS ARABES	30.438	0,7
FINLANDIA	14.734	0,3
AUSTRALIA	8.809	0,2

### 3.3.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

Las importaciones de artículos sanitarios han tenido una tendencia creciente en los últimos 3 años, independiente de la pandemia. Esto se muestra en la siguiente tabla, donde se observa los crecimientos de importaciones para los periodos 2021-2020 y 2020-2019.

**Tabla 22 Importaciones de los productos en dólares FOB.**

<b>Codigo Arancelario Chileno</b>	<b>Descripcion</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Var. 2020-2019 (%)</b>	<b>Var. 2021-2020 (%)</b>
69109050	Fregaderos, lavabos y pedestales	6.466.263	6.862.518	11.678.625	6,1	70,2

En el 2021, las principales empresas importadoras chilenas de artículos sanitarios y que están registradas en el Servicio nacional de aduanas de Chile, se muestran a continuación:

Tabla 23 Principales empresas chilenas importadoras.

Importador	US\$ FOB	% de participación
SODIMAC S.A.	3.252.616	29,8
SANITARIOS DE CHILE S.A.	2.926.446	26,8
COMERCIAL K SPA	1.595.470	14,6
COMERCIAL HISPANO CHILENA LIMITADA	1.089.327	10,0
EASY RETAIL S.A.	608.895	5,6
MOSAICO S.A.	476.080	4,4
CONSTRUMART S A	317.637	2,9
MATERIALES Y SOLUCIONES S A	148.044	1,4
KITCHEN CENTER S.A.	139.916	1,3
COMERCIAL DUOMO LIMITADA	70.416	0,6

En el 2021, los principales países de origen de las importaciones fueron de los países que se muestran a continuación:

Tabla 24 Principales países de origen de las importaciones.

País de origen	US\$ FOB	% de participación
CHINA	7.960.296	68,2
ECUADOR	2.578.556	22,1
PERU	615.137	5,3
BRASIL	245.448	2,1
ESPAÑA	114.393	1,0
ARGENTINA	108.836	0,9
MARRUECOS	16.344	0,1

### 3.3.4. Grifería para uso doméstico

Las importaciones de grifería para uso doméstico han mostrado una recuperación post pandemia. Esto se muestra en la siguiente tabla, donde se observa los crecimientos de importaciones para los periodos 2021-2020 y disminución para el periodo 2020-2019.

Tabla 25 . Importaciones de grifería para uso doméstico en dólares FOB

Codigo Arancelario Chileno	Descripcion	2019	2020	2021	Var. 2020-2019 (%)	Var. 2021-2020 (%)
84818010	Griferia para uso domestico	56.549.317	46.020.326	88.164.679	-18,6	91,6

En el 2021, las principales empresas importadoras chilenas de artículos de grifería se muestran a continuación e incluye a empresas están registradas en el Servicio nacional de aduanas de Chile. A continuación, se entrega información de las dichas empresas y porcentaje de participación en el mercado importador chileno:

Tabla 26 Principales empresas chilenas importadoras.

Importador	US\$ FOB	% de participación
MOSAICO S.A.	17.925.990	23,6
SODIMAC S.A.	8.917.387	11,7
IMPORTADORA NINGBO CHILE LTDA	6.586.280	8,7
COMERCIAL HISPANO CHILENA LIMITADA	4.767.671	6,3
COMERCIAL K SPA	4.342.667	5,7
FCA.DE FITTINGS Y ART.SANIT. S	3.474.252	4,6
SANITARIOS DE CHILE S.A.	3.109.372	4,1
NIBSA S.A.	3.076.676	4,0
ELECTROLUX DE CHILE S.A.	2.393.871	3,2
DIMACO S A C	1.874.618	2,5
PLASTICOS HOFFENS S.A.	1.825.717	2,4
DUSCHY CHILE S.A.	1.694.372	2,2
TEKA CHILE S.A.	1.678.395	2,2
GRUPO LATYN S.A.	1.668.873	2,2
MATERIALES Y SOLUCIONES S A	1.595.194	2,1

En el 2021, se muestran los principales países de origen de las importaciones en la siguiente tabla:

Tabla 27 Principales países de origen de las importaciones.

País de origen	US\$ FOB	% de participación
CHINA	77.826.113	88,3
ESPANA	3.412.820	3,9
ITALIA	2.296.399	2,6
REPUBLICA CHECA	1.109.565	1,3
ALEMANIA	1.062.091	1,2
U.S.A	830.711	0,9
MEXICO	655.284	0,7
BRASIL	241.526	0,3
PERU	110.731	0,1

### 3.4. Importaciones de Chile desde Perú

#### 3.4.1. Mármol travertino

Las importaciones de mármol travertino desde Perú, muestran una caída sostenida durante y post pandemia. Estas importaciones consideran empresas registradas y no registradas en el Servicio Nacional de Aduanas de Chile. Esto se muestra en la siguiente tabla, donde se observa los decrecimientos de importaciones para el periodo 2020-2019 y 2021-2020.

**Tabla 28 Importaciones desde Perú de mármol travertino en dólares FOB.**

<b>Codigo Arancelario Chileno</b>	<b>Descripcion</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Var. 2020-2019 (%)</b>	<b>Var. 2021-2020 (%)</b>
68022100	Mármol, travertinos y alabastro	886.619	292.935	268.394	-67,0	-8,4

En el 2021, las principales empresas importadoras de mármol travertino, que están registradas en el Servicio Nacional de Aduanas de Chile, fueron las que se mencionan a continuación. Se entrega información de las dichas empresas y porcentaje de participación en el mercado importador chileno:

**Tabla 29 Principales empresas chilenas que importan desde Perú.**

<b>Importador</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
SODIMAC S.A.	22.123	37,2
COMERCIAL DUOMO LIMITADA	15.641	26,3
LA MARMA S.A	11.218	18,9
COMERCIAL MUNDO MARMOL S.A.	10.417	17,5

### 3.4.2. Cerámicas

Las importaciones de cerámicas desde Perú, muestra varias oportunidades. Algunas categorías de cerámicas inician su proceso de importación en el 2022. El resto de las categorías, presentan crecimientos interesantes para el periodo 2022-2021. Estas importaciones consideran empresas registradas y no registradas en el Servicio Nacional de Aduanas de Chile. El detalle de lo anterior, se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 30 Importaciones desde Perú de Cerámicas en dólares FOB.**

Codigo Arancelario Chileno	Descripcion	2019	2020	2021	2022*	Var. 2020-2019 (%)	Var. 2021-2020 (%)	Var. 2021-2020 (%)
69072210	Placas y baldosas de gres/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso:	0	0	0	18.353.469	0,0	0,0	18.353.469
69072220	Placas y baldosas de loza o barro/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5% pero inferior o igual al 10 % en peso:	0	0	0	753.270	0,0	0,0	753.270
69072290	Placas y baldosas/Los demás/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso:	323.014	1.300.987	809.455	3.988.568	302,8	-37,8	392,7
69072310	Placas y baldosas de gres/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso	0	0	0	411.463	0,0	0,0	411.463
69072320	Placas y baldosas de loza o barro/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso	0	0	0	0	0,0	0,0	0
69072390	Placas y baldosas/Los demás/Con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso	520	27	59.296	69.231	-94,8	219.515,0	16,8

\*valores referidos hasta agosto del 2022, según disponibilidad

En el 2022, para el código arancelario 69072210, las principales empresas chilenas importadoras de cerámica peruana son las siguientes:

Tabla 31 Principales empresas chilena que importan desde Perú.

Importador	US\$ FOB	% de participación
CERAMICAS CORDILLERA COMERCIAL	11.224.076	61,2
CONSTRUMART S A	4.878.954	26,6
IMPERIAL S.A.	1.299.778	7,1
COMERCIAL K SPA	584.379	3,2
IMPORTADORA B S SOCIEDAD ANONIMA	237.831	1,3
MATERIALES Y SOLUCIONES S A	84.500	0,5
EASY RETAIL S.A.	26.840	0,1
SODIMAC S.A.	17.110	0,1

En el 2022, para el código arancelario 69072220, las principales empresas chilenas importadoras de cerámica peruana son las siguientes:

Tabla 32 Principales empresas chilena que importan desde Perú.

Importador	US\$ FOB	% de participación
EASY RETAIL S.A.	484.123	72,7
COMERCIAL K SPA	181.740	27,3

En el 2022, para el código arancelario 69072290, las principales empresas chilenas importadoras de cerámica peruana son las siguientes:

**Tabla 33 Principales empresas chilena que importan desde Perú.**

<b>Importador</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
EASY RETAIL S.A.	3.306.280	87,7
COMERCIAL K SPA	260.540	6,9
CONSTRUMART S A	183.436	4,9
MATERIALES Y SOLUCIONES S A	20.013	0,5

En el 2022, para el código arancelario 69072310, las principales empresas chilenas importadoras de cerámica peruana son las siguientes:

**Tabla 34 Principales empresas chilena que importan desde Perú.**

<b>Importador</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
CONSTRUMART S A	320.539	80,3
IMPERIAL S.A.	51.684	12,9
COMERCIAL K SPA	22.068	5,5
SODIMAC S.A.	5.063	1,3

En el 2022, para el código arancelario 69072390, las principales empresas chilenas importadoras de cerámica peruana son las siguientes:

**Tabla 35 Principales empresas chilena que importan desde Perú**

<b>Importador</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
CONSTRUMART S A	52.188	75,4
CHILEMAT SPA	17.043	24,6

### 3.4.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

Las importaciones de artículos sanitarios han disminuido n forma consistente en los últimos 3 años. Este análisis incluyó a empresas chilenas registradas y no registradas en el Servicio Nacional de Aduanas de Chile. Para mayores detalles, se puede observar la siguiente tabla:

**Tabla 36 Importaciones desde Perú de estos productos en dólares FOB.**

<b>Codigo Arancelario Chileno</b>	<b>Descripcion</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Var. 2020-2019 (%)</b>	<b>Var. 2021-2020 (%)</b>
69109050	Fregaderos, lavabos y pedestales	861.992	710.234	615.137	-17,6	-13,4

En el 2021, las principales empresas chilenas importadoras de artefactos sanitarios de Perú, se muestran a continuación:

**Tabla 37 Principal empresa chilena que importa desde Perú.**

<b>Importador</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
CONSTRUMART S A	317.637	61,3
MATERIALES Y SOLUCIONES S A	148.044	28,6
CHILEMAT SPA	48.222	9,3
MOSAICO S.A.	4.267	0,8

#### 3.4.4. Grifería para uso doméstico

Las importaciones de grifería para uso doméstico desde Perú, muestran también una recuperación post pandemia. Estas importaciones consideran empresas registradas y no registradas en el Servicio Nacional de Aduanas de Chile. Esto se muestra en la siguiente tabla, donde se observa los crecimientos de importaciones para el periodo 2020-2019 y 2021-2020.

Importaciones desde Perú de Mezclas a base de derivados nitrados de glicerol y etilenglicol (dinamita) en dólares FOB.

**Tabla 38 Importaciones desde Perú de Mezclas a base de derivados nitrados de glicerol y etilenglicol (dinamita) en dólares FOB.**

<b>Codigo Arancelario Chileno</b>	<b>Descripcion</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Var. 2020-2019 (%)</b>	<b>Var. 2021-2020 (%)</b>
84818010	Griferia para uso domestico	0	14.494	110.731	14.494,3	664,0

En el 2021, las principales empresas chilenas importadoras desde Perú y que está registradas en el Servicio Nacional de Aduanas de Chile, se detallan a continuación:

**Tabla 39 Principal empresas chilenas que importan desde Perú.**

<b>Importador</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
MOSAICO S.A.	103.621	93,7
CHUBRETOVIC Y CIA LTDA	5.465	4,9
TEKA CHILE S.A.	1.561	1,4

### 3.5. Análisis de la Competencia

#### 3.5.1. Mármol travertino

Dentro de Chile existen 3 canteras de las cuales se extrae mármol travertino. Una de las canteras de mármol travertino chileno es uno de los mayores yacimientos de Mármol a nivel mundial y

pertenece a la empresa Travertino Chile. Otras canteras existentes en territorio chilena son Coggiola Mármol y Durocas que es parte del Grupo San Marino con capitales chileno – españoles. Estas tres empresas son dueñas de la explotación de mármol travertino del país.

Estas canteras distribuyen a las empresas especialistas en piedra en Chile. El mercado es muy pequeño, por ser considerado un material elitista, debido a su alto costo en donde sólo el segmento algo puede adquirirlo para grandes proyectos como edificios o bien proyectos más pequeños como remodelaciones de cocina asesorados por Diseñadores y arquitectos. Las empresas especialistas en mármol en Chile son Atika, MK, Comercial Hispano Chilena -CHC y Duomo. La empresa especialista número uno nacional en mármol es Atika y se dedica a la comercialización de mármol en un segmento alto, nivel Premium. Frente a ella compiten las otras empresas con menor participación en el mercado, pero siempre enfocadas a un nivel segmento alto.

Todas estas empresas especialistas son además, importadoras de mármol con orígenes desde Perú, China, Turquía, España, Italia, entre otros. Su mármol es exhibido en sus propios showrooms en donde se enfocan en un perfil de cliente como Arquitectos, diseñadores y consumidor final. Por otra parte, tienen un área específica del negocio dedicada a la venta a constructoras, inmobiliarias y el retail.

### 3.5.2. Cerámicas

En el mercado chileno no existe identificación respecto a marcas, más que la de cerámicas cordillera. Esto se debe principalmente, a que los inicios de la empresa fueron de capitales chilenos. Actualmente, la empresa pertenece al Grupo Lamosa con fábricas en México, Colombia, Argentina y Perú. Este grupo está posicionado como la 3ra empresa más importante a nivel mundial, produciendo más de 160 millones de metros cuadrados por año.

En Chile, el público general no compra el producto por una marca específica. Esto es diferente para los grandes distribuidores y comercializadores, quienes importan los productos y son los encargados de proveer de variedad en cerámicos, gres y porcelanato. Ellos si conocen las fábricas, distintas calidades y estilos de diseño que existen en el mercado internacional.

Existen dos grandes distribuidores de cadenas de ferreterías y Ambas poseen asociados de pequeño tamaño a lo largo de todo Chile:

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

Esto genera que los precios no tengan gran variación entre cadenas de ferreterías, pero si su calidad varía, consiguiendo precios un poco más económicos de las cerámicas que las que son vendidas en empresas líderes en revestimientos y productos de terminaciones. Como empresa, MK es líder en el mercado, con alta participación y cuyos clientes pertenecen a un área productos Premium y grandes volúmenes para clientes privados como también empresas constructoras. Sus importaciones son desde Perú, Brasil, Italia, entre otros.

Dentro del mercado de la construcción y productos de terminaciones, también se encuentran las grandes cadenas de retail con la mayor participación en el mercado, tales como Sodimac y Easy. Sodimac pertenecientes a Falabella, con 5 formatos de tiendas donde se incluye Homecenter Sodimac, Sodimac Constructor, Imperial, Sodimac.com, venta empresas, con 85 tiendas en todo el país. Por otra parte, está Easy que es parte de Cencosud, también posee 35 tiendas que incluyen un área específica llamada mundo experto.

Otras tiendas especialistas como Atika y Duomo también compiten en el mercado, no sólo para cliente final, también compiten para los proyectos de constructoras. Sin embargo, estas empresas están enfocadas en tener productos de mayor calidad y para un segmento Premium.

### 3.5.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

Chile, es un pequeño mercado de un poco más de 2.000 piezas anuales de artículos sanitarios producidas hasta antes de la pandemia. En este mercado quien lidera es la empresa Fanaloza, no sólo por sus productos de calidad, también por sus precios, los cuales son los más económicos del mercado, haciéndolos más competitivo frente a las importaciones.

Los grandes distribuidores y retail se dividen el mercado entre un 30% de sanitarios de importación y 70% nacionales, respectivamente. Los principales retails que comercializan sanitarios son Sodimac, Easy. Otras como MTS y Chilemat, se dividen el mercado nacional en las regiones, llegando a lo largo del país con alguno de sus socios ferreteros, las que ambas suman más de 200 tiendas en todo Chile.

Otras empresas con alta participación en el mercado chileno son MK y Duomo. Ambas son líderes en su segmento, premium. Mk importa productos sanitarios desde España, Republica Checa, China, entre otros. En tanto Duomo los importa desde Alemania y Ecuador.

### 3.5.4. Grifería para uso doméstico

Chile está liderado por la marca Stretto, la que acapara entre el 70% al 80% del mercado chileno de grifería para baños y cocina. Esto es logrado por la gran producción de grifería en China con su propia oficina en el país asiático, precios competitivos y respaldo de garantía calidad. Además de agregar innovación y diseño. Su comercialización es en las principales tiendas del país, tanto retail como especialistas y ferreterías. La empresa tiene la capacidad de atender solicitudes de viviendas sociales DS19, siendo muy fuertes en el área de este tipo de construcciones. Stretto va dirigido a un segmento medio y la marca Aggio va dirigida a un segmento de lujo, premium.

La otra área de competencia fuerte es la de tiendas especializadas en diseño, las que importan sus productos principalmente de Asia y Europa. La principal diferenciación es la calidad premium y enfocado principalmente al diseño. Las tiendas más importantes dentro de grifería son Mosaico, Mk, CHC, Atika, Duomo, DapDucasse, todas especialistas en productos de terminación de baño/cocina y con una gran cantidad de volumen en importaciones de éstas.

## IV. Análisis del Sector / Línea en el Mercado

### 4.1 Variedades y Formas de Presentación

#### 4.1.1. Mármol travertino

El Mármol es un producto natural extraído de las canteras y sus usos son variados, diferenciándose por sus espesores y tamaños como, por ejemplo:

- Dimensionada: La roca puede ser extraída en forma de bloque o de ciertos tamaños, la que puede ser utilizada en muebles de cocina, sepulturas, mesas, etc.

- **Construcción:** La roca se utiliza por un corte simple y puede ser utilizada como piso, muro, tanto de interiores como exteriores, teniendo acabados brillantes, rústicos, brutos y mates.
- **Ornamental:** La roca puede ser trabajada buscando un fin, como escultura u otro, por lo que es cortada en una determinada forma y tamaño.

En cuanto al Mármol que se produce en Chile, el Travertino existen variedades y usos según sus tonos de coloración:

- **Travertino clásico y almond.**  
Este tiene un color beige posee una estructura a rayas, la que es utilizado como revestimiento interior de lujo arquitectónico, entregando elegancia. Se puede cortar a la veta o al agua, lo que hará cambiar su aspecto.



Imagen 5 Travertino Clásico

- **Travertino light**  
Posee tonos blanco y beige claro. Su estructura es homogénea y en general no posee grandes poros o cavidades. Es cortado a la veta o al agua, lo que hace cambiar su aspecto. Es utilizado por excelencia como revestimiento de grandes salones entregando elegancia y majestuosidad al interior de éstos.



Imagen 6 Travertino light

- **Travertino Silver**  
Este mármol posee tonos plateados de color beige muy claro, entregando un look más vanguardista y moderno a la arquitectura. Su estructura es ideal para cocinas de estilo industrial



Imagen 7 Travertino silver

- Travertino Almond  
Su color es almendrado, más oscuro que los anteriores, con tenues vetas claras. Este tono también puede ser cortado a la veta o al agua.



Imagen 8 Travertino almond

El uso del travertino es diverso, ya que va bien en todo lugar y espacio. Tanto para interiores y exteriores en edificaciones, plazas, hoteles, obras públicas, entre otros ya que su durabilidad puede ser de milenios. Por esta característica es que el travertino es usado en espacios secos como húmedos o expuestos al agua como lo son baños, cocinas, jardines, piscinas, etc.

Los formatos más comunes en Travertino son planchas, palmetas y bandas largo libre, en anchos y espesores que varían según requerimiento del cliente. Los cortes de dimensionados principales y más pedidos son las siguientes medidas: 30cmxLL y 40cmxLL en 1 y 2cm de ancho y 60cmxLL en 2cm.

### **Tipos de cortes del mármol travertino**

- Corte a la Veta  
Es el más común de los cortes en el travertino ya que se puede ver de mejor manera la veta que caracteriza a este tipo de roca. Sus terminaciones pueden variar de Natural ha envejecido, pulido mate, pulido brillante, con o sin retape.
- Corte al Agua  
El corte al agua es aquel que tiene y deja un acabado homogéneo del travertino, donde se pueden apreciar sus dibujos de puntos y anillos. También puede tener acabado natural, envejecido, pulido brillante, pulido mate con o sin retape.

Todo el proceso de corte es complementado con las máquinas calibradoras cuya función es regular el espesor de cada plancha y una cortadora de puente que realiza el dimensionado de las palmetas con medidas de 30,5 o 40,5 cm y su largo es libre, dependiendo del largo del bloque. El retape cumple la función de sellar porosidades del mármol, con cemento blanco, tierra de color y sellantes, proceso que demora 1 o 2 días de secado natural.

#### 4.1.2. Cerámicas

##### Cerámica

La cerámica es un revestimiento elaborado con materias primas basadas en silicatos aluminicos y arcillas, que pueden ser de color rojo (el más común) o blanco, colores que se pueden ver claramente en sus caras posteriores y costados. Por su lado superior, está recubierta por vítreo (esmalte cerámico). Poseen excelente resistencia mecánica, la que es medida según PEI (Porcelain Enamel Institute) y se utiliza para medir resistencia de cerámicas, gres y porcelanatos, la cual se clasifica en 5 grados:

- PEI 1: Tránsito muy ligero/ uso interior muros o sin acceso directo desde el exterior.
- PEI 2: Tránsito ligero/ uso interior en baños y habitaciones.
- PEI 3: Tránsito medio/ usos cercanos a exterior o cocina, salas y comedores.
- PEI 4: Tránsito alto/uso interior y exterior
- PEI 5: Alto Tránsito/uso en fábricas

Según resistencia al tráfico	
<b>Residencial Nulo</b> Productos de muro.	
<b>Residencial Bajo PEI 2 - PEI 3</b> Apropiada para baño o lugares de bajo tráfico.	
<b>Residencial Alto PEI 4</b> Donde se transita habitualmente, cocinas y pasillos.	
<b>Comercial Alto PEI 5</b> Tráfico intenso, locales, malls y accesos.	

Así como tienen grados de resistencia, también poseen una tabla de calidad, la que tiene escala en letras A, B, C. Dónde A es un producto excelente y no presenta ninguno de los 24 posibles defectos. En general, la cerámica tiene una muy buena resistencia mecánica, a las altas temperaturas y al desgaste de los años. Por otra parte, este revestimiento es un excelente aislante térmico y eléctrico. Adicionalmente, este es el revestimiento dentro de los cerámicos más económicos dentro de los 3 pisos duros más ocupados por los chilenos.

Las cerámicas pueden ser clasificadas por nivel de brillo, uso, dimensiones, entre otros. Respecto al nivel de brillo, pueden tener dos tipos de acabados, esmaltado o mate.



Imagen 9 Acabado esmaltado



Imagen 10 Acabado mate

Las cerámicas también se pueden clasificar de acuerdo a su uso en interior y/o exterior. A su vez, estos varían según su espesor. Por ejemplo, las terrazas de 6 mm a 8 mm, hasta alto tráfico que pueden llegar a los 20mm. Estos espesores pueden variar por marca.



Imagen 11 Cerámica exterior terraza



Imagen 12 Cerámicas exteriores

Según el tamaño, las dimensiones más comunes son: 25x25cm, 25x35cm, 30x30cm, 45x45cm, 53x53cm y 60x60cm, entre otros.



Imagen 13 cerámica 25x25

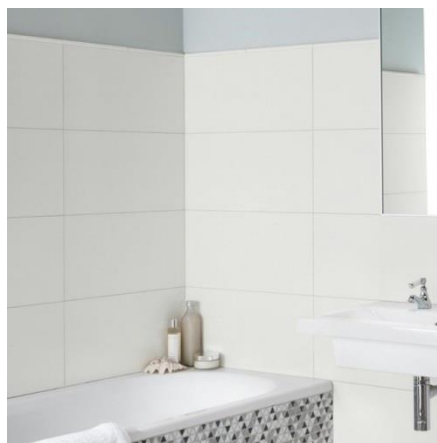


Imagen 14 cerámica 25x35



Imagen 15 cerámica 30x30



Imagen 16 cerámica 45x45



Imagen 17 cerámica 60x60



Imagen 18 cerámica 53x53

Según estudios, el consumidor chileno es muy clásico para la elección de colores de cerámica, los colores beige, blancos y grises son los más consumidos.



Imagen 19 cerámica beige piso



Imagen 20 cerámica blanca y gris

### Porcelanato

Este producto pertenece a la familia de la cerámica, a diferencia de ésta es rectificadora, ultra resistente. Esto se debe a que su materia prima contiene entre otros cuarzos, producido a una temperatura que puede superar los 1300 grados centígrados y con un acabado mate o brillante. Tiene varios tipos de presentación y su uso no es solo baño y cocina, sino también en el hall de la casa, living, comedor y todas las habitaciones. Además, se puede usar en pisos y muros. Los más comunes son palmetas cuadradas de tamaño 60x60cm y otras en formato rectangular como tabla de madera 15x60cm, 15x90cm, 20x100 cm, entre otras medidas.

Sus estilos más comunes pueden ser:

### Estilo Madera



Imagen 21 estilo madera 23x120cm



### Estilo Cemento

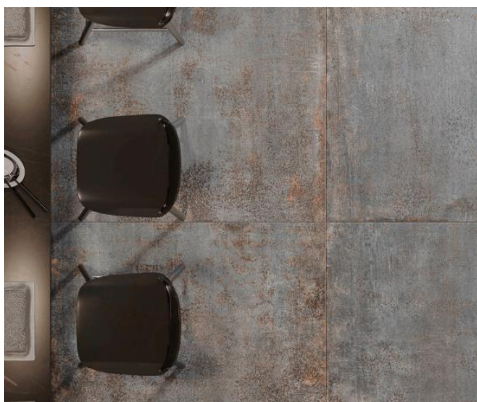


Imagen 22 Estilo cemento 60x60



### Estilo M3rml



Imagen 23 Estilo m3rml 60x120cm



### Estilo Plain



Imagen 24 Estilo plain 30x60cm



### Tamaño mini



Imagen 25 Estilo mini 6,5x20cm



### Tamaño maxi



Imagen 26 Estilo maxi 120x240cm



### Gres

El gres es un material que presenta valores más bajos de absorción de agua que la cerámica, es decir la cantidad de agua que la losa puede absorber en particulares condiciones. Posee una alta resistencia a la abrasión, por lo que es más durable que una cerámica y más similar al porcelanato. Las medidas en comparación con porcelanato no varían mucho, pudiendo encontrar del mismo tamaño. Al igual que el porcelanato posee varios estilos de presentación y tamaños, entre ellos:

### Estilo madera



Imagen 28 Estilo madera



Imagen 27 15x60cm

### Estilo Cemento



Imagen 30 Estilo cemento



Imagen 29 20x25cm

### Antideslizante



Imagen 31 Antideslizante 30x60 cm



Estilo piedra



Imagen 32 Estilo piedra 60x60cm

Sólo para muro

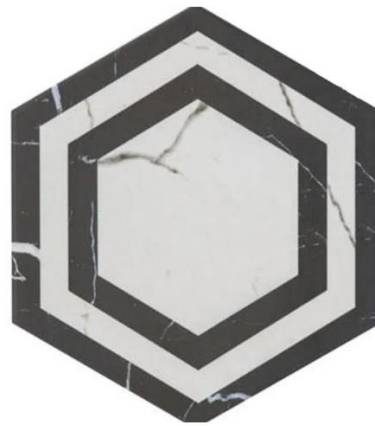


Imagen 33 Sólo para muro 20x25cm

#### 4.1.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

En cuanto a tipos de sanitarios existen 2 grandes grupos

Sanitario con grifería a muro



Imagen 34 Sanitario a muro

Sanitario con grifería a piso



Imagen 35 Sanitario a piso

Los sanitarios a muro son utilizados principalmente en departamentos y para baños de 2do piso. Así mismo los sanitarios a piso 30cm. Son usados de forma estándar para todo tipo de casas.

Entre las características existe otra distinción. Pueden contar con una manilla o con un botón dual de descarga. La diferencia radica en el consumo de agua, el sanitario con manilla tiene un consumo de 6 litros y de 4 a 6 litros con botón dual.



Imagen 36 Sanitario con botón



Imagen 37 Sanitario con manilla

#### Sanitario de una pieza

Como su nombre lo indica este sanitario posee sólo una pieza, botón dual de descarga, con consumo de agua de 6 y 4 litros.



Imagen 38 Sanitario 1 pieza

#### Sanitario 2 piezas

Este sanitario está integrado por un estanque y el asiento de W.C., con botón dual o manilla de descarga. Este es el modelo más común dentro de Chile.



Imagen 39 Sanitario 2 piezas

## Lavabos

En este tipo de productos llamado en Chile lavamanos, los pueden encontrar con pedestal en varios diseños, pero son más ocupados en hogares del segmento medio y bajo. Por otra parte, existen los lavamanos con diseño sobre cubierta o empotrados.



Imagen 40 Lavamanos con pedestal básico



Imagen 41 Lavamanos doble



Imagen 42 Lavamanos empotrado



Imagen 43 Lavamanos contenedor de agua



Imagen 44 Lavamanos diseño sobre cubierta

## Fregaderos

Los lavaderos no son muy comunes, por su poco uso en los hogares y existe poca variedad. Las tiendas poseen dos tipos de materiales, de acero inoxidable y de fibra de vidrio.



Lavadero acero inoxidable



Lavadero fibra de vidrio

#### 4.1.4. Grifería para uso doméstico

Dentro de las variedades, existen para cada categoría, las que pueden ser de níquel, bronce o acero inoxidable y se dividen en las siguientes:

- Grifería de Cocina  
Esta categoría la integran las llaves de lavaplatos y lavadero, las que pueden ser tipo empotrado o externo, con acabado brillante, mate o cepillado, además de tener diferentes colores para la elección.



Imagen 45 Llave lavaplatos



Imagen 46 Llave lavaplatos extraíble



Imagen 47 Llave lavaplatos cromado brillante



Imagen 48 Llave lavaplatos mate negro



Imagen 49 Llave lavaplatos color cobre



Imagen 50 Llave combinación lavaplatos

- Grifería de Baños

En este tipo de grifería existen llaves para lavamanos y llaves de ducha junto a sus accesorios de grifería. Su instalación puede ser sobre cubierta o a muro y existen en varios colores y diseños al igual que en cocina.



Imagen 51 Llave lavatorio monomando



Imagen 52 Llave lavatorio color oro



Imagen 53 Llave doble manillas



Imagen 54 Llave monomando ducha



Imagen 55 Llave tina y ducha



Imagen 56 Columna de ducha



Imagen 57 Brazo ducha a muro



Imagen 584 Mezclador ducha empotrado



Imagen 595 soporte expuesto ducha fono flexible



Imagen 60 Ducha fija sin brazo



Imagen 61 Flexible ducha



Imagen 62 Mezclador termostático



Imagen 63 Mezclador select dos vías



Imagen 64 Termostato select 1 vía



Imagen 65 Mezclador select 3 vías



Grifería ducha cocodrilo 1

## 4.2 Canales de Distribución

### 4.2.1 Rutas de Acceso

#### 4.2.1.1. Mármol travertino

Del monto total de importaciones en el 2021, la mayoría de estas se realizaron por aduanas de la zona centro de Chile. Incluyendo los puertos de San Antonio y Valparaíso, ambas aduanas representaron cerca de 95,5% de las importaciones de mármol travertino. Esta concentración de las aduanas, a través de las cuales estos productos son internados, se debe a que en estas regiones se concentran los centros de distribución en Chile, y los proyectos de viviendas de mayor ingreso del país. Para mayor detalle de las aduanas, a través de las cuales se interna el mármol travertino, se muestra el siguiente cuadro:

Tabla 40 Rutas de acceso de mármol travertino

Aduana	US\$ FOB	% de participación
SAN ANTONIO	799.993	63,6
VALPARAISO	402.919	32,0
TALCAHUANO	53.654	4,3
METROPOLITANA	1.130	0,1
IQUIQUE	476	0,0

#### 4.2.1.2. Cerámicas

Del monto total de importaciones en el 2022 para el código arancelario 69072210, la mayoría de estas se realizaron en la zona centro de Chile. Particularmente, a través de las aduanas de San Antonio (marítimo) y Los Libertadores (terrestre). Para mayor detalle de las aduanas antes mencionadas, se muestra el siguiente cuadro:

Tabla 41 Rutas de acceso del código arancelario 69072210

Aduana	US\$ FOB	% de participación
SAN ANTONIO	29.259.666	54,9
LOS LIBERTADORES	14.785.231	27,8
OTROS PTOS. CHILENOS	3.179.753	6,0
VALPARAISO	1.883.831	3,5
SAN VICENTE	1.596.505	3,0
LIRQUEN	1.442.076	2,7
CHACALLUTA	467.117	0,9
JURELES	190.701	0,4
CORONEL	150.858	0,3
ANTOFAGASTA	92.334	0,2
CHUNGARA	72.648	0,1
PUERTO ANGAMOS	68.140	0,1
IQUIQUE	34.401	0,1
SALINAS	22.000	0,0
ARICA	15.019	0,0
LOS VILOS	10.666	0,0

Del monto total de importaciones en el 2022 para el código arancelario 69072220, la mayoría de estas se realizaron en la zona centro de Chile. Particularmente, a través de las aduanas Los Libertadores (terrestre) y Valparaíso (marítimo). Para mayor detalle de las aduanas antes mencionadas, se muestra el siguiente cuadro:

Tabla 42 Rutas de acceso del código arancelario 69072220

Aduana	US\$ FOB	% de participación
LOS LIBERTADORES	3.347.288	71,4
VALPARAISO	571.530	12,2
IQUIQUE	380.791	8,1
SAN ANTONIO	293.162	6,3
OTROS PTOS. CHILENOS	94.688	2,0

Del monto total de importaciones en el 2022 para el código arancelario 69072290, la mayoría de estas se realizaron en la zona centro de Chile. Particularmente, a través de las aduanas San Antonio (marítimo), Valparaíso (marítimo) y Los Libertadores (terrestre). Para mayor detalle de las aduanas antes mencionadas, se muestra el siguiente cuadro:

**Tabla 43 Rutas de acceso del código arancelario 69072290**

<b>Aduana</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
SAN ANTONIO	4.841.355	32,0
VALPARAISO	4.154.780	27,5
LOS LIBERTADORES	4.055.186	26,8
OTROS PTOS. CHILENOS	1.369.960	9,1
LIRQUEN	305.013	2,0
CHUNGARA	202.503	1,3
SAN VICENTE	64.840	0,4
JURELES	50.982	0,3
SALINAS	39.957	0,3
ANTOFAGASTA	21.925	0,1
IQUIQUE	13.395	0,1
PUERTO ANGAMOS	5.744	0,0
AEROPUERTO COM. A. MERINO B.	3.274	0,0

Del monto total de importaciones en el 2022 para el código arancelario 69072310, la mayoría de estas se realizaron en la zona centro de Chile. Particularmente, a través de las aduanas San Antonio (marítimo) y Los Libertadores (terrestre). Para mayor detalle de las aduanas antes mencionadas, se muestra el siguiente cuadro:

**Tabla 44 Rutas de acceso del código arancelario 69072310**

<b>Aduana</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
SAN ANTONIO	9.767.748	76,4
LOS LIBERTADORES	1.341.034	10,5
OTROS PTOS. CHILENOS	688.876	5,4
VALPARAISO	446.411	3,5
SAN VICENTE	198.555	1,6
LIRQUEN	114.982	0,9
CORONEL	99.006	0,8
IQUIQUE	65.201	0,5
JURELES	42.684	0,3
PUERTO ANGAMOS	13.779	0,1
SALINAS	689	0,0

Del monto total de importaciones en el 2022 para el código arancelario 69072320, la mayoría de estas se realizaron en la zona centro de Chile. Particularmente, a través de las aduanas San Antonio (marítimo) y Valparaíso (marítimo). Para mayor detalle de las aduanas antes mencionadas, se muestra el siguiente cuadro:

**Tabla 45 Rutas de acceso del código arancelario 69072320**

<b>Aduana</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
SAN ANTONIO	409.556	74,6
VALPARAISO	94.638	17,2
LOS LIBERTADORES	43.259	7,9
IQUIQUE	1.547	0,3

Del monto total de importaciones en el 2022 para el código arancelario 69072390, la mayoría de estas se realizaron en la zona centro de Chile. Particularmente, a través de las aduanas San Antonio (marítimo) y Valparaíso (marítimo). Para mayor detalle de las aduanas antes mencionadas, se muestra el siguiente cuadro:

**Tabla 46 Rutas de acceso del código arancelario 69072390**

<b>Aduana</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
SAN ANTONIO	3.242.217	69,6
VALPARAISO	551.228	11,8
LOS LIBERTADORES	400.342	8,6
OTROS PTOS. CHILENOS	229.246	4,9
LIRQUEN	98.410	2,1
SAN VICENTE	53.057	1,1
CORONEL	23.908	0,5
JURELES	19.003	0,4
PUERTO ANGAMOS	11.857	0,3
ANTOFAGASTA	9.855	0,2
IQUIQUE	9.096	0,2
AEROPUERTO COM. A. MERINO B.	8.809	0,2

#### **4.2.1.3. Fregaderos, lavabos y pedestales**

Del monto total de importaciones en el 2021, la mayoría de estas se realizaron por aduanas de la zona centro sur de Chile. Para mayor detalle de la aduana, se muestra la siguiente tabla:

Tabla 47 Rutas de acceso de Mechas de seguridad

Aduana	US\$ FOB	% de participación
SAN ANTONIO	6.658.449	57,0
TALCAHUANO	2.713.634	23,2
VALPARAISO	1.851.233	15,9
LOS ANDES	292.037	2,5
ANTOFAGASTA	96.674	0,8
IQUIQUE	59.633	0,5
ARICA	6.096	0,1
METROPOLITANA	869	0,0

#### 4.2.1.4. Grifería para uso doméstico

Del monto total de importaciones en el 2021, la mayoría se realiza en aduanas del centro de Chile. Particularmente, a través de San Antonio y Valparaíso. Para mayor detalle de la aduana, se muestra el siguiente cuadro:

Tabla 48 Rutas de acceso de grifería para uso doméstico

Aduana	US\$ FOB	% de participación
SAN ANTONIO	63.553.959	72,1
VALPARAISO	21.616.121	24,5
METROPOLITANA	1.420.049	1,6
TALCAHUANO	1.055.807	1,2
LOS ANDES	221.940	0,3
IQUIQUE	197.519	0,2
ARICA	86.833	0,1
ANTOFAGASTA	12.452	0,0

#### 4.2.2 Costos Logísticos Aproximados

El costo por logística de un producto está determinado por varios factores. Estos incluyen el movimiento, salvaguardia, conservación, autorización, legalización y gestión de la mercancía, desde la salida de las instalaciones de la empresa exportadora hasta la llegada a las instalaciones del importador. Algunos de los ítems de gastos se puede considerar: pago de agentes de aduanas; almacenaje; pagos bancarios (comisiones por las transacciones); pagos al Servicio de Impuestos Internos (SII); intereses para valuación de inventarios; documentación diversa; embalaje; empaque; unitarización (acomodo en pallet o incluso en contenedor; carga (handling) en el domicilio del exportador; transporte desde dicho local hasta el punto de pre-embarque; manejo para pre-embarque (descarga en el sitio, depósito y costos adicionales de uso y/o renta) y embarque; todo el costo de transporte internacional; desembarque; transporte hasta instalaciones del importador; descarga en dichas instalaciones; y pago de seguros para todas y pagos las etapas de traslado de la mercancía.

Para cada uno de estos ítems mencionados es preciso establecer, si el exportador o importador se harán cargo de pagarlos. Obviamente, el costo en que se incurre dependerá de los términos de

comercio internacional (incoterms) y condiciones, acordados de antemano entre las partes. Del mismo modo, es recomendable contar con información específica de cada caso de comercio internacional de mercancía: vía de transporte preferida o conveniente; número de unidades; volumen de las mismas; peso total y por unidad; puertos de preferencia y conveniencia, dependiendo del mercado específico de destino; bancos específicos a través de los que se realizarán las transacciones. Es crucial en este proceso, que cada producto cuente con su ficha técnica que será requerida por cada oficina de Aduanas, al momento de internación del producto

La situación de la pandemia, guerra de Ucrania y escases de contenedores, entre otros factores ha impactado en los costos logísticos. Para tener una idea general, los costos logísticos representan entre el 20% al 60% del valor del producto importado.

#### 4.2.3 Principales Agencias de Transporte

##### 4.2.3.1. *Mármol travertino*

Las principales agencias de transporte de mármol travertino es Gava Chile, Logistic Partners Chile, entre otros. A continuación, se proporciona el detalle de estas empresas:

Tabla 49 Agencias de transportes involucradas en la importación de mármol travertino

Agencia de transporte	US\$ FOB	% de participación
GAVA CHILE S.A.	227.229	18,1
LOGISTIC PARTNERS CHILE SPA	133.405	10,6
INTERNATIONAL LINE S.A.	109.030	8,7
HAPAG LLOYD	80.697	6,4
CARGO NET LOGISTICS	60.800	4,8
SAVINO DEL BENE	59.504	4,7
GAVA	58.563	4,7
GAVA CHILE	47.526	3,8
HAPAG-LLOYD	46.354	3,7
GAVA CHILE S.A	43.278	3,4
SAVINO DEL BENE CHIL	40.416	3,2
GAVA I.F. S.R.L.	37.536	3,0
GAVA I.F.C. S.P.A.	30.276	2,4
GAVA I.F.C. S.P.A	29.964	2,4
WORLD TRANSPORT INTL LTDA	27.977	2,2
YAGAN EXPRESS LTDA.	27.140	2,2
ULTRAMAR AGENCIA MARITIMA	22.595	1,8
GAVA GROUP	20.851	1,7
CMA CGM	19.823	1,6
NADAL CONT SERV	17.549	1,4
DYNAMO WELTWEIT LOGISTIK SPA	15.752	1,3
SCHRYVER	15.641	1,2
CRANE WORLDWIDE	12.744	1,0
ASIALINE	11.218	0,9
ATLANTIC	10.773	0,9
ASIALINE PERU	10.417	0,8
INTERNATIONAL LOGISTICS SHIPME	10.313	0,8
MAERSK LINE	8.488	0,7
EVERGREEN LINE	8.094	0,6
DSV OCEAN TRANSPORT A/S	3.190	0,3
ACS LINES	2.594	0,2
MAPETRANSPORT	1.601	0,1
MODAL TRADE	1.291	0,1
SAVINO DEL BENE CHILE S.A.	1.207	0,1
CARGO LAND CHILE SPA	1.130	0,1
SEAQUEST LINE	910	0,1
PACIFIC LOGISTIC S.A	661	0,1
HANSE OCEANLINE	503	0,0
COMAC SPA	476	0,0
CRAFT MULTIMODAL LTDA.	218	0,0
FREIGHTBRIDGE LOGISTICS PVT	167	0,0
KESTREL LINER AGENCIES LLC	167	0,0
MARITIME SERVICE LINE	100	0,0

#### 4.2.3.2. Cerámicas

Las principales agencias de transporte de cerámicas, correspondiente al código arancelario 69072210, se muestran en el siguiente cuadro:

Tabla 50 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072210

Agencia de Transporte	US\$ FOB	% de participación
HAPAG LLOYD	13.287.491	24,9
PEREGRINA S.A.	3.269.415	6,1
TRANSAN S.R.L.	2.741.283	5,1
HAPAG-LLOYD	2.713.625	5,1
MSC	2.208.187	4,1
CMA CGM	2.096.418	3,9
COSCO SHIPPING LINES	1.973.461	3,7
MEDITERRANEAN SHIPPI	1.721.101	3,2
ARCHIL LIMITADA	1.679.054	3,2
HAMBURG SUD	1.664.654	3,1
ONE LINE	1.574.571	3,0
EVERGREEN LINE	1.447.793	2,7
CSAV	1.313.354	2,5
COSCO	1.254.249	2,4
OCEAN NETWORK EXPRES	1.183.154	2,2
BORROTTA TPTE E LOGI	757.310	1,4
SOLCEX LOG LTDA	672.370	1,3
SOLUCIONES LOGISTICA	668.257	1,3
MAR CANTABRICO SA.	533.914	1,0
MAERSK LINE	497.276	0,9

Las principales agencias de transporte de cerámicas, correspondiente al código arancelario 69072220, se muestran en el siguiente cuadro:

Tabla 51 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072220

Agencia de transporte	US\$ FOB	% de participación
COOP.IV CENTENARIO	744.049	15,9
EXPRESO MORAGA S.A.	675.756	14,4
TTES.TCM LTDA.	429.633	9,2
GIMENEZ PABLO DANIEL	410.097	8,7
NO EXISTE	380.791	8,1
PEREGRINA S.A.	345.896	7,4
HAMBURG SUD	334.955	7,1
MAERSK SEALAND	236.576	5,0
TTES. MANCAR LTDA	232.556	5,0
MSC	203.793	4,3
TRANSPORTE MANCAR	167.659	3,6
EMP.T.HNOS.COLQUE Y	123.574	2,6
GUSTAVO LAGO PERUSSO	79.776	1,7
COOP.DE TRANSP.ITAQU	43.969	0,9
HAPAG LLOYD CHILE SP	43.520	0,9
HAPAG-LLOYD	43.362	0,9
TRANSP.TRANSAN SRL	31.899	0,7

Las principales agencias de transporte de cerámicas, correspondiente al código arancelario 69072290, se muestran en el siguiente cuadro:

**Tabla 52 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072290**

<b>Agencia de transporte</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
MAERSK SEALAND	2.406.320	15,9
HAMBURG SUD	1.575.176	10,4
MEDITERRANEAN SHIPPI	1.240.097	8,2
MSC	1.085.280	7,2
TRANS FALLS LTDA.	957.086	6,3
PEREGRINA S.A.	650.977	4,3
M.S.C.	498.817	3,3
OCEAN NETWORK EXPRES	428.882	2,8
TRANSAN S.R.L.	397.005	2,6
TRANSPORTES MANCAR L	393.607	2,6
HAPAG LLOYD CHILE SP	364.041	2,4
MAERSK LINE	276.938	1,8
COTRANSMAF.	262.275	1,7
ONE	256.110	1,7
HAPAG-LLOYD	242.363	1,6
BORROTTA TRANSPORTE	237.779	1,6
GUSTAVO LAGO PERUSSO	221.269	1,5
TTES. TCM LTDA.	195.098	1,3
PERUSSO TRANSPORTES	172.521	1,1
CMA CGM	165.675	1,1
TRANSP.AQUINO	164.022	1,1
COSCO SHIPPING LINES	145.054	1,0
CONTRANSMAF	130.560	0,9

Las principales agencias de transporte de cerámicas, correspondiente al código arancelario 69072310, se muestran en el siguiente cuadro:

**Tabla 53 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072310**

<b>Agencia de transporte</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
MAERSK LINE	2.717.819	21,3
MSC	1.395.991	10,9
MEDITERRANEAN SHIPPI	1.326.736	10,4
HAPAG-LLOYD	988.710	7,7
CMA CGM	943.316	7,4
HAPAG LLOYD	760.615	6,0
OCEAN NETWORK EXPRES	539.434	4,2
ONE	414.274	3,2
TRANS FALLS LTDA	325.490	2,5
MAERSK CHILE S.A.	316.758	2,5
BORROTA TRANSPORTE E	303.423	2,4
COSCO CONTAINER LINE	216.631	1,7
ONE LINE	199.859	1,6
TRANS CEM	199.810	1,6
COSCO	172.063	1,3
BORROTTA TRANSPORTE	164.372	1,3
EVERGREEN LINE	161.988	1,3
TTES.TCM.LTDA	151.091	1,2
COSCO SHIPPING LINES	129.212	1,0
TRANSAN S.R.L.	118.289	0,9

Las principales agencias de transporte de cerámicas, correspondiente al código arancelario 69072320, se muestran en el siguiente cuadro:

**Tabla 54 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072320**

<b>Agencia de transporte</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
CMA CGM CHILE	185.728	33,8
COSCO SHIPPING LINES	158.756	28,9
HAPAG LLOYD CHILE SP	86.400	15,7
MEDITERRANEAN SHIPPI	54.819	10,0
MVP TRANSP. INT.	43.259	7,9
EVERGREEN LINE	11.413	2,1
MAERSK LINE	7.078	1,3
NO EXISTE	1.547	0,3

Las principales agencias de transporte de cerámicas, correspondiente al código arancelario 69072390, se muestran en el siguiente cuadro:

**Tabla 55 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072390**

<b>Agencia de transporte</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>% de participación</b>
MEDITERRANEAN SHIPPI	868.267	18,6
MSC	601.330	12,9
ONE	361.332	7,8
MAERSK LINE	292.930	6,3
OCEAN NETWORK EXPRES	246.647	5,3
CMA CGM CHILE	228.965	4,9
M.S.C.	226.001	4,9
COSCO SHIPPING LINES	212.565	4,6
TRANS FALLS LTDA.	193.933	4,2
TRANSAN S.R.L.	186.372	4,0
MSC CHILE S.A.	159.595	3,4
HAPAG LLOYD	140.664	3,0
CMA CGM	137.436	3,0
HAPAG-LLOYD	89.796	1,9
TRANS FALLS LTDA	71.893	1,5
CMA CGM.	57.496	1,2
ONE OCEAN NETWORK EX	56.988	1,2
EVERGREEN LINE	55.451	1,2
HAPAG LLOYD CHILE SP	54.588	1,2
WAN HAI LINES	48.777	1,0
INTERNATIONAL LINE S	43.382	0,9

#### 4.2.3.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

Las principales agencias de transporte de artículos sanitarios se muestran a continuación:

Tabla 56 Agencias de transportes involucradas en la importación de Mechas de seguridad

Agencia de Transporte	US\$ FOB	% de participación
MEDITERRANEAN SHIPPI	1.696.184	14,5
MSC	1.544.929	13,2
OCEAN NETWORK EXPRES	1.499.247	12,8
HAPAG LLOYD	1.367.102	11,7
HAPAG-LLOYD	1.213.415	10,4
HAMBURG SUD	850.155	7,3
EVERGREEN LINE	709.945	6,1
MAERSK LINE	368.813	3,2
CMA CGM	350.212	3,0
PACIFIC INTERNATIONA	303.205	2,6
COSCO SHIPPING LINES	225.593	1,9
HYUNDAI MERCHANT MAR	164.136	1,4
COSCO SHIPPING CO.LT	163.586	1,4
AUSTRAL SHIPPING AGE	136.497	1,2

#### 4.2.3.4. Grifería para uso domestico

Las principales agencias de transportes de grifería para uso domestico, se muestran a continuación:

Tabla 57 Agencias de transportes involucradas en la importación de grifería para uso doméstico

Agencia de transporte	US\$ FOB	% de participación
OCEAN NETWORK EXPRES	23.052.997	26,1
MEDITERRANEAN SHIPPI	7.982.874	9,1
HAPAG-LLOYD	6.480.245	7,4
HAMBURG SUD	6.384.608	7,2
HAPAG LLOYD	6.288.780	7,1
MAERSK LINE	6.278.342	7,1
MSC	4.900.274	5,6
CMA CGM	3.798.931	4,3
EVERGREEN LINE	2.701.533	3,1
HYUNDAI MERCHANT MAR	2.206.220	2,5
HAMBURG SUD COLUMBUS	2.039.353	2,3
COSCO SHIPPING LINE	1.638.648	1,9
YANG MING	1.310.592	1,5
ORIENT OVERSEAS CONT	1.137.359	1,3
COSCO SHIPPING LINES	1.022.182	1,2
COSCO SHIPPING CO.LT	945.709	1,1
M.S.C.	838.036	1,0
EVERGREEN	661.283	0,8

### **4.3. Canales de Comercialización**

#### **4.3.1. Mármol travertino**

Las empresas especialistas comercializan sus productos en dos grandes canales, por el canal moderno y tradicional. En el primero, muchas empresas están comercializando mármol, a través del sitio web de sus empresas. En segundo, la venta se realiza físicamente en los locales comerciales que las empresas poseen. En este último caso, sus principales clientes son constructoras y el retail. Las constructoras compran su producto según las especificaciones que el arquitecto haya realizado para el proyecto inmobiliario. Esto puede incluir color, diseño, tipo de producto, uso, entre otros. En tanto el retail como tiendas Easy y Homecenter realizan sus ventas hacia el consumidor final directo.

Por otra parte en la cadena de comercialización existe una venta menor pero directa a pequeñas marmolerías, fabricantes de muebles de cocina-baño y cementerios. La diferencia entre estos canales de comercialización radica en su volumen. Por otro lado, las empresas constructoras y retail compran por grandes volúmenes, para poder abastecer sus proyectos y/o sucursales, según sea el caso.

#### **4.3.2. Cerámicas**

La comercialización se realiza a través de las grandes empresas del retail como Sodimac, Easy, Construmart. Ferreterías como Imperial, Yolito, Etersol, cadenas de ferreterías asociadas a MTS y Chilemat a lo largo de todo Chile y otras tiendas del área construcción.

A estos canales formales y tradicionales, se suman los medios e-commerce de los retail y de tiendas especializadas. En este último tipo, se notó un alza de ventas virtuales especialmente durante el periodo de pandemia, en que los consumidores tenían más restricciones de salir de sus domicilios a comprar.

#### **4.3.3. Fregaderos, lavabos y pedestales**

Al igual que la distribución, la comercialización de los sanitarios se realiza en forma directa en el caso de Fanaloza en sus tiendas especializadas llamadas Bath-Center. Estas tienen como característica poseer diseño y vanguardia en sus productos a precios competitivos.

Los otros canales de comercialización ocupados son las grandes tiendas retail, líderes en venta nacional, Sodimac y Easy. Estos canales poseen una gran cobertura a nivel nacional, al igual de las ferreterías asociadas a MTS y Chilemat, que tienen la misión de comercializar este tipo de productos en todos los rincones de Chile, no tan sólo en las principales ciudades, obteniendo un gran alcance.

Dado los tiempos de pandemia, el público se abrió más a canales digitales, como el e-commerce, tanto las grandes tiendas del retail como las tiendas especializadas poseen portales adaptados para la compra vía web, con informaciones del producto, especificaciones técnicas y fotografías que facilitan la compra.

#### 4.3.4. Grifería para uso doméstico

Los principales centros de comercialización son Sodimac, perteneciente al conglomerado Falabella y tiendas Easy, que pertenecen a Cencosud. Estas cadenas de retail son líderes en la comercialización para el público en general de grifería de baño y cocina.

Existen otros canales importantes de comercialización. Esto se relaciona lo que respecta a regiones y comunas pequeñas, son las ferreterías. En su mayoría las asociadas a agrupaciones de ferreterías como Chilemat y MTS.

Por otra parte, se encuentran las empresas dedicadas a la comercialización para público de segmento alto, orientado al diseño y productos de calidad Premium. Estas tiendas especialistas son Duomo, MK, Atika, entre las principales.

La mayoría de las tiendas comercializadoras, tanto retail, especialistas y ferreterías asociadas poseen e-commerce. Este canal fue ampliamente utilizado, cuando las restricciones por pandemia eran las más estrictas, que dificultaban la libertad de movilización de las personas.

#### 4.4. Precios

##### 4.4.1. Mármol travertino

Según datos del Servicio Nacional de Aduanas de Chile el 2021, el precio unitario fue entre USD 0,19/kilo CIF hasta USD 2,2/kilo CIF. El promedio fue USD 2,6/kilo CIF.

Por otro lado, el precio de revestimiento en mármol chileno travertino es alto y si a esto agregamos que es comercializado a un precio minorista es aún más alto. Esto se puede observar en el marketplace, donde existen valores por \$38.900.- el metro cuadrado para palmetas mármol semi pulido, de uso en pisos y muros, con un tamaño de 60x30x1,2cm. ([www.voden.cl](http://www.voden.cl))



← → ↻ voden.cl/revestimientos-de-piedras/76-revestimiento-marmol-travertino-classic.html

Escribe una reseña

**38.900 \$**

Impuestos incluidos

**Revestimientos de piso y Muro**

**Marmol Travertino Classic, semi pulido**

Cada palmeta mide 60 x 30 x 1,2 cm

Valor corresponde a 1 Metro cuadrado

En cuanto a valores para las planchas de mármol tamaño 180x300, sus precios de lista van desde los \$33.000+ IVA el metro cuadrado, equivaliendo a \$39.270.- cada plancha.



#### 4.4.2. Cerámicas

##### Valores mayoristas

Para las empresas importadoras de cerámicas, los precios de importación han variado desde la pandemia. Por ejemplo, si antes del periodo pandemia solían tener un precio de US\$2 dólares el metro cuatro, hoy el valor es desde US\$4 dólares el metro cuadrado con origen desde China. Estos valores cambian cuando es desde Europa, como de Italia, donde los precios van entre losUS\$5 a US7 dólares por metro cuadrado.

##### Valores minoristas

- Los precios en el retail para público en general por metro cuadrado de cerámica color liso van desde los \$8.000 de tamaño 20x30 cm hasta los \$29.000.- en cerámicas de mayor tamaño. En estas mismas tiendas retail venden cerámicas con diseño con precios hasta los \$34.000.- el metro cuadrado.
- El valor de los porcelanatos en el retail de origen China, tienen valores desde \$14.000 60x60 cm. el metro cuadrado, hasta los \$47.000 de 20x120 cm el metro cuadrado.
- En tanto el gres porcelánico los valores en retail van desde los \$15.000.- el metro cuadrado tamaño 60x60 cm, hasta los \$40.000 el metro cuadrado tamaño 15x90cm.
- Por otra parte, en tiendas especializadas con productos Premium los precios se encuentran desde los \$9.000.- cerámica color liso tamaño 33x33 cm el metro cuadrado hasta los \$165.000.- cerámica con diseño europea.
- En cuanto a los valores de los porcelanatos sus valores fluctúan entre los \$10.200.- el metro cuadrado de tamaño 3x10cm hasta los \$357.000.- el kit de tamaño 45x90cm.
- El gres porcelánico tiene precios desde los \$16.000.- en oferta el metro cuadrado de tamaño 60x60 cm. Hasta los \$49.000.- el metro cuadrado de tamaño 6,5x23 cm de origen Brasil.

#### 4.4.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

##### **Minorista**

Los valores dependen de su origen. Los sanitarios provenientes desde China, son los más económica, pero tienen también una gama de sanitarios más Premium cuyos costos suben notoriamente. Dentro de las tiendas retail, los precios para este producto están desde los \$60.000.- a los \$550.000.

En tanto los precios en las tiendas especializadas varían entre los \$60.000.- hasta el \$1.040.000. El cual es un sanitario europeo, bajo consumo de agua (3 a 4,5 litros), slow close y diseño vanguardista.

Los precios lavamanos los podemos dividir en dos segmentos al igual que sanitarios. Los pedestales para lavamanos tienen valores desde \$15.000.- en el retail. En tanto los lavamanos con pedestal tienen valores desde los \$18.000.- hasta los \$99.900 de pedestal con diseño. En este mismo segmento, los lavamanos sobre cubierta desde los \$33.000.- hasta los \$175.000.- los lavamanos dobles.

Para el segmento más alto, los productos Premium tienen precios muy distintos. Un lavamanos sobre cubierta con diseño tiene precios desde los \$237.000.- a \$429.000.- y lavamanos dobles desde los \$310.000.- En tanto para lavamanos especiales como sobre cubierta contenedores de agua tienen precios de \$1.360.000.-

Por último, para fregaderos, más conocidos como lavaderos en Chile, existen dos categorías, de fibra de vidrio con precios de \$62.000.- y los de acero inoxidable, que varían entre los \$65.000.- hasta los \$120.000.- Estos precios es tanto en retail como tiendas especializadas, en ambos casos existe muy poca oferta por su poca utilización en el país.

##### **Mayorista**

Los valores para compra por grandes volúmenes son de 15 a 20% menos en su precio de lista.

#### 4.4.4. Grifería para uso doméstico

##### **Valores mayoristas**

Los precios para compras mayoristas son fijados con un 20 a 30% menos que los valores minoristas en tiendas retail, esto principalmente por el factor volumen, como a las empresas constructoras en donde se compra para 100 a 500 departamentos de una sola vez.

##### **Valores minoristas**

Los precios varían según lugar de comercialización, retail y tiendas especializadas.

##### Llaves de cocina

- Retail: Llaves monomandos desde \$12.990.- precio corresponde a una llave básica de metal cromado. Hasta los \$593.000.- que corresponde a llave monomando alto flexible color bronce de procedencia europea.
- Tiendas especializadas: Llaves monomandos desde \$35.000.- básica de fabricación europea hasta los \$2.341.000.- llave con cartucho cerámico, generador y color cromo.
- Ferreterías asociadas: Los valores dependen si es zona norte o zona sur, siendo zona sur con mayor costo en \$17.200.- la unidad

##### Llaves de baño

- Retail: Llaves de lavamanos básica \$7.900.- hasta los \$495.000.- llave monomando alta \$93.000.- Para las llaves monomando de ducha los precios varían entre los \$21.000.- hasta los \$350.000.-

- Tiendas especializadas: Llave monomando básica desde los \$34.000.- hasta los \$1.155.000.- llave con sensor. En tanto para las llaves monomando de ducha los precios varían en los \$35.000.- hasta los \$617.000.-
- Ferreterías asociadas: Llave lavamanos monomando básica desde los \$9.500.- hasta los \$38.000.- Para duchas los precios de llave monomando tienen un precio entre los \$13.900 hasta los \$35.000.-

Entre otro tipo de grifería más comercializada son los mangos de ducha, en el retail los encuentran desde los \$2.900.- con eco filtrador hasta los \$40.000.- con sensor de temperatura. Para las ferreterías asociadas en estos productos desde los \$2800 hasta los \$34.000.- tanto en norte como sur de Chile.

En cuanto a los precios para juegos completos de grifería de ducha estos en el retail pueden costar \$1.162.000.- y en las tiendas especializadas pueden llegar a costar hasta los \$2.570.000.- Para las tiendas de ferretería existe una línea más económica y tiene un valor de \$91.000 aproximadamente.

## V. Análisis de la demanda

### 5.1. Perfil del Consumidor

#### 5.1.1. Mármol travertino

El perfil del consumidor no se ha visto modificado tanto como se quisiera para el Mármol. Hace 40 años atrás este producto era sólo considerado para el segmento más alto y acomodado de la población, ya que era un producto muy exclusivo debido a que su extracción era manual y los costos de transporte eran considerablemente altos. Además de contemplar un instalador específico. Hoy, si bien el mármol tiene un mayor alcance y mayor visualización por sus tipos de usos, sigue siendo un producto de segmento alto y Premium. Aun cuando la industria ha ido avanzando con tecnología en maquinaria de procesos de extracción y la logística tiene mejores precios, el mármol es y seguirá siendo un producto de élite.

Uno de los principales consumidores de mármol corresponde a las grandes constructoras, inmobiliarias y oficinas de arquitectura del país. Éstas compran el material para proyectos en donde el lujo y la elegancia son las características principales. Los arquitectos entregan los proyectos a las constructoras e inmobiliarias con estos conceptos de lujo y el mármol es uno de los primeros materiales en los que se piensa, sus usos pueden ser para muros, pisos, muebles y fachada.

Otro perfil de cliente está conformado por aquellos que compran a menor escala en volúmenes más pequeños, como artesanos o pequeñas fábricas que proveen a cementerios de lápidas. Dentro de esta categoría también están los escultores y fabricantes de muebles.

#### 5.1.2. Cerámicas

En cuanto a consumidores, se pueden observar 3 tipos:

- Constructoras: Si bien son un consumidor no directo, son quienes compran el producto y según el segmento para el que construirán las obras civiles. Dentro de esta categoría

también se perfilan las constructoras dedicadas a obras públicas, las que difieren en cuanto al tipo de cerámica, ya que compran más bien estándar y sin diseños. Éstas pueden realizar la compra directa, importando el producto por miles de metros cuadrados, o bien compran en Chile a un distribuidor especializado con el que realizan contratos por proyectos.

- Dueño de casa: Este consumidor es aquel que, por realizar cambios en su hogar, pequeñas remodelaciones o bien ampliaciones, necesita de pocos metros cuadrados para ejecutar la obra. No distingue entre calidades, solo es importante el factor precio.
- Contratistas/maestro de obra: Este tipo de consumidor es quien realiza las obras de mediana envergadura. Pueden construir casas, como realizar ampliaciones de casas. Estos saben de calidades de cerámicas, origen y tipo de uso por espesor. La cantidad varía según el tamaño de la obra, pero es aproximadamente 200 metros cuadrados.

### 5.1.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

En cuanto a consumidores de este tipo de artefacto sanitario son aquellos jefes de hogar que requieren hacer cambios en sus casas por remodelación y que tienen un sanitario muy antiguo. Este tipo de consumidor busca reemplazar productos sin ahorro de agua o que por algún tipo de falla o rotura del sanitario que deben realizar obligatoriamente su reposición. Este tipo de consumidor pertenece en su mayoría al segmento medio y su compra la realiza en las tiendas retail del país.

Por otra parte, se encuentran las constructoras, las que según el mandante y el listado de especificaciones del Arquitecto definen y compran en grandes volúmenes el artefacto sanitario que será el mejor para el tipo de proyecto. Es importante destacar que algunas de las constructoras e inmobiliarias realizan trato directo con las importadoras extranjeras, o bien contrato por el tiempo que corresponde a cada proyecto con las empresas chilenas que importan los productos.

### 5.1.4. Grifería para uso doméstico

Los dos consumidores que se grafican fácilmente son:

- Público general  
Aquellos dueños de casa, constructores, maestro constructor, quienes realizan labores de modificaciones por averías, remodelaciones de baño/cocina, construcción de casas, donde se necesitan pocas unidades y dependerá del segmento del público que compra el valor que podrá pagar por él y por consecuencia es al lugar donde se dirigirá a comprar el artículo.
- Constructoras  
Este tipo de público tiene un mandante que solicita el tipo de artículo según especificaciones técnicas y tipo de proyecto. Para ellos es prioritario un producto de buena calidad en todo lo que es grifería ya que de esto depende su trabajo post venta, el cual repercute luego en su imagen como empresa y en quienes los contratan, como para las viviendas sociales es en donde si bien el presupuesto más alto va a la obra gruesa, se pide

a las constructoras estándares de calidad en todo lo que es grifería, ya que un problema de filtración o cualquier otro problema repercute directamente al gobierno de turno.

## **5.2. Análisis de Tendencias**

### **5.2.1. Mármol travertino**

Algunas de las tendencias identificadas en el sector son las siguientes:

- El mármol se ha posicionado como tendencia en el área de la construcción y el diseño. Debido a la belleza que entrega el producto, sus usos, ampliamente 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.
- Las personas que compran mármol, pertenecen a un nivel de ingreso alto en Chile. Estas personas, 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.
- Además, en Chile se explota poco comercialmente la característica del mármol que es antibacterial. Esta es un gran atributo diferencia de la cerámica.
- Para cualquier empresa internacional interesada en comercializar mármol en Chile, debe considerar que se debe construir una relación con los arquitectos, para que especifiquen los productos en sus obras.
- 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.
- Los instaladores mármol no pueden utilizar las mismas herramientas de corte y rectificación e instalación del mármol, en comparación al porcelanato y cerámica. Dada la poca demanda de uso del mármol, los instaladores evitan la instalación del mármol.

### **5.2.2. Cerámicas**

Algunas de las tendencias identificadas en el sector son las siguientes:

- 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.

### 5.2.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

Algunas de las tendencias de este producto son las siguientes:

- En Chile, la tendencia de compra es nacional. El 70% de las compras de artículos sanitarios se realiza en el país y el otro 30% corresponden a importaciones.
- Este fenómeno se debe principalmente a los años de actividad que posee la principal fábrica de productos sanitarios en Chile (Fanaloza). Sus productos son de excelente calidad y por supuesto a una posición del producto de bajo costo, aun teniendo una línea dedicada a un segmento más alto.
- En el área de la construcción, para los sanitarios, es primordial cuentan con lo siguiente, los cuales corresponden a lo mínimo solicitado a las constructoras e inmobiliarias:
  - Tanto la taza como estanque debe ser enlozada y el estanque asentado sobre la taza, también se pueden utilizar inodoro de una pieza. Su consumo debe estar entre los 6 y 4,8 litros con descarga diferida.
  - Se debe consultar por los sellos entre estanque/taza y taza/piso.
  - El estanque debe quedar 100% apoyado en el parámetro vertical.
  - Debe consultar conexión a red mediante flexible y llave angular o solución equivalente. La descarga del inodoro debe ser de fácil maniobra.
  - En cuanto a tendencias de modelos, para el público de un segmento alto, años anteriores usaban sanitarios de una pieza, pero ya hace 2 años se vuelve a usar los equipos de 2 piezas, estanque y WC, con la incorporación de una tapa muy delgada con cierre lento. Así también los otros segmentos medio y bajo siguen ocupando sanitarios de dos piezas.
- Para los lavamanos la tendencia es en el uso de lavamanos dobles para segmentos altos,

donde los baños cuentan con más metros cuadrados.

- Por otra parte, la importación de los productos es básicamente desde China, teniendo cerca de un 90% de las importaciones y el resto de Estados Unidos y Europa. Esta tendencia está lejos de terminar debido a la serie de diseños y variedades que tienen a precios económicos en comparación con productos de similares características en Europa. Razón por la que algunas empresas optan por esta opción.

#### 5.2.4. Grifería para uso doméstico

Algunas de las tendencias relacionadas, se encontraron las siguientes:

- La tendencia de compra siempre es en el gigante asiático, China. Esto principalmente a los costos y tipos de calidades que se fabrican y que luego son importadas directamente a Chile. Si bien existe una empresa chilena con liderazgo en el área de grifería, estos también poseen su fabricación en China.
- Una característica muy marcada en todo lo que es grifería en Chile son los productos ligados al consumo eficiente del agua. Ahora se entrega un mayor valor a los productos que tengan incorporado algún sistema de ahorro como micro boquillas en duchas que ahorran un 30% más que las boquillas comunes de ducha, debido a sus agujeros pequeños perforados con tecnología láser o bien aireadores en las llaves de cocina y lavamanos en baño, generando hasta un 50% de ahorro, entre las más utilizadas. Estos productos tienen en su descripción un distintivo de eficiencia hídrica, haciéndolo más notorio para que el público lo identifique y lo prefiera por sobre los otros productos.

### 5.3. Percepción del Producto Peruano

#### 5.3.1. Mármol travertino

Respecto al mármol travertino peruano, en Chile existe la siguiente percepción:

- Es producto de buena calidad en forma sistemática. No ha habido ningún tipo de defecto en el mismo.
- Las empresas peruanas han sido muy inteligentes con haber mantenido a la misma persona como export manager, durante los últimos años. Esto ha permitido que se forma una relación comercial responsable.
- La relación que construyen las empresas peruanas es muy positiva, porque son proactivas. Esto permite generar confianza y percibir que se tiene un partner estratégico.

#### 5.3.2. Cerámicas

Respecto a las cerámicas del Perú, en Chile existe la siguiente percepción:

- La cerámica peruana es de buena calidad. Esto es reconocido por importadores y distribuidores. Sin embargo, a nivel de consumidor final, no existe un reconocimiento positivo ni negativo de la cerámica peruana. Esto ofrece la oportunidad de posicionar

atributos positivos de la cerámica peruana en el consumidor final, dado la positiva percepción de la industria chilena.

- A pesar del reconocimiento de la calidad de la cerámica peruana, se percibe que los precios no siempre son competitivos para el mercado chileno. Esto da la sensación que los exportadores peruanos buscan oportunidad spot, y no que necesariamente buscan tener relaciones a largo plazo con importadores y distribuidores chilenos.
- El servicio post-venta, es uno de los aspectos a mejorar. En general, las empresas chilenas esperan que, en un plazo de 9 horas, exista una respuesta y solución de proveedores peruanos, cuando ha surgido una dificultad con un producto proveniente de este país.
- 

### 5.3.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

Respecto a los artículos sanitarios del Perú, en Chile existe la siguiente percepción:

- A pesar del reconocimiento de la calidad de los productos peruanos, se percibe que los precios no siempre son competitivos para el mercado chileno. Esto da la sensación que los exportadores peruanos buscan oportunidad spot, y no que necesariamente buscan tener relaciones a largo plazo con importadores y distribuidores chilenos.
- El servicio post-venta, es uno de los aspectos a mejorar. En general, algunas empresas chilenas quieren tener una mejor experiencia con empresas peruanas de esta categoría de productos.

### 5.3.4. Grifería para uso doméstico

No existe ninguna percepción generalizada de los productos peruanos, relacionado a grifería.

## VI. Requisitos de Acceso al Mercado

### 6.1. Medidas Arancelarias

En Chile, todas las importaciones de productos tienen una tasa arancelaria del 6%.

### 6.2. Regulaciones

#### 6.2.1. Mármol travertino

En cuanto a regulaciones, no existen regulaciones específicas para el producto. Sólo los requisitos específicos de origen, en caso que las normas generales no resulten adecuadas para calificar el origen del producto.

Otro tipo de regulación es en cuanto al transporte de éste vía terrestre. En Chile, no pueden transitar camiones con más de 26 toneladas de carga. Por lo tanto, esto afecta al transporte de las piezas de mármol ya que, si son importaciones, no pueden ser abordadas en contenedores mayores a 20 pies.

## 6.2.2. Cerámicas

No existen mayores regulaciones del producto en Chile.

Para aquellos proveedores peruanos que quieran entender los procesos de licitación de viviendas sociales. Se recomienda entender los siguientes temas:

El Decreto Supremo N°47, 1992 – Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones; regula varios aspectos relacionados a la actividad constructiva en Chile. Para efectos de la presente entrevista, particularmente importantes son los capítulos de “Materiales de construcción” e “Instalaciones y pavimentación de calzadas interiores”. A continuación, se detallan algunos artículos de relevancia para este estudio, del capítulo “Materiales para la construcción”:

Artículo 5.5.1. La calidad de los materiales y elementos industriales para la construcción y sus condiciones de aplicación a las obras quedará sujeta a las normas oficiales vigentes, y a falta de ellas, a las reglas que la técnica y el arte de la construcción establezcan.

El control de calidad de los materiales establecidos en el inciso anterior será obligatorio y lo efectuarán los Laboratorios de Control Técnico de Calidad de Construcción que estén inscritos en el Registro Oficial de Laboratorios de Control Técnico de Calidad de Construcción del Ministerio de Vivienda y Urbanismo.

Artículo 5.5.2. La aplicación de las normas se hará en forma que estimule el uso de materiales y elementos industriales de mejores características técnicas y económicas.

Artículo 5.5.3. No podrán emplearse materiales y elementos industriales de construcción que no reúnan las condiciones y calidades que exige la presente Ordenanza.

Artículo 5.5.4. El presidente de la República podrá prohibir el comercio de los materiales y elementos de construcción a que se refiere el artículo anterior y, previo informe de la División Técnica de Estudios y Fomento Habitacional del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, ordenar el decomiso consiguiente sin perjuicio de las demás sanciones que sean procedentes

Artículo 5.5.5. El director de Obras Municipales podrá disponer que se determine la calidad de los materiales o elementos industriales de construcción, mediante ensayos o análisis que serán de cargo del fabricante, del constructor o del propietario.

Artículo 5.5.6. El hecho comprobado de emplearse materiales o elementos industriales de construcción que no cumplan con las estipulaciones de esta Ordenanza, quedará sujeto a multa, sin perjuicio que se ordene la paralización o la demolición de las obras en ejecución por el Juez competente.

Artículo 5.5.7. Las Normas Técnicas Oficiales que se citan expresamente en esta Ordenanza serán obligatorias en tanto no contradigan sus disposiciones.

Fuente:

<https://www.minvu.gob.cl/wp-content/uploads/2019/05/OGUC-Febrero-2022-D.S.-13-D.O.-28-02-2022-PMS.pdf>

Operativamente, se tiene la práctica de utilizar las fichas técnicas de los productos como primera evaluación de los mismos. En el caso, que ciertos productos nuevos quieran ser utilizados en viviendas sociales, estos deben ser evaluados por la División Técnica de Estudio y Fomento

Habitacional (DICTEC) del Ministerio de Vivienda y urbanismo de Chile.

#### 4.3 Existen otras regulaciones relacionadas que sean relevantes para estos productos?

Según la Resolución Exenta N°0855 del 11 de Julio del 2022, se realiza un proceso de licitación para la construcción de viviendas para el arrendamiento. A continuación, se describen algunos asuntos relevantes de esta licitación que puede tener un impacto en la estrategia comercial que las empresas peruanas utilicen para abordar el mercado chileno de la construcción:

##### I. Contexto en Chile

a. Debido al contexto de emergencia habitacional que afecta a nuestro país, es de suma urgencia promover la generación de oferta para el arriendo asequible, especialmente en ciudades y comunas donde a causa del elevado precio de arriendo, los grupos de menores ingresos deben soportar altos gastos por este concepto;

b. Es necesario diversificar las alternativas de tenencia de vivienda en la atención a grupos vulnerables, fortaleciendo el rol de las instituciones públicas y privadas sin fines de lucro en el acceso a soluciones habitacionales, y contribuir a la recuperación de áreas centrales de las grandes ciudades, generando un impacto positivo en el espacio público inmediato, junto con la generación de oferta de vivienda asequible para el arriendo.

c. Es de interés del Ministerio de vivienda y urbanismo de Chile, contribuir al mejoramiento de las condiciones de equidad urbana y habitacional, promoviendo la inclusión socio espacial y facilitando el acceso de los grupos vulnerables de la población a áreas centrales bien localizadas.

##### II. Ubicación geográfica

Los proyectos de viviendas para el arrendamiento, estarán ubicadas de la siguiente forma:

**Tabla 58 ubicación proyectos arrendamiento**

<b>Región</b>	<b>Comuna</b>
Arica y Parinacota	Arica
Tarapacá	Iquique
Antofagasta	Antofagasta y Calama
Coquimbo	Coquimbo y La Serena
Valparaíso	Valparaíso, Viña del mar, Quilpué y San Antonio.
Maule	Talca
Biobío	Concepción, Talcahuano, Hualpen, San pedro de la Paz, Coronel, Penco, Tome, Chiguayante y Los Ángeles
La Araucanía	Temuco y Padre las Casas
Metropolitana	Comunas de la provincia de Santiago y comunas de San Bernardo y Puente Alto

### III. Montos asignados por área geográfica

El total de recursos para la selección de proyecto postulantes al presente llamado, alcanzará por región los montos de Unidades de Fomento que se señalan en la siguiente tabla:

Tabla 59 Valor en UF por región

Región	UF
Arica y Parinacota	103.000
Tarapacá	103.000
Antofagasta	103.000
Coquimbo	103.000
Valparaíso	309.000
Maule	103.000
Biobío	309.000
La Araucanía	103.000
Metropolitana	618.000

### IV. Tamaño de las viviendas

Los proyectos deberán considerar unidades de vivienda con una superficie mínima, según número de dormitorios, de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 60 Tamaño viviendas

1 dormitorio	2 dormitorios	3 dormitorios
35m <sup>2</sup>	45m <sup>2</sup>	55m <sup>2</sup>

### V. Administración de las viviendas

Los Municipios, Gobiernos Regionales y Personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro que resulten seleccionados, deberán mantener las viviendas para su arriendo, por un plazo no menor a 30 años y llevar un Plan de Administración, Operación y Mantenimiento, por si mismos o a través de terceros, el que formara parte del Convenio que se suscriba de acuerdo al Resuelvo 8 de esta Resolución.

#### 6.2.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

La norma chilenas que regula al producto sanitario es la siguiente:

- Ley General de Servicios Sanitarios
- Norma Chilena 407 2012 de artefactos sanitarios de loza vítrea
- Norma Chilena 13 de Formatos, escalas y rotulaciones
- Norma Chilena 3203, Norma de grifería metálica para artefactos sanitarios
- Norma Chilena 2794, Estanques de almacenamiento y sistemas de elevación

#### 6.2.4. Grifería para uso doméstico

La norma chilena que regula la grifería es la NCH 700 2010, la cual es referente de requisitos y métodos de ensayo para productos de grifería sanitaria.

### 6.3. Otras Regulaciones

#### 6.3.1. Mármol travertino

No se observan otras regulaciones específicas para el mármol.  
Solo se observan practicas relacionadas a embalajes, que se han ido modificando con el pasar del tiempo para una mejor absorción del movimiento y evitar así posibles pérdidas del producto.

#### 6.3.2. Cerámicas

En cuanto a sus envases y embalaje, este se realiza en cajas de cartón según tamaño de la cerámica. Las cajas tienen un identificador al costado, con nombre de la marca, modelo del contenido, código del artículo, identificador del tamaño, tipo de calidad, calibre o espesor, entre otros.



Imagen 66 Tipo de embalaje cerámica



Imagen 67 Embalaje cerámica característica

#### 6.3.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

El embalaje de sanitarios es de cartón y posee información detallada del producto, características y garantías de éste. Además del tipo de diseño que tiene su contenido.



Imagen 68 Embalaje sanitario



Imagen 69 Embalaje sanitario y lavamanos pedestal

#### 6.3.4. Grifería para uso doméstico

El embalaje de la grifería tanto de cocina como baño suele ser muy gráfica. Este depende del modelo que va en su interior en una fotografía o dibujo en su exterior, nombre de modelo, código modelo, tamaño/número de cañería, en algunos casos años de garantía del producto y si corresponde a un producto con eficiencia hídrica. Respecto a su interior, éstos vienen embalados con protecciones para un mayor cuidado y garantía del producto a la hora de su apertura y uso.



Imagen 70 embalaje gráfica grifería



Imagen 71 embalaje grifería garantía



Imagen 72 embalaje interior

## 6.4. Certificaciones

### 6.4.1. Mármol travertino

Certificación de origen del producto principalmente. Por norma general, para este tipo de productos es necesaria esta certificación.

### 6.4.2. Cerámicas

La norma de certificación estándar para las fábricas de productos cerámicos y porcelanatos es el sistema de gestión de calidad ISO 9001.

En Chile, las empresas tienen la opción de certificar sus productos. Una práctica es realizarlo una vez, en DICTUC (Dirección de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de la Pontificia Universidad Católica de Chile) según varios parámetros, como los siguientes:

Tabla 61 Certificación y norma cerámica

Tipo de prueba y certificación	NORMA
Adherencia por tracción directa en revestimientos	según norma IRAM 45064.Of2007
Control dimensional y del aspecto superficial en baldosas cerámicas o porcelanatos	según norma ISO 10545-2.Of1998
Absorción de agua y densidad aparente en baldosas cerámicas o porcelanatos	según norma ISO 10545-3.Of1997
Resistencia a la flexión y carga de rotura en baldosas cerámicas o porcelanatos	según norma ISO 10545-4.Of1997
Resistencia al impacto por coeficiente de restitución en baldosas cerámicas o porcelanatos	según norma ISO 10545-5.Of1997
Dilatación térmica lineal en baldosas cerámicas o porcelanatos	según norma ISO 10545-8.Of1197
Resistencia al choque térmico en baldosas cerámicas o porcelanatos	según norma ISO 10545-9.Of1997
Dilatación por humedad en baldosas cerámicas o porcelanatos	según norma ISO 10545-10.Of1997
Resistencia al cuarteo en baldosas cerámicas o porcelanatos	según norma ISO 10545-11.Of1997

Resistencia a la helada en baldosas cerámicas o porcelanatos	según norma ISO 10545-12.Of1197
Resistencia química en baldosas cerámicas o porcelanatos	según norma ISO 10545-13.Of1998
Resistencia a las manchas en baldosas cerámicas o porcelanatos	según norma ISO 10545-14.Of1998
Dureza al rayado en escala de Mohs en baldosa cerámica o porcelanatos	según norma EN 101.Of1985

Existen otras organizaciones como CESMEC o IDIEM (este último dependiente de la Universidad de Chile).

#### 6.4.3. Fregaderos, lavabos y pedestales

Los sanitarios en Chile son certificados por CESMEC (Centro de estudios, medición y certificación de Calidad). Esta certificación se realiza según modelo ISO CASCO 5, es decir, estrictos controles de calidad, con auditores externos quienes toman muestras aleatorias garantizando que el producto cumpla con los más altos estándares de calidad.

#### 6.4.4. Grifería para uso de doméstico

Idealmente, se recomienda que los proveedores cuenten con certificaciones OHSAS 18001 y certificación ISO 14001 en los procesos de fabricación de sus productos. Eventualmente, se puede requerir certificaciones de DICTUC, CESMEC o IDIEM (este último dependiente de la Universidad de Chile).

## VII. Actividades de Promoción

### 7.1. Ferias

#### 7.1.1. Feria Edifica

La feria Edifica es el evento bienal más importante de la construcción a nivel hispanoamericano. Su última versión se realizó entre el 4 al 6 de octubre de 2022. La próxima versión se llevará a cabo en el 2024. Esta feria es organizada por la Cámara Chilena de la Construcción en asociación con Fisa.

<https://www.edifica.cl/>

### 7.2. Exhibiciones

#### 7.2.1. EnMateria

EnMateria es una plataforma que busca que empresas proveedoras de la construcción sean especificadas en proyectos inmobiliarios en Chile, como también que los proveedores conozcan las inmobiliarias que utilizan sus productos. Esta plataforma tiene 10 años de experiencia en el mercado chileno, que incluye más de 4000 arquitectos inscritos, 47 proveedores y más de 500

proyectos arquitectónicos anuales.  
<https://enmateriaspecs.com/index.php>

### **7.3. Publicaciones Especializadas**

#### **7.3.1. Revista VD - Vivienda y Decoración**

Esta revista está enfocada para aquellos que disfrutan de la arquitectura, diseño, paisajismo y urbanismo, siendo la revista líder en estos segmentos. Presenta las últimas tendencias e innovaciones a nivel nacional e internacional, ofrece diferentes alternativas para quienes buscan decorar o renovar su hogar. Reportajes y críticas de los personajes referentes del momento, y una variada y amplia oferta inmobiliaria. Su perfil de lector es para ABC1 – C2 en su mayoría mujeres mayores de 25 años. Con un alcance de 245 mil lectores cada sábado.

Esta revista depende del periódico El Mercurio.

#### **7.3.2. Revista ED – Estilo y Decoración**

Esta revista se convirtió en un importante medio de difusión de decoración, arte, diseño, arquitectura, gastronomía y áreas artísticas, la que por 25 años estuvo presente en papel y hoy se encuentra en su formato online. Con sus reportajes y notas de tendencias en cada punto importante de “habitar” es un medio para conocer y apreciar tendencia, innovación tanto chilena como extranjera.

<https://www.ed.cl/>

## VIII. Contacto de Interés

### 8.1. Institucionales

Entidades	Contacto	Cargo	Correo	Teléfono	Dirección	Sitio Web
<b>Dirección General de Obras Públicas</b>	Valeria Bruhn Cruz	Directora Obras Públicas	<a href="mailto:bruhn@mop.gov.cl">bruhn@mop.gov.cl</a>	56-2) 2449 4000	Morandé 59, Piso 3, Santiago.	<a href="https://www.mop.gov.cl/">https://www.mop.gov.cl/</a>
<b>SERVIU</b>	Bárbara Alanis	Arquitecta Serviu RM	<a href="mailto:balaniz@minvu.cl">balaniz@minvu.cl</a>	SERVIU	Serrano 15, Santiago	<a href="https://www.minvu.gov.cl/">https://www.minvu.gov.cl/</a>
<b>DICTUC</b>	Carlos Troncoso	Jefe Certificaciones	<a href="mailto:ctroncoso@dictuc.cl">ctroncoso@dictuc.cl</a>	+56 9 5504 4886	Vicuña Mackenna 4860, Macul, Santiago	<a href="https://www.dictuc.cl/">https://www.dictuc.cl/</a>
<b>CESMEC</b>	Pablo Ortiz Tobar	Profesional Técnico	Pablo-arturo.ortiz@bueaveritas.com	(2) 2350 2100	Av. Marathon 2595, Macul, Región Metropolitana	<a href="https://www.cesmec.cl/">https://www.cesmec.cl/</a>
Gremios	Contacto	Cargo	Correo	Teléfono	Dirección	Sitio Web
<b>MTS</b>	Yasna Wells	Gerente de importaciones	<a href="mailto:importaciones@mts.cl">importaciones@mts.cl</a>	+562 2 390 5100	General Velásquez N° 7137 Cerrillos, Santiago	<a href="https://www.mts.cl/">https://www.mts.cl/</a>
<b>CHILEMAT</b>	Cristian González	Gerente operaciones	<a href="mailto:cristian.gonzalez@chilemat.cl">cristian.gonzalez@chilemat.cl</a>	+562 2 499 8600	Sta. Josefina 11681, Parque Ind. Estrella del Sur San Bernardo,	<a href="https://www.chilemat.cl/">https://www.chilemat.cl/</a>

					Santiago	
<b>ASOCIACIÓN GREMIAL TRABAJADORES CANTEROS Y AFINES</b>	Maritza Covarrubias		maritza- covarrubias@hotmail.com	+5667684438	Calle Fermín Vergara N° 159 - Las Canteras	

## IX. Perfil de compradores

En esta sección incluye el resumen de las conclusiones de las entrevistas realizadas a potenciales compradores:

Id	Empresa	Resumen de las conclusiones
1	Centro Ferretero Caupolicán S.A.	<p>El Centro Ferretero Caupolicán tiene cerca de 80 años en el negocio ferretero en Chile. Actualmente, al ser parte de MTS, le ha permitido disminuir sus costos y aumentar las ganancias de su negocio. Por este motivo, la empresa solicita el apoyo de PROMPERÚ en dos temas:</p> <p>a) Conocer en detalle las empresas, precios y productos de la construcción de Perú, para identificar cuáles de ellos son competitivos para ser comercializados en Chile.</p> <p>b) Entender que hace PROMPERÚ, para identificar áreas de apoyo para que MTS pueda invertir en Perú.</p>
2	Atika	<p>Atika es un de las empresas líderes en Chile de insumos para la construcción. Los principales canales de venta son sus propias tiendas. Esto le ha permitido seguir comercializando sus productos a sus clientes principales (Constructoras e Inmobiliarias), sino también clientes finales. El último tipo de clientes han aumentado mucho sus compras a través de internet, y con despacho en tienda. Atika desea mantener un amplio portafolio de productos y por este motivo, solicita el apoyo de para la identificación de exportadores peruanos de porcelanato y cerámica.</p>

3	Yolito	<p>Yolito Centro Ferretero, es una empresa chilena que comercializa artículos para la construcción en un segmento medio alto en el país. Esta empresa solicita el apoyo de PROMPERÚ respecto a los siguientes temas:</p> <p>1. Productos priorizados La empresa desea conocer la oferta exportable peruana y los precios de las siguientes categorías de productos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Sanitarios</li><li>- Cerámicas</li><li>- Productos cementicios</li><li>- Puertas</li></ul> <p>Al mismo tiempo, Yolito solicita que cualquier empresa peruana interesada en tomar contacto, debe realizar una certificación de sus productos en el DICTUTC, CESMEC, o IDIEM.</p> <p>2. Portafolio de otros productos Yolito está interesado en conocer la oferta exportable detallada de productos para la construcción, en los cuales existen plantas de producción en Perú. La empresa desea realizar un análisis de estos productos, para después tomar contacto con ellas y proceder a realizar una negociación de importación con las empresas peruanas.</p> <p>3. Disponibilidad para visitar plantas de producción en Perú La empresa Yolito Centro Ferretero está interesada en ser invitada a Perú, cuando realicen alguna misión comercial a dicho país. Esta actividad sería de gran utilidad para inspeccionar las plantas de producción de los productos peruanos que puedan ser exportados, que permitan acelerar el proceso de compra de dichos productos.</p>
---	--------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4	Bath Center / Fanaloza	<p>Bath Center, es una empresa del grupo Fanaloza. Este grupo tiene más de 123 de presencia en el mercado chileno. Por otro lado, Bath Center es el brazo comercial de grupo y está interesada en importar cerámica peruana, que cumpla con los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formato 33cmx33cm y 36cmX36cm para ferretería y constructoras.</li> <li>- Este formato es muy antiguo, sería ideal que fuera color mate, sin pulir ni brillante y antideslizante.</li> </ul> <p>Adicionalmente, Bath Center tiene el interés por tener un proveedor estratégico de cerámica que les permita recibir capacitación sobre su uso. Este tipo de capacitación de interés no es solo para el equipo de instalación de este producto, sino también para el equipo de ventas. Es importante que estas capacitaciones se realicen a nivel de tienda, e idealmente en forma presencial. La empresa chilena busca construir una relación estratégica con un proveedor peruano.</p>
5	Gruporevex	<p>Gruporevex, es una empresa especialista en la importación y comercialización de revestimientos en Chile. Desde el 2021 que no se realizan importaciones, las cuales se espera retomar a fines del 2022 o el primer trimestre del 2023. Por este motivo, Gruporevex solicita el apoyo de PROMPERÚ para la búsqueda de proveedores peruanos de cerámica esmaltada en todos los formatos. La cantidad mínima de compra sería 5 containers al mes. Además, la empresa está interesada en revestimientos en general, como alfombras, pastos sintéticos, entre otros. Si existen proveedores peruanos seleccionados por la empresa chilena, esta última desea realizar visitas a las plantas de producción correspondientes.</p>

6	Importadora BS	<p>Importadora BS ha tenido una experiencia positiva con exportadores peruanos de materiales de la construcción, por más de 10 años. La empresa ha sido invitada por PROMPERÚ a ruedas de negocios varias veces. Actualmente, la empresa solicita el apoyo de PROMPERÚ para la búsqueda de proveedores peruanos de accesorios para la instalación de cerámica y porcelanato, como por ejemplo, separadores, alicates de instalación, entre otros. Importadora BS busca que dichos proveedores se caractericen por ser reconocidos en Perú por la seriedad y responsabilidad en la ejecución de sus negocios. Estos son principios que la empresa chilena busca que posean sus proveedores peruanos.</p>
---	----------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7	Mosaico	<p>Mosaico, es una empresa importante en el mercado chileno. La percepción de Perú y sus productos es positiva por su calidad, variedad, logística. Sin embargo, durante el periodo de la pandemia las empresas del Perú tuvieron su producción comprometida con otros clientes, y no pudieron abastecer la demanda de nuevos clientes. Pero no confían en los niveles de producción del país por los problemas vividos durante pandemia.</p> <p>Respecto a las oportunidades, se observan en cerámica, gres y porcelanato. En cerámica, la empresa está interesada en buscar proveedores peruanos de cerámica para lizos y muros. En Chile, el uso de cerámica peruana para pisos ha sido ampliamente usado por Inmobiliarias y Constructoras. En gres, su uso va en aumento en Chile, debido a la crisis económica que se vive y que puede reemplazar en algunos casos por el porcelanato. Por último, para exteriores el porcelanato y baldosas tienen una gran oportunidad en el mercado, por su uso en accesos, patios, etc. Pero en todos los proyectos a futuro, se está intentando bajar los costos en construcción, específicamente en terminaciones. Esto es particularmente marcado para la construcción de viviendas sociales.</p>
8	Marmolería Ademaro Pellacani	<p>Marmolería Ademaro Pellacani es una empresa que importa y comercializa mármoles en Chile por cerca de 100 años. Esto le ha permitido construir una sólida relación comercial con sus clientes. Actualmente, sus principales clientes son Inmobiliarias y Constructoras. Para los proyectos de viviendas más Premium, sus clientes aun solicitan productos elaborados en base a mármol. Por este motivo, esta empresa está interesada en conocer a proveedores peruanos de mármol travertino para evaluar la importación de estos productos.</p>

9	Comercial Verona	<p>Comercial Verona tiene más de 20 años de experiencia en el mercado chileno, y forma parte de holding que incluye una empresa Constructora y otra instaladora de cerámicas. Además, tiene una cartera de clientes principalmente de Constructoras. Dada la integración del holding, Comercial Verona está interesada en conocer exportadores peruanos de las siguientes categorías de productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cerámica</li> <li>- Porcelanato</li> <li>- Piso flotante</li> <li>- Grifería</li> <li>- Terminaciones</li> <li>- Sanitarios</li> <li>- Cielos falsos</li> </ul> <p>Adicionalmente, Comercial Verona quiere conocer una oferta más amplia de otros productos peruanos que no hayan sido considerados en este estudio. La empresa realiza visitas a los proveedores internacionales que selecciona. Por lo que estaría dispuesto a planificar con PROMPERÚ una visita a plantas de producción en Perú, siempre y cuando, los productos peruanos sean de buena calidad y estén a precios competitivos. Por este motivo, solicita apoyo a PROMPERÚ para identificar a proveedores peruanos en las categorías antes mencionadas.</p>
---	------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

10	Ferretería Madrid	<p>Ferretería Madrid es una empresa que está localizada en la región del Ñuble en Chile. Esta empresa que posee asociación con MTS, organización con la cual realiza importaciones de productos en grandes volúmenes a precios más económicos y además realiza importaciones con proveedores exclusivos con los cuales tiene otro tipo de términos comerciales. Buena experiencia con productos peruanos, pero identifica que la industria peruana no tiene alta capacidad de producción para cubrir más mercados. Sin embargo, Ferretería Madrid solicita apoyo a PROMPERÚ para la búsqueda de proveedores peruanos de los siguientes productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cerámicas</li> <li>- Artefactos sanitarios</li> </ul> <p>Además, la empresa chilena está interesada en conocer que otros productos para la construcción son producidos en Perú, que puedan tener precios competitivos.</p>
11	Ebco	<p>La Constructora Ebco, es una empresa que ha comenzado un proceso de importación debido a la escasez de productos en Chile. Los mercados más favorecidos por efecto de la pandemia fueron Argentina y Brasil ya que cuentan con fábricas de cerámicas y porcelanato de buena calidad, precios competitivos. Por otro lado, El mercado peruano es reconocido por su buena calidad de productos. En Chile, existe una gran oportunidad para proveedores peruanos de puertas de madera, debido a la creciente demanda en el país y por la falta de stock. Por este motivo, se solicita a PROMPERÚ para el apoyo en la búsqueda de este tipo de proveedores en Perú.</p>

12	SkyWay	SkyWay Chile, es una empresa que tiene operación en China, Chile, Bolivia y Colombia. Esta empresa tiene como clientes a distribuidores, por lo que le interesa concentrarse en proveedores confiables de cemento y revestimientos. Por este motivo, esta empresa chilena solicita apoyo a PROMPERÚ para contactar a CELIMA y explorar si existe la disponibilidad de ser sus distribuidores (no exclusivos) no solo en Chile, sino también en Bolivia y Colombia.
----	--------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

13	Ferretería Parral	<p>Ferretería Parral es una empresa que posee dos locales en los cuales comercializa insumos para la construcción. Ambos locales están localizados en la ciudad de parral, VII región de Talca. Las ventas de esta empresa han crecido sostenidamente en los últimos años, por lo cual está planificando iniciar un proceso de importación directa de varias categorías de productos para la construcción durante el 2023.</p> <p>Por este motivo, la empresa chilena solicita a PROMPERÚ apoyo para identificar exportadores peruanos de las siguientes categorías:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Cerámica<ul style="list-style-type: none"><li>- Cerámica tradicional</li><li>- Gres</li><li>- Porcelanato</li></ul></li><li>2. Artefactos sanitarios</li><li>3. Adhesivos para cerámicas</li><li>4. Guardapolvo</li><li>5. Otros tipos de revestimientos</li><li>6. Puertas</li></ol> <p>Particularmente, la empresa chilena desea conocer la oferta específica de estos productos que tienen los exportadores peruanos y el precio de cada uno de ellos. Posteriormente, la empresa está interesada en realizar un proceso de selección dichos proveedores. Ferretería Parral está dispuesta a ser invitada por PROMPERÚ para sostener reuniones de negocios en Perú y realizar visitas a las plantas de producción de los proveedores seleccionados.</p>
----	-------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

14	Ab Kupfer	<p>Ab Kupfer tiene más de 30 años de experiencia en el mercado chileno. Actualmente, cerca de un 60% de sus ventas se realizan a cliente final, y el restante 40% a Constructoras. La empresa tiene una excelente percepción de la calidad de los productos peruanos. Por este motivo, la empresa solicita el apoyo de PROMPERÚ para la identificación de exportadores peruanos en las siguientes categorías de productos:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Pisos en madera natural En este caso, aparte del proveedor que tuvo hasta antes del 2021, les gustaría explorar la existencia de otros proveedores.</li><li>2. Pisos duros Esto incluye cerámicas, porcelanatos, mármol y piedras.</li></ol> <p>Adicionalmente, Ab Kupfer está interesado en participar en ruedas de negocios que PROMPERÚ pueda organizar en Perú y visitar plantas de producción de los proveedores con los cuales se logre un acuerdo de stock y precio.</p>
----	-----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

15

Estudio Varo

Estudio Varo, es una empresa de las socias Rosario Herrera y Valentina Fahrenkrog. La primera trabajó por cerca de 24 años en Duomo como gerente de desarrollo de negocios. Esta experiencia les ha permitido tener proveedores de España, Italia y otros países. La empresa está muy enfocada en la importación y comercialización de productos para jefes de hogares de altos ingresos y exclusivos.

Por este motivo, Estudio Varo solicita a PROMPERÚ apoyo en la búsqueda de proveedores peruanos de los siguientes productos de:

1. Piedra natural
2. Cerámica más de diseño
3. Conocer una oferta ampliada de productos peruanos para avalarlos.

A los importadores chilenos, les gustaría visitar las plantas de producción para hacer la selección final de los productos en Perú. Esto es sutil no solo para la venta técnica, sino también de story telling

Adicionalmente, le interesa reunirse con empresas de diseñadores de interiores, arquitectos de Perú. La empresa sugiere hacer un showroom de productos peruanos en Chile, donde se pueda intercambiar experiencias e ideas entre diseñadores de interiores y arquitectos peruanos y chilenos. Esta iniciativa, podría ser realizada de forma similar en Perú.

16	ICFive SpA	<p>La empresa ICFive SpA se dedica a la importación y comercialización de cerámicas, porcelanatos y pisos en Chile. Sus principales clientes son distribuidores y empresas del retail. Por este motivo, solicitan el apoyo de PROMPERÚ para la búsqueda de exportadores peruanos en las siguientes categorías:</p> <p>1. Revestimientos Esto incluye las siguientes categorías de productos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Cerámicas</li><li>- Porcelanatos</li><li>- Pisos: Piso flotante, vinílico, entre otros.</li></ul> <p>2. Toallas</p> <p>3. Muebles Esto incluye muebles para:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Vanitorios</li><li>- Multifuncional para logia y cocina</li><li>- Centros de mesa</li><li>- Otros</li></ul> <p>Adicionalmente, la empresa chilena solicita que, si fuese invitada a una rueda de negocios en Perú, agradecería mucho que la agenda no solo incluya reuniones de negocios. La idea también es visitar plantas peruanas de producción, para evaluar la calidad de los productos y estimar correctamente los costos de transporte.</p>
----	------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

17	Comercial MK	<p>Comercial MK, es una empresa líder y que marca tendencias en Chile. Los principales canales de comercialización son 19 locales presentes, que son apoyados por los 5 centros de distribución. Esta ha sido una de las grandes fortalezas que sus competidores valoran de Comercial MK.</p> <p>Esta empresa chilena quiere conocer un detalle los exportadores peruanos de productos para la construcción que producen en el Perú. La empresa está interesada en tener reuniones de negocios en Perú, para aprovechar el viaje en visitar plantas de producción de los proveedores seleccionados.</p>
18	Inmobiliaria Fai	<p>Inmobiliaria Fai, pertenece al grupo Flesan. Aunque esta inmobiliaria no ha considerado la importación directa, ya que, trabaja con especialistas en terminaciones dentro de Chile y con los cuales se realiza contrato para toda la vida del proyecto. Si bien la empresa no tiene intenciones de cambio de proveedores a corto plazo, está abierta a recibir ofertas de empresas peruanas de insumos para la construcción. En este caso, es necesario presentarles empresas peruanas que cumplan el perfil de buen estándar de calidad combinado con buenos precios. Por otra parte, el desconocimiento de Perú como proveedor fabricante de cerámicas y productos de terminaciones es una gran oportunidad para las empresas peruanas para llegar con sus mejores productos a este tipo de mercado.</p>

19	MTS	<p>MTS es una red que agrupa cerca de 342 ferreterías a nivel nacional. Este grupo facilita la gestión de importación de sus miembros, a través de importación directa y que distribuye a sus miembros, o que hace las gestiones de negociación y después las propias empresas chilenas importan.</p> <p>La empresa está interesada en conocer los productos y precios de los productos para la construcción que se producen en Perú. La empresa realiza su proceso de planificación durante la primera quincena de diciembre, por lo que después de esta fecha es apropiado analizar algún requerimiento que pueda existir para proveedores peruanos.</p> <p>MTS es una empresa que tiene una amplia cobertura en Chile, y es una de las pocas que logra competir con el retail como Sodimac y Easy.</p>
----	-----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

20

DUOMO

Duomo es una de las empresas chilenas líderes en la importación y comercialización de productos de revestimiento. Antes de la pandemia, la empresa importaba principalmente de países europeos. Durante la pandemia, la empresa amplía su cartera de proveedores para incluir aquellos de Argentina y Brasil. Actualmente, el precio de los productos europeos, ha aumentado significativamente, como también existe una volatilidad en el valor del transporte marítimo internacional. Además, muchos proyectos que estaban detenidos, están volviendo a ser especificados (proceso que define marcas o especificaciones técnicas de los productos que serán utilizados en un proyecto de construcción en Chile). Por este motivo, existe una necesidad por buscar nuevos proveedores.

Por los motivos antes expuestos, Duomo está interesado en tener un portafolio de productos peruanos de la construcción para poder homologarlos. La empresa chilena desea incorporar a los productos peruanos seleccionados dentro de aquellos que comercializa en Chile. Finalmente, Duomo solicita apoyo de a PROMPERÚ para recibir propuesta de proveedores peruanos, que ofrezcan precios competitivos, calidad aceptable, postventa en 24 hrs. de los siguientes productos de revestimiento:

- Gres
- Porcelanato
- Decoración de muro: cerámica, adoquines u otros similares

Posteriormente, si existen productos peruanos seleccionados, Duomo solicita que PROMPERÚ pueda apoyar en la realización de visita a las plantas de producción en Perú y organizar ruedas de negocios con dichas empresas. Finalmente, se espera que gerentes de dichas empresas peruanas puedan realizar una misión comercial con la gerencia de Duomo en Chile, agendada con la debida anticipación para que puedan participar tomadores de decisiones de las compañías chilenas y peruanas.

21	Constructora Oval	<p>Constructora Oval, es parte de un holding de empresas que incluye un Inmobiliaria, entre otras compañías. Esta empresa tiene más de 13 años de presencia en el mercado chileno, focalizándose en proyectos de viviendas sociales. Una característica única de esta empresa es que está muy ocupada de satisfacer al cliente final de las viviendas sociales construye. Por ese motivo, la Constructora comparte una aplicación en celulares, para que los jefes de hogar puedan avisar cuando hay problemas en la construcción.</p> <p>Constructora Oval, se ha dado cuenta de la necesidad de tener un mayor control en la calidad y los precios de los productos que utilizan en sus proyectos públicos y privados. Por este motivo, Constructora Oval desea conocer la oferta de productos para la construcción que empresas exportadoras peruanas puedan ofrecer. De hecho, las gerencias de viviendas sociales están disponibles para visitar plantas peruanas, que les permita lograr los objetivos antes mencionados.</p>
22	Inmobiliaria Almagro	<p>Inmobiliaria Almagro es una empresa asociada a la calidad y buen servicio de postventa de las viviendas que construye. Para lograr esto, históricamente ha comprado sus insumos en el mercado chileno. Sin embargo, debido a alza de precios y los quiebres de stock por la pandemia, en el 2022 ha iniciado un proceso de evaluación de importación directa de algunas determinadas categorías de productos.</p> <p>Por este motivo, Inmobiliaria Almagro solicita apoyo a PROMPERÚ para conocer en detalle la oferta de productos de la construcción de las plantas de producción que se encuentran en Perú. Adicionalmente, le gustaría identificar a proveedores peruanos de cerámicas y porcelanatos, muebles, entre otros productos.</p>

23	Dap Ducasse	<p>Dap Ducasse es una empresa con 13 años de experiencia en diversas áreas, tales como quincallería, revestimientos, entre otros. La empresa tiene como fortaleza que se caracteriza por tener una amplia cantidad de tiendas comerciales, no solo en la capital de Chile, sino en las principales ciudades del país. En total, posee 10 sucursales en todo el país.</p> <p>Dap Ducasse solicita el apoyo de PROMPERÚ para identificar exportadores peruanos de cerámicas, porcelanato y papel como materia prima para elaborar papel mural. Es muy importante que estos proveedores tengan un departamento de control de calidad y postventa. En el caso que existan dificultades, se espera que la empresa peruana venga a Chile y pueda explicar las causales de falla del producto. Si hubiera una falla del producto, se espera que la empresa peruana se haga cargo de la partida entera que ha estado defectuoso.</p>
24	Inmobiliaria PAZ	<p>La inmobiliaria está cómoda con sus proveedores actuales, aunque manifiesta que están abiertos a recibir y conocer nuevas ofertas de productos. Sin embargo, hasta el momento no han tenido la necesidad de importación directa desde Sudamérica, ni tampoco se han dado las instancias ni tampoco se han acercado a ofrecer los productos. Aunque también manifiestan que sobre todo en época de restricciones de pandemia se tuvo escases de puertas por los pocos proveedores que existen en Chile, tanto de F30 – puertas exteriores, como de F60 – puertas interiores. Por este motivo, sería buena oportunidad tener proveedores peruanos alternativos para estos productos.</p>

25	Sinthesi	<p>La empresa Sinthesi fabrica en Chile artefactos eléctricos hace 6 años. Sin embargo, su experiencia es mayor, debido a que hace algunos años vendió su marca Marisio a Schneider Electric Chile SA. Como Sinthesi fabrica artefactos eléctricos que comercializa ampliamente en Chile y exporta a Perú. Por este motivo, está interesado en invertir en Perú, a través de una oficina comercial.</p> <p>A Sinthesi le interesa implementar un programa de inversión en el mediano plazo de USD 250.000 anuales. Para logra esto, solicita apoyo a PROMPERÚ para identificar distribuidores peruanos con un perfil similar a empresas como Velax, La Sirena, entre otros.</p>
----	----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## X. Conclusiones y Recomendaciones

1. La penetración del mercado chileno por parte de exportadores peruanos de productos MAC tiene ciertos desafíos. Para abordar esto, es importante que la oferta peruana este bien caracterizada y que, este diferenciada de la chilena y además ofrezca precios competitivos. En este sentido, es importante que los esfuerzos que realice PROMPERÚ, permitan un desarrollo sostenido de las empresas peruanas. La mayoría de las empresas chilenas entrevistadas mostraron interés no solo en las categorías de productos MAC considerados en este estudio, sino también en otros en los cuales Perú tuviera plantas de producción.

2. Como resultado de la crisis económica provocada por la pandemia, guerra de ucrania y condición económica interna de Chile, el sector de la construcción en Chile se ha focalizado en la búsqueda de proveedores internacionales de calidad comprobada y precios competitivos. En este contexto, las oportunidades comerciales identificadas al inicio del presente estudio, se comparten los siguientes comentarios:

### Mármol

Este segmento está cada vez más enfocado en construcción Premium (para dueños de altos ingresos económicos), que en Chile están relativamente detenido su desarrollo. Si bien existe interés por algunas empresas chilenas por importar desde Perú, se espera que este comercio serio limitado.

### Cerámicas

La percepción de la cerámica peruana entre importadores y distribuidores chilenos, es que es un producto de una buena calidad. Se identifica que la demanda por cerámica peruana en Chile, es mayor a la oferta actual de empresas peruanas. Algunas empresas chilenas están interesadas en buscar alternativas que permitan asegurar el abastecimiento anual de los productos. Esto incluye cerámica tradicional, gres y porcelanato. Adicionalmente, se recomienda alinear el servicio de postventa que ofrecen las empresas peruanas, respecto a las expectativas de las empresas chilenas.

Las empresas chilenas tienen el interés por tener un proveedor estratégico de cerámica que les permita tener un programa anual de abastecimiento y recibir capacitación sobre su uso. Este tipo de capacitación de interés no es solo para el equipo de instalación de este producto, sino también para el equipo de ventas. Es importante que estas capacitaciones se realicen a nivel de tienda, e idealmente en forma presencial. Las empresas chilenas buscan construir una relación estratégica con un proveedor peruano.

### Fregaderos, lavabos y pedestales

En esta categoría, Fanaloza es la empresa chilena más importante en esta categoría que produce en el país. Sin embargo, para el periodo 2021-2020, las importaciones aumentaron cerca de 70,2%. Esto evidencia el crecimiento del consumo de esta categoría de productos y la apertura del mercado chileno por la búsqueda de proveedores internacionales. Los principales orígenes de los productos fueron China, Ecuador, entre otros. Varias empresas importadoras manifestaron interés por conocer información detallada de productos y precios de la oferta peruana de esta categoría.

### Grifería para uso domestico

En esta categoría, Mosaico diseña y desarrolla sus productos en Chile, pero que los produce en China. Sin embargo, para el periodo 2021-2020, las importaciones aumentaron cerca de 91,6%. Esto evidencia el crecimiento del consumo de esta categoría de productos. En este caso, el trabajo que ha realizado Mosaico son productos ajustado a las preferencias del comprador chileno y a un

precio muy competitivo. En el caso que alguna empresa exportadora peruana dese explorar este segmento, es muy importante tener en cuenta la competitividad del sector.

3. Este estudio identificó el interés de compradores chilenos, por importar productos peruanos que no estaban previamente considerados en este estudio. El detalle de algunos de estos productos son los siguientes:

- Artículos sanitarios
- Puertas de madera
- Revestimientos en general, como alfombras, pastos sintéticos, piedras naturales, adoquines, entre otros.
- Accesorios para la instalación de cerámica y porcelanato como, por ejemplo, separadores, alicates de instalación, entre otros
- Piso flotante
- Piso vinílico
- Pisos en madera natural
- Cielos falsos
- Adhesivos para cerámicas
- Guardapolvos
- Muebles para cocina y baño
- Insumo de papel, para la elaboración de papel mural

4. Para todas las oportunidades antes identificadas, por solicitud de la mayoría de las empresas entrevistadas son claves dos aspectos. Primero, tener una caracterización de los productos peruanos y sus precios. Segundo, después de la realización de este tipo de estudio de mercado, es recomendable finalizar el proceso con una rueda de negocios. Posteriormente, las empresas chilenas realizarán una preselección de los proveedores peruanos de mayor interés y manifestaron que es crítico la organización de una visita a las plantas de producción de dichas empresas peruanas. Una vez realizado todo lo anterior, las empresas chilenas tomarán la decisión con cual exportador peruano iniciar un proceso de compra.

## ÍNDICE Tablas de contenido

Tabla 1 Subpartidas arancelarias del Sistema Armonizado .....	7
Tabla 2 Exportaciones de mármol travertino en dólares FOB.....	11
Tabla 3 Exportaciones de cerámicas en dólares FOB.....	12
Tabla 4 Exportaciones de sanitarios en dólares FOB .....	12
Tabla 5 Exportaciones de grifería para uso doméstico en dólares FOB.....	13
Tabla 6 Importaciones de mármol en dólares FOB.....	13
Tabla 7 Principales empresas chilenas importadoras.....	13
Tabla 8 Principales países de origen de las importaciones.....	14
Tabla 9 Importaciones de cerámicas en dólares FOB.....	15
Tabla 10 Principales empresas chilenas importadoras.....	15
Tabla 11 Principales países de origen de las importaciones.....	16
Tabla 12 Principales empresas chilenas importadoras.....	16
Tabla 13 Principales países de origen de las importaciones.....	16
Tabla 14 Principales empresas chilenas importadoras.....	17
Tabla 15 Principales países de origen de las importaciones.....	17
Tabla 16 Principales empresas chilenas importadoras.....	18
Tabla 17 Principales países de origen de las importaciones.....	18
Tabla 18 Principales empresas chilenas importadoras.....	19
Tabla 19 Principales países de origen de las importaciones.....	19
Tabla 20 Principales empresas chilenas importadoras.....	19
Tabla 21 Principales orígenes de importaciones .....	20
Tabla 22 Importaciones de los productos en dólares FOB.....	20
Tabla 23 Principales empresas chilenas importadoras.....	21
Tabla 24 Principales países de origen de las importaciones.....	21
Tabla 25 . Importaciones de grifería para uso doméstico en dólares FOB .....	21
Tabla 26 Principales empresas chilenas importadoras.....	22
Tabla 27 Principales países de origen de las importaciones.....	22
Tabla 28 Importaciones desde Perú de mármol travertino en dólares FOB.....	23
Tabla 29 Principales empresas chilenas que importan desde Perú.....	23
Tabla 30 Importaciones desde Perú de Cerámicas en dólares FOB.....	23
Tabla 31 Principales empresas chilena que importan desde Perú.....	24
Tabla 32 Principales empresas chilena que importan desde Perú.....	24
Tabla 33 Principales empresas chilena que importan desde Perú.....	25
Tabla 34 Principales empresas chilena que importan desde Perú.....	25
Tabla 35 Principales empresas chilena que importan desde Perú .....	25
Tabla 36 Importaciones desde Perú de estos productos en dólares FOB.....	25
Tabla 37 Principal empresa chilena que importa desde Perú.....	26
Tabla 38 Importaciones desde Perú de Mezclas a base de derivados nitrados de glicerol y etilenglicol (dinamita) en dólares FOB.....	26
Tabla 39 Principal empresas chilenas que importan desde Perú.....	26
Tabla 40 Rutas de acceso de mármol travertino .....	46
Tabla 41 Rutas de acceso del código arancelario 69072210 .....	47
Tabla 42 Rutas de acceso del código arancelario 69072220 .....	47
Tabla 43 Rutas de acceso del código arancelario 69072290 .....	48
Tabla 44 Rutas de acceso del código arancelario 69072310 .....	48
Tabla 45 Rutas de acceso del código arancelario 69072320 .....	49
Tabla 46 Rutas de acceso del código arancelario 69072390 .....	49
Tabla 47 Rutas de acceso de Mechas de seguridad.....	50
Tabla 48 Rutas de acceso de grifería para uso doméstico.....	50
Tabla 49 Agencias de transportes involucradas en la importación de mármol travertino.....	52

Tabla 50 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072210.....	53
Tabla 51 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072220.....	53
Tabla 52 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072290.....	54
Tabla 53 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072310.....	55
Tabla 54 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072320.....	55
Tabla 55 Agencias de transportes involucradas en la importación del código 69072390.....	56
Tabla 56 Agencias de transportes involucradas en la importación de Mechas de seguridad .....	57
Tabla 57 Agencias de transportes involucradas en la importación de grifería para uso doméstico .....	57
Tabla 58 ubicación proyectos arrendamiento .....	69
Tabla 59 Valor en UF por región .....	70
Tabla 60 Tamaño viviendas.....	70
Tabla 61 Certificación y norma cerámica.....	73

## ÍNDICE de imágenes

Imagen 1 Extracción mármol cantera Calama .....	8
Imagen 2 “Cantera mármol travertino Calama” .....	9
Imagen 3 Fabricación artesanal de revestimientos de arcilla en Chile.....	9
Imagen 4 Dependencias fábrica Fanaloza Chile.....	10
Imagen 5 Travertino Clásico.....	29
Imagen 6 Travertino light.....	29
Imagen 7 Travertino silver .....	30
Imagen 8 Travertino almond.....	30
Imagen 9 Acabado esmaltado.....	32
Imagen 10 Acabado mate .....	32
Imagen 11 Cerámica exterior terraza                      Imagen 12 Cerámicas exteriores .....	33
Imagen 13 cerámica 25x25 .....	33
Imagen 14 cerámica 25x35 .....	33
Imagen 15 cerámica 30x30                                      Imagen 16 cerámica 45x45 .....	34
Imagen 17 cerámica 60x60 .....	34
Imagen 18 cerámica 53x53 .....	34
Imagen 19 cerámica beige piso      Imagen 20 cerámica blanca y gris .....	35
Imagen 21 estilo madera 23x120cm .....	35
Imagen 22 Estilo cemento 60x60.....	36
Imagen 23 Estilo mármol 60x120cm.....	36
Imagen 24 Estilo plain 30x60cm .....	36
Imagen 25 Estilo mini 6,5x20cm .....	37
Imagen 26 Estilo maxi 120x240cm.....	37
Imagen 27 15x60cm.....	38
Imagen 28 Estilo madera .....	38
Imagen 29 20x25cm.....	38
Imagen 30 Estilo cemento.....	38
Imagen 31 Antideslizante 30x60 cm .....	38
Imagen 32 Estilo piedra 60x60cm .....	39
Imagen 33 Sólo para muro 20x25cm .....	39
Imagen 34 Sanitario a muro      Imagen 35 Sanitario a piso .....	39
Imagen 36 Sanitario con botón      Imagen 37 Sanitario con manilla .....	40
Imagen 38 Sanitario 1 pieza .....	40
Imagen 39 Sanitario 2 piezas .....	40

Imagen 40 Lavamanos con pedestal básico	Imagen 41 Lavamanos doble	41
Imagen 42 Lavamanos empotrado		41
Imagen 43 Lavamanos contenedor de agua sobre cubierta	Imagen 44 Lavamanos diseño	41
Imagen 45 Llave lavaplatos		42
Imagen 46 Llave lavaplatos extraíble		42
Imagen 47 Llave lavaplatos cromado brillante	Imagen 48 Llave lavaplatos mate negro	43
Imagen 49 Llave lavaplatos color cobre	Imagen 50 Llave combinación lavaplatos	43
Imagen 51 Llave lavatorio monomando	Imagen 52 Llave lavatorio color oro	43
Imagen 53 Llave doble manillas		44
Imagen 54 Llave monomando ducha	Imagen 55 Llave tina y ducha	44
Imagen 56 Columna de ducha	Imagen 57 Brazo ducha a muro	44
Imagen 58 Mezclador ducha empotrado	Imagen 59 soporte expuesto ducha fono flexible	45
Imagen 60 Ducha fija sin brazo	Imagen 61 Flexible ducha	45
Imagen 62 Mezclador termostático	Imagen 63 Mezclador select dos vías	45
Imagen 64 Termostato select 1 vía	Imagen 65 Mezclador select 3 vías	46
Imagen 66 Tipo de embalaje cerámica	Imagen 67 Embalaje cerámica característica	71
Imagen 68 Embalaje sanitario		72
Imagen 69 Embalaje sanitario y lavamanos pedestal		72
Imagen 70 embalaje gráfica grifería	Imagen 71 embalaje grifería garantía	72
Imagen 72 embalaje interior		73

## ANEXO 1

### Informe de Entrevistas

La sección anterior, mostró el interés de las empresas chilenas. La mayoría de ellas mostró interés en buscar proveedores peruanos de algunos de sus insumos, o realizar inversiones en el Perú. Algunas de las observaciones que se encontraron fueron las siguientes:

1. En su mayoría, las empresas de la industria chilena de la construcción entrevistadas, manifestaron interés en conocer en detalle no solo los productos focalizados en este estudio, sino también de otros insumos de la construcción que sean producidos en Perú.
2. Dada la crisis económica que ha provocado la pandemia, guerra de ucrania y condición económica de Chile, han empujado a la industria chilena de la construcción por buscar proveedores con precios competitivos, calidad aceptable y excelente servicio de postventa.
3. Las expectativas de un servicio de postventa, es crucial para el desarrollo de una relación comercial a largo plazo, por parte de las empresas chilenas. Se espera que el proceso de respuesta sea rápido, dentro de 8 horas desde que se ha realizado un requerimiento. Adicionalmente, se espera que la empresa peruana participe activamente en la resolución de algún desafío que los clientes en Chile puedan manifestar.
4. Durante los próximos 4 años, se espera que la mayoría de los proyectos de construcción en Chile estén relacionados a viviendas sociales. Por este motivo, se espera un alto nivel de coordinación entre proveedores peruanos y empresas chilenas.
5. El presente estudio identificó varias oportunidades. Por ejemplo, respecto a las cerámicas hay una mayor demanda por productos peruanos que la oferta disponible. Algunas empresas chilenas están dispuesta a buscar alternativas de aseguramiento de abastecimiento futuro, lo cual también podría ser positivo para el proceso de planificación de producción de las empresas peruanas.

Adicionalmente, se identificaron otras oportunidades no esperadas en este estudio. Por ejemplo, existe un interés por importar de Perú, puertas de madera, herramientas relacionadas a la instalación de cerámicas, decoraciones de muro (adoquines, piedras), entre otras.

6. Tanto las normativas como el clima político del Perú, es percibido como inestable. Esto causa un retraso en la toma de decisiones para concretar inversiones en Perú, por parte de empresas chilenas.

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial  
Departamento de Inteligencia de Mercados  
2022