

Revestimientos cerámicos en Perú

A. CIFRAS CLAVE

Tras haber pasado varios periodos de recesión y estancamiento económico, el sector de la construcción en Perú se encuentra actualmente en una fase de cierta expansión. Aunque es de esperar que, debido a la coyuntura actual, esta tendencia se vea revertida durante, al menos, el próximo año. En 2018 se registró un crecimiento del 5,2 %, principalmente como consecuencia del incremento de la inversión pública. Asimismo, el consumo de cemento avanzó a un 4 %, por el aumento de la demanda de los sectores minero, inmobiliario, energético, educativo y sanitario¹. En relación con este incremento, las placas y baldosas cerámicas se utilizan en muchos de los casos como pavimentos para suelos y revestimientos de paredes y fachadas. En 2019, Perú importó 137.900 millones de USD de los productos recogidos bajo el arancel 69.07. Las importaciones de productos cerámicos para construcción han alcanzado una tasa de crecimiento medio del 165 % entre 2014 y 2018².

Datos clave	Cifras
PIB 2019 (miles de millones USD)	229
PIB per cápita (miles USD)	7,04
Crecimiento del sector de la construcción en 2018 (%)	5,2
Incremento del avance físico de obras 2018 (%)	9,6
Incremento del consumo de cemento 2018 (%)	4
Evolución en la concesión de créditos hipotecarios respecto de 2017 (%)	9,7 ³
Superficie del país (kms ²)	1.285.215
Oportunidades	Mercado en crecimiento, en el que se espera un aumento de la inversión pública y, a m/p, un crecimiento moderado de la edificación
Amenazas	Infraestructura logística y de transporte poco desarrollada que dificulta el transporte interno de mercancías; por otra parte, gran dificultad para competir con las empresas chinas, siendo el precio del producto uno de los principales factores en la decisión de compra.

¹ Peru: The top 10.000 companies 2018 (2018). Peru Top Publications.

² Veritrade Business.

³ Los créditos hipotecarios en 2018 alcanzaron los 14.000 millones de USD.



B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector

El sector de la cerámica forma parte del sector de consumo relacionado con la industria de la construcción y abarca una amplia gama de productos. El objeto de estudio de esta ficha se centra en la partida **69.07** del código arancelario **NANDINA**, que es la "Nomenclatura Arancelaria Común de los Países Miembros del Acuerdo de Cartagena" (Comunidad Andina), basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA).

La partida **69.07** engloba las placas y baldosas de cerámica, para pavimentación o revestimiento; así como los cubos, dados y artículos similares de cerámica para mosaicos; y las piezas de acabado de cerámica. Los productos cerámicos que se analizan bajo dicha partida irán destinados tanto a pavimentos para equipamiento público y urbano, como al sector residencial y comercial, donde se opte por el revestimiento con azulejos o baldosas cerámicas.

Dentro de la partida 69.07 existen diferentes **subdivisiones** que se basan principalmente en el grado de absorción del agua que tienen las placas y baldosas destinadas a pavimentación o revestimiento⁴. Estas subdivisiones son las siguientes:

- **6907.21.00.00**: con un coeficiente de absorción de agua inferior o igual al 0,5 % en peso. **Gres porcelánico** es la denominación de baldosas cerámicas con muy baja absorción de agua, prensadas en seco, generalmente no esmaltadas y fabricadas por monococción.
- **6907.22.00.00**: con un coeficiente de absorción de agua superior al 0,5 % pero inferior o igual al 10 % en peso. Este producto se conoce con la denominación de **gres rústico**, siendo el nombre empleado para designar las baldosas cerámicas con absorción de agua baja, o media-baja, y extrudidas, generalmente no esmaltadas.
- **6907.23.00.00**: con un coeficiente de absorción de agua superior al 10 % en peso. Las baldosas con este tipo de características son: los **azulejos** y el gres **esmaltado**. El azulejo es la denominación tradicional de las baldosas cerámicas con una absorción de agua alta, prensadas en seco y esmaltadas. Mientras que el gres esmaltado es la denominación más frecuente de las baldosas cerámicas de absorción de agua baja o media-baja, prensadas en seco, esmaltadas y fabricadas generalmente por monococción.⁵
- **6907.30.00.00**: Cubos, dados y artículos similares para mosaicos, excepto los de la subpartida 6907.40.
- **6907.40.00.00**: Piezas de acabado.

B.2. Tamaño del mercado

En los últimos cinco años, Perú ha sido el país que más importaciones y exportaciones de revestimientos cerámicos ha realizado entre los países sudamericanos.

Durante 2018, la oferta peruana de arcillas cerámicas registró exportaciones por 108 millones de USD. En cuanto a las importaciones peruanas del referido producto, el país tuvo una **balanza comercial negativa**, tras registrar en el año 2019 un valor de 138 millones de USD, superando de este modo a las exportaciones (95,2 millones de USD), y teniendo un crecimiento de 7,5 % entre 2014 y 2018.⁶

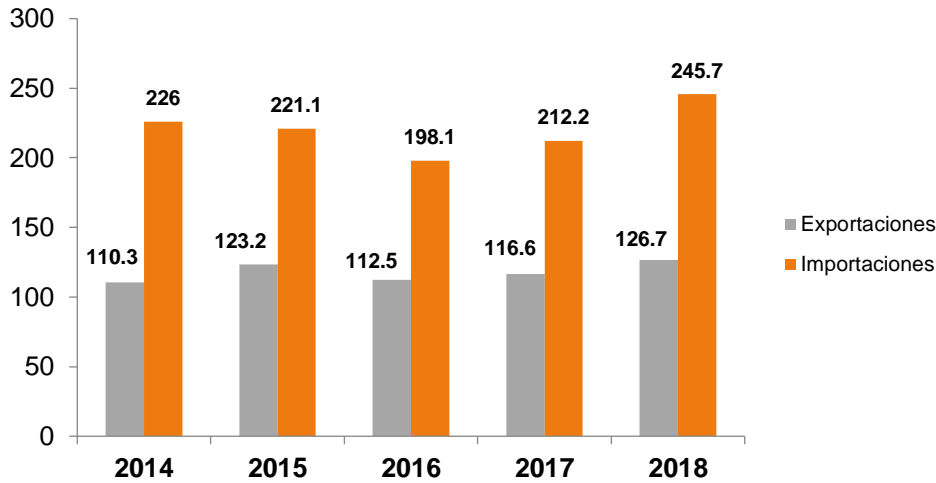
⁴ Esta clasificación tiene su origen en la normativa UNE-EN 14411:2007, que establece para las baldosas cerámicas una clasificación básica a partir de la porosidad de la pieza (medida como absorción de agua) y el método de conformado utilizado (proceso de manufactura). Posteriormente, esta normativa se armonizó a nivel internacional, mediante la publicación de la norma de especificaciones ISO 13006 y de las normas de ensayo ISO 10545.

⁵ *Fundamentos. Cerámica para la arquitectura*. Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos.

⁶ "Placas y baldosas impulsaron exportaciones de cerámicos" (mayo de 2019), Centro del Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima.

GRÁFICO 1. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE PRODUCTOS CERÁMICOS (2014-2018)

En millones de USD

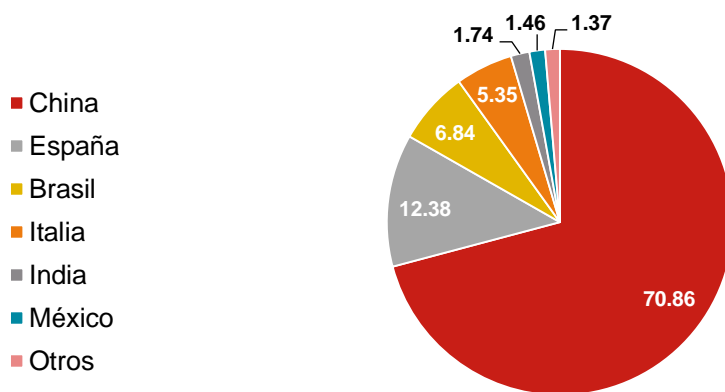


Fuente: Centro de Comercio Exterior - Camtradeplus.

Entre los años 2014 y 2018, los diez principales importadores de arcillas cerámicas aglutinaron el 82,5 % del valor total de las importaciones. El principal importador de estos productos fue Housemart, S.A.C., con un 15,73 %, seguido de Sodimac S.A. (14,80 %), Sanihold S.A.C. (11,44 %), Homecenters Peruanos S.A. (9,40 %) y Sanicenter S.A.C. (8,96 %). El 17,5 % restante estuvo muy fragmentado entre un gran número de importadores, al englobar 329 empresas que importaron producto bajo esta partida.

GRÁFICO 2. PRINCIPALES PAÍSES QUE EXPORTARON LA PARTIDA 6907 A PERÚ EN 2019

Cuota de mercado en %



Fuente: Veritrade Business, 2020.

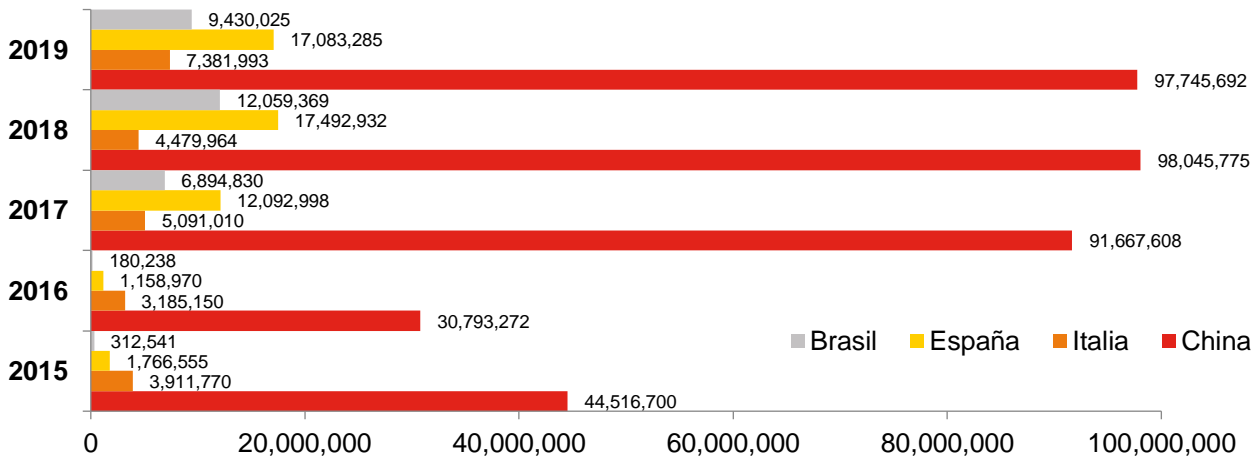
En 2019, China fue el país que más azulejos exportó a Perú, suministrando un 70,86 % de las importaciones totales, a pesar de que las exportaciones de este tipo de producto desde China a Perú se vienen reduciendo paulatinamente desde 2015.



En 2019, España, con un 12,38 % del total, fue el segundo país que más azulejos exportó a Perú, tras superar en el año 2017 a Italia, pasando este a ocupar la cuarta posición (5,35 %). Asimismo, en el año 2017 Brasil incrementó enormemente sus exportaciones a Perú, en casi 3 puntos porcentuales, ocupando actualmente la tercera posición del ranking de proveedores, con el 6,84 % de las importaciones. Dicho incremento se debe, fundamentalmente, a un ajuste del tipo de cambio. India y México ocuparon en 2019 la quinta y sexta posición en exportación de arcillas cerámicas con un 1,74 % y 1,46 %, respectivamente.

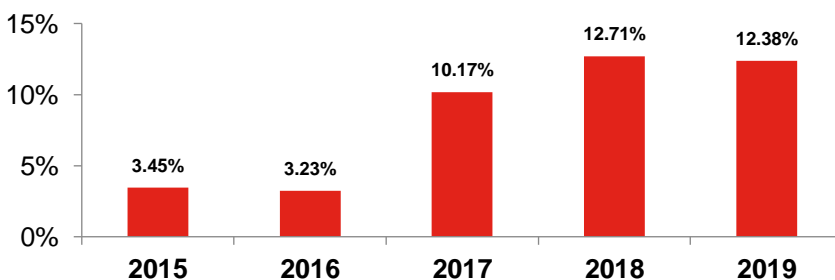
En el Gráfico 3 se muestra la evolución de los países que de manera más notable han realizado exportaciones a Perú de la partida 6907 durante los últimos 5 años, y en la que, si bien China ocupa un importante valor de las exportaciones, se aprecia cómo España está experimentando progresivamente un alza en el valor de sus exportaciones.

GRÁFICO 3. EVOLUCIÓN DE LA EXPORTACIÓN DE LA PARTIDA 6907 A PERÚ
Valor de las exportaciones en USD



Fuente: Veritrade Business, 2020.

GRÁFICO 4. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LA PARTIDA 6907
Cuotas de mercado en %

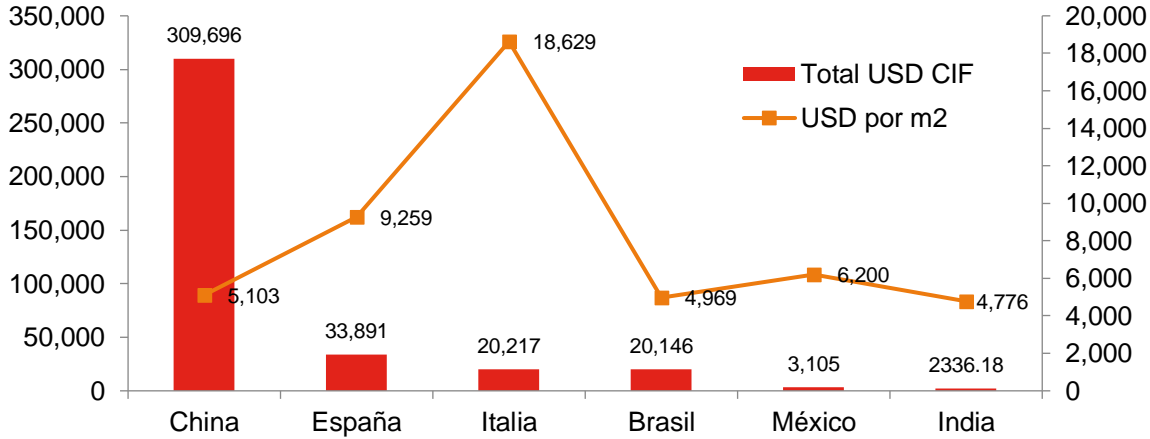


Fuente: Veritrade Business, 2020.

En los últimos años, España ha incrementado su cuota del mercado de arcillas cerámicas en Perú, experimentando un incremento notable entre los años 2016 y 2017, pasando de un 3,23 % a un 10,17 %. Después de dicho periodo, el volumen de exportaciones ha seguido aumentando, si bien de manera más paulatina, registrándose en 2018 una cuota de producto español del 12,71 % y en el primer trimestre de 2019, el total de importaciones de producto español se situó en el 12,73 % del total, con un valor de 9.184,11 millones de USD. Sin embargo, a finales de 2019 hubo una leve recesión en las importaciones del referido producto que condujo a una cuota anual del 12,38 %.

GRÁFICO 5. VALOR DE LAS IMPORTACIONES PERUANAS DE LA PARTIDA 6907 Y PRECIO POR METRO CUADRADO POR PAÍS, 2014-2018

Valor de las exportaciones en USD



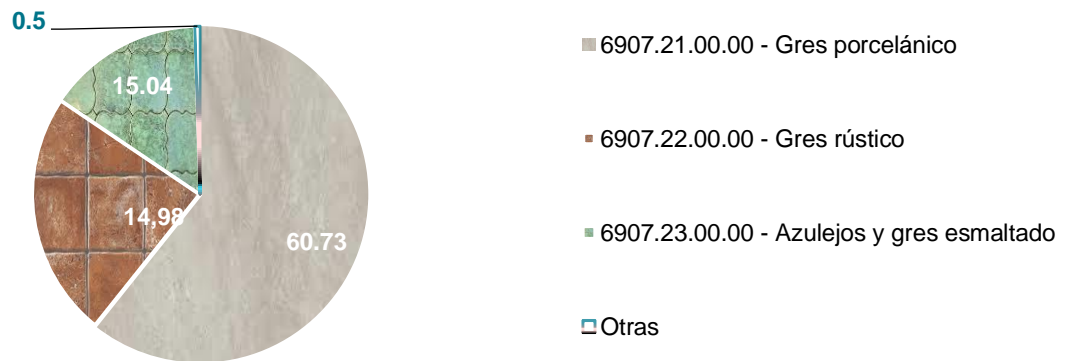
Fuente: Veritrade Business, 2019.

China es el país que exporta las baldosas cerámicas al menor precio entre los países competidores en el mercado peruano, a un precio medio de 5,1 USD/m². En el caso de España, el precio por m² es de 9,3 USD, si bien el precio de la baldosa española es superior al de la china y a la de otros países latinoamericanos, es bastante más reducido que el de Italia y otros países europeos exportadores de dicho producto.

En el Gráfico 6 se muestra cómo el producto con la partida 6907.21.00.00 es el que ocupa la mayor cuota de mercado en cuanto a exportaciones se refiere. El segundo producto más exportado dentro de los analizados es el registrado con la partida 6907.22.00.00, siendo el producto registrado con la partida 6907.23.00.00 el que ocuparía el tercer lugar.

GRÁFICO 6. PRINCIPALES PLACAS Y BALDOSAS CERÁMICAS QUE SE EXPORTAN A PERÚ 2015-2019

Cuotas de mercado en %



Fuente: Veritrade Business, 2020.

B.3. Principales actores

La cerámica puede ser considerada como un material polivalente, empleado por arquitectos e interioristas en las más diversas situaciones.



Las baldosas y losas cerámicas de origen español van dirigidas en Perú a un tipo de cliente de poder adquisitivo alto, que valora la imagen de marca, exclusividad y diseño. Este tipo de clientes podrían englobarse en la siguiente clasificación:

- Particulares
 - Viviendas residenciales: obra nueva o reforma o rehabilitación de vivienda
- Obra civil
 - Hoteles
 - Oficinas
 - Restauración
- Obra pública
 - Calles y plazas

Por otra parte, conviene mencionar la existencia de una industria local con cierto peso en la oferta que hay en Perú para este tipo de producto. Como reflejo de ello, la producción local peruana registró exportaciones por valor de 126 millones de USD en 2018. El producto peruano llega a un total de 67 países, siendo Chile el principal país importador con exportaciones valoradas en 52,8 millones de USD, seguido de Ecuador, EE. UU. y Colombia.⁷

Las principales **empresas peruanas fabricantes de cerámicos**, a destacar, son las siguientes:⁸

- Celima - Trébol, S.A.
<https://www.celima-trebol.com/>
El Grupo Celima-Trébol está conformado por dos empresas: Cerámica Lima S.A.- CELIMA y Corporación Cerámica S.A. –TRÉBOL. Ofrecen revestimientos cerámicos, sanitarios, pegamentos, porcelanas y griferías del alta calidad. El Grupo actualmente exporta a 21 países y en 2018 tuvo una facturación de 74,3 millones de USD.
- Cerámica San Lorenzo, S.A.C.
<https://www.sanlorenzo.com.pe/>
Esta empresa ofrece una amplia gama de productos cerámicos, gres porcelánico y porcelanatos. Sus productos destacan por su diseño e innovación, cumpliendo los estándares de seguridad ambiental, usando la más alta tecnología. En 2018 la empresa facturó 33,45 millones de USD.
- Aris Industrial, S.A.
<https://www.aris.com.pe/>
Esta empresa produce y comercializa textiles, químicos y acabados de construcción. Tienen presencia en numerosos mercados del continente americano, así como en otros países como: Francia, España, China y Dubai. El pasado año tuvieron una facturación de 8 millones de USD.

En cuanto a las **principales empresas internacionales** que exportan a Perú, destacan las siguientes⁹:

- Foshan Sany Ceramics, Co., Ltd (China)
<http://www.sanyceramics.com/en/about/>
Esta empresa está ubicada en Foshan, la capital china de la cerámica. Fabrican azulejos pulidos, esmaltados y rústicos. Sus productos tienen presencia en más de 50 países.
- Cerámica Carmelo Fior (Brasil)
<http://www.carmelofior.com.br/>
Es una empresa familiar que fabrica y distribuye 5 marcas, teniendo 4 unidades de fabricación distribuidas en diferentes partes del país.

⁷ "Placas y baldosas impulsaron exportaciones de cerámicos" (mayo de 2019). Centro del Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima.

⁸ *Fundamentos. Cerámica para la arquitectura*. Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos.

⁹ Veritrade. (Se ha obviado reseñar a aquellas compañías *trading* que se limitan a distribuir el producto).

- Oceanland Ceramics, Co., Ltd. (China)
<http://www.oceanlandceramics.com/>
Esta empresa está especializada en la producción de todo tipo de baldosas cerámicas y gres porcelánico. Distribuyen por todo el mundo ofreciendo unos precios competitivos.
- Grupo Fragnani (Brasil)
<https://www.grupofragnani.com.br/>
Cuenta con 4 industrias cerámicas: Tecnogres, Incenor y Mineradora Água Branca; y la empresa sede Incefra, ubicadas todas ellas en Brasil.
- Eliane Revestimientos (Brasil)
<https://www.eliane.com/>
Esta empresa cuenta con 6 unidades de producción, todas ellas en Brasil, teniendo presencia en 80 países y contando con más de 15.000 puntos de venta dentro de Brasil.¹⁰

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

El sector cerámico español tiene una clara vocación internacional, destinándose el 80 % de su fabricación a la exportación.¹¹

En cuanto a las **principales empresas españolas**, destacan las siguientes empresas:

TABLA 1. PRINCIPALES EMPRESAS ESPAÑOLAS DEL SECTOR

Facturación en millones de USD

Empresa	Facturación 2018
Pamesa Cerámica, S.L.	456.263.641
Argenta Cerámica, S.L.	197.356.685
Porcelanosa, S.A.	193.372.165
Compacglass, S.L.	187.196.043
Baldocer, S.A.	155.535.104
Keraben Grupo, S.A.	142.852.000
Halcón Cerámicas, S.L.	142.098.115
Venís, S.A.	131.869.486
Cerámica Saloni, S.A.U.	112.133.658
Grespania, S.A.	100.543.548

Fuente: www.eleconomista.es

En 2018, China exportó 98.046 millones de USD (valor CIF) en baldosas y losas de cerámica a Perú. Mientras que España exportó 17.493 millones de USD (valor CIF), ocupando la segunda posición.

En cuanto al volumen de las exportaciones, China exportó un total de 20.421 m², frente a los 2.080 m² que exportó España, existiendo una diferencia notable en el volumen de exportaciones de ambos países. Sin embargo, el

¹¹ Informe Azulejero 2019 (2019). KPMG.

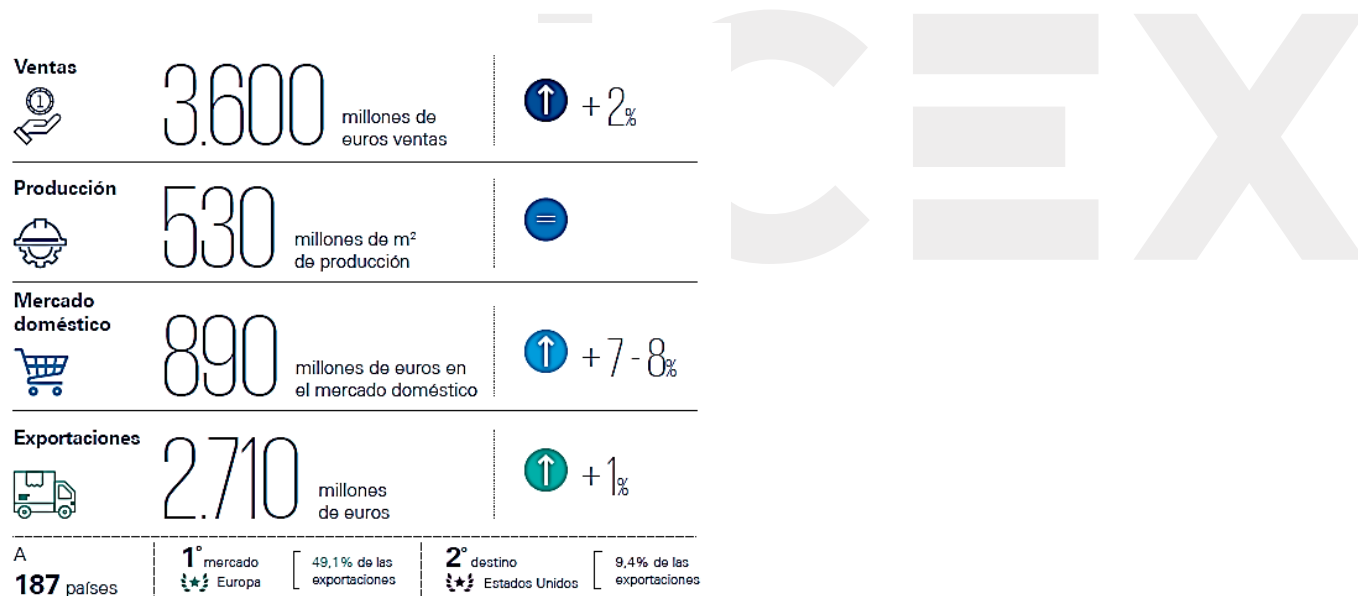
coste del producto difiere en función del origen del producto, siendo el coste por m² de una baldosa cerámica proveniente del país asiático de 4,8 USD frente a los 8,4 USD por m² de la baldosa española.

Se podría afirmar que la principal ventaja del producto chino está en la competitividad de sus precios, mientras que en España el producto destaca por su alta calidad, composición y diseño. Asimismo, España lleva a cabo una gran inversión en investigación y desarrollo en el sector cerámico, concretamente en el campo de la preparación de minerales y el control de calidad. Ambos factores favorecen que el país sea líder mundial en producción, facturación y desarrollo tecnológico del sector cerámico, lo que implica que la oferta española tenga, comparativamente, un mayor valor añadido.

Por otra parte, tras analizar las diferentes empresas internacionales que exportan a Perú este tipo de producto, se ha podido apreciar cómo, en el caso de China, este suele ser exportado a través de compañías de *trading* y, por consiguiente, resulta más complicado conocer el origen exacto, a nivel de fabricante, de estas placas y baldosas cerámicas. En el caso de España, sin embargo, tras analizar los datos obtenidos, las empresas que fabrican el producto suelen ser las mismas que se encargan de exportarlo al país de destino.

En 2017, el sector cerámico español facturó un 5,9 % más que el año anterior, continuando con la tendencia creciente de los últimos años con crecimientos del 7 % en 2015 y 2016 y del 4 % en 2014. En esta misma línea, las exportaciones tuvieron un resultado positivo con un incremento del 4,5 %.

GRÁFICO 7. PERSPECTIVAS ECONÓMICAS DEL SECTOR CERÁMICO



Fuente: *El sector del azulejo en España a través de 21 grandes empresas* (mayo de 2019). KPMG.

Según los datos de 2018, el sector cerámico español sigue experimentando un crecimiento en ventas del 2,5 %, aumentando tanto en ventas nacionales como en exportación, si bien este incremento se ha ralentizado en los últimos cuatro años. Ello podría deberse a factores como: el replanteamiento de las reglas de la globalización y el libre comercio o la volatilidad de los precios del petróleo y del gas por el alto coste energético que tiene la industria cerámica.¹² Por estos motivos, se considera relevante apostar por la transformación digital y por el impulso hacia otros mercados exteriores que permitan aumentar el volumen de las exportaciones.

¹² *El sector del azulejo en España a través de 21 grandes empresas* (mayo de 2019). KPMG.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Según los datos ofrecidos por el Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima, la exportación peruana de productos cerámicos registró en el 2018 un valor de 126 millones de USD, representando una variación positiva del 9 % respecto al año anterior. Ahora bien, las importaciones peruanas de estos productos superaron a las ventas en el exterior con un valor de 245,7 millones de USD, con un crecimiento de 15,7 % con respecto al 2017. Con estas cifras, Perú puede ser considerado **importador neto de baldosas cerámicas**, teniendo interés en acudir a empresas extranjeras para cubrir la demanda buscando las mejores oportunidades.

Por otra parte, en la última década, el sector de la construcción se ha caracterizado en Perú por un gran dinamismo y unas tasas de crecimiento notables, concentrándose en la capital, Lima y, en una menor medida, en ciudades como: Arequipa, Piura, Ayacucho y Trujillo. En 2018, este sector registró una expansión de 5,2 % debido principalmente al incremento de la inversión pública y a la recuperación de la inversión privada.

Dicho dinamismo y crecimiento se vio paralizado por la declaración del estado de emergencia en todo el territorio peruano por la propagación de la COVID-19¹³, que suspendió todas las actividades económicas no esenciales. Sin embargo, mediante la publicación del Decreto Supremo n.º 080-2020-PCM, del 2 de mayo, se oficializó la reanudación gradual e incremental de ciertos sectores de actividad, entre ellos la construcción.

La reactivación económica del sector de la construcción en Perú englobó entre otros, los siguientes proyectos:

- Proyectos del Plan Nacional de Infraestructura para la competitividad (PNIC).
- Proyectos de la Autoridad para la Reconstrucción con Cambios (ARCC).
- Proyectos del Sector Transportes y Comunicaciones.
- Obras de saneamiento.
- Proyectos inmobiliarios priorizados (fase de excavación, estructuras y acabados, y viviendas en el ámbito rural).

Según la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO), la región de Lima lideraría el proceso de reactivación del sector de la construcción, debido a que concentra la mayor inversión pública y privada orientada a la reducción de la brecha en infraestructura.

Por otra parte, el aumento del poder adquisitivo de las familias ha venido facilitando en los últimos años la **expansión de distintos centros comerciales y hoteles**, ubicados principalmente en la capital. Este tipo de proyectos ha permitido un mayor dinamismo en el sector de las placas y baldosas en la última década y, aunque todavía existen varios pendientes de ejecución, es probable que en la actual coyuntura sufran aplazamientos en su construcción.

Finalmente, según datos publicados por la CAPECO en su *Estudio de Demanda de Vivienda en Lima Metropolitana*, existe una creciente preferencia por el acabado cerámico, principalmente por su menor precio, mayor durabilidad, existencia de mano de obra cualificada, menor costo de mantenimiento, variedad de modelos y texturas, datos que pondrían en cierta posición de ventaja al producto español. De todas formas, recomendamos tomar esta información con cierta cautela, debido a la incertidumbre que existe actualmente sobre el futuro del sector de edificación, en el que se esperan contracciones de precio de entre el 10 % y el 20 % a corto plazo.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Las ventas finales de arcillas cerámicas se pueden dirigir a diferentes **tipos de consumidor**, pudiendo clasificarse del siguiente modo:

¹³ Decreto Supremo n.º 044-2020-PCM de 15 de marzo de 2020.



- consumidores particulares;
- profesionales de la reforma o reformistas;
- constructores y prescriptores (arquitectos, decoradores, etc.).

Por otra parte, en función del tipo de consumidor y del destino final al que se vaya a destinar el producto, el **canal distribución** de arcillas cerámicas en Perú podría segmentarse de la siguiente manera:

- **Homecenters:** los consumidores particulares optan, principalmente, por esta vía para adquirir el producto. En Perú se distinguen principalmente cuatro cadenas de *homecenters*:
 - Cassinelli
 - Sodimac
 - Maestro
 - Promart
- Estudios de arquitectura: se acude a estos profesionales, en lo que a distribución de producto se refiere, en el caso de obras públicas, civiles o proyectos singulares (p. ej. hoteles).
- Empresas constructoras: puede darse en aquellos casos en los que la empresa constructora ejecuta un proyecto en la modalidad “llave en mano”.

Sin perjuicio de lo anterior, se podría considerar que el **canal de distribución** para este tipo de producto en Perú se caracteriza por ser **corto**, es decir, existen pocos intermediarios en la cadena de distribución, siendo estos, normalmente, el importador, el distribuidor y el cliente final; y **estrecho**, al existir en paralelo pocos distribuidores que ofrezcan el producto.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

No existen barreras técnicas o comerciales que prohíban o limiten el comercio de arcillas cerámicas entre España y Perú. Además, conviene mencionar la existencia del Tratado de Libre Comercio Perú-UE, en vigor desde marzo de 2013.

En cuanto a **aranceles**, a las importaciones de arcillas cerámicas procedentes de la UE se les aplica un gravamen *ad valorem* del 0 %. Esta condición hace posible que las empresas españolas puedan tener una ventaja competitiva a la hora de introducir su producto en el país.

En lo referente a los **costes logísticos**, a modo de ejemplo, si se toma en cuenta como punto de salida de la mercancía el puerto de Valencia y como punto de llegada el puerto del Callao, el coste sería el siguiente:

- Un contenedor de 20 pies: 2.130 USD.
- Un contenedor de 40 pies: 3.025 USD.

Los precios referidos incluyen todos los gastos locales en España y en Perú, los despachos de aduana y almacenaje en puerto. Sin embargo, no incluyen los transportes terrestres hasta el almacén del cliente, el seguro marítimo, los impuestos de aduana ni el Impuesto General a las Ventas (18 % en Perú).¹⁴

E.3. Ferias

- **Excon** (última edición: 9-13 de octubre de 2019)
Centro de Exposiciones Jockey
<https://www.excon.pe/>
- **ExpoARCON** (última edición: 3-6 de julio de 2019)
Centro de Exposiciones Jockey
<https://expoarcon.com/wp/>

¹⁴ Transitex Perú, S.A.C. Operador logístico.



- **Expodepa** (última edición: 24-27 de octubre de 2019)
Domos Art San Miguel
<http://expodepa.com/>

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

F.1. Asociaciones y otras direcciones de interés

- Cámara Peruana de la Construcción
<https://www.capeco.org/>
- Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios
<http://adiperu.pe/asociacion/>
- Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú
<https://www.asei.com.pe/>

ICEX

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Lima** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Perú**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Perú, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Av. Jorge Basadre, 405
San Isidro, Lima - Perú
Teléfono: [+511 442-1788/89/90]
Email: lima@comercio.mineco.es
<http://Peru.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA
Clara Beltrán Segarra

Oficina Económica y Comercial
de España en Lima
lima@comercio.mineco.es
Fecha: 25/05/2020

NIPO: 114-20-022-X

www.icex.es



FICHAS SECTOR PERÚ



ICEX España
Exportación
e Inversiones