

---

# Estudio de Mercado Maquinaria para Aserrío, Secado y Elaboración Maderera en Guatemala

Abril 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en  
Guatemala

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	5-6
<b>1. Arancel General:</b> .....	5
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	5
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	5
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	5
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	6-7
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	6
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	7
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	7
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	8-9
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	10-19
<b>1. Potencial del producto</b> .....	10
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	16
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)</b> .....	18
<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen)</b> .....	18
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto</b> .....	18

<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.</b> .....	<b>19</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i> .....	20
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i> .....	22
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i> .....	23
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i> .....	24
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i> .....	24
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i> .....	25
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i> .....	27



## PRODUCTO:

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

8465.9990

8465.9190

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

8465.9990: Las demás máquinas herramientas para trabajar madera, corcho, hueso, caucho endurecido, plástico rígido o materias duras similares.

8465.9190: Las demás máquinas de aserrar madera, corcho, hueso, caucho endurecido, plástico rígido o materias duras similares.

### 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

8465.9900: Las demás

8465.9100: Máquinas de aserrar



## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

CODIGO	DAI
8465.9900	0%

CODIGO	DAI
8465.9990	0%

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):

El DAI general es del 0%.

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

El DAI general es del 0%.

### 4. OTROS IMPUESTOS:

Los productos importados con objetivos comerciales se encuentran gravados con un impuesto al valor agregado (IVA), este es del 12% sobre el valor CIF.

Ejemplo de costos de importación:

DETALLE	US\$
Valor aduanero CIF	100
IVA 12% s/ valor de la mercadería (100 x 0,12)	12
Total a pagar en aduana *	112

\*no incluyen los honorarios del agente aduanal

Nota: en Guatemala el IVA y el DAI son exclusivamente sobre el valor aduanero de la mercadería (CIF). No existe por lo tanto doble tributación.

## 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

Por lo general, en Guatemala no existen barreras para arancelarias o políticas de importación adicional o específica, así que para la importación de productos con las partidas 8465.9900 y 8465.9990 no se pueden citar ningún tipo de barreras. Asimismo no existen subsidios o defensa comercial que se aplique para la comercialización de estos productos.



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

#### Requisitos de importación:

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Certificado de origen
- Documento de transporte
- Código de importador
- Licencia de importador

En la Superintendencia de Administración Tributaria SAT, en el Departamento de Aduanas, es donde se extiende la licencia de importación y se paga el DAI.

Para este tipo de producto no existe ningún permiso específico, más que los ya mencionados.

**2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:**

La Superintendencia de Administración Tributaria de Guatemala – SAT es la encargada de administrar el sistema aduanero del país basándose en el SAC (Sistema Arancelario Centroamericano). El SAC dicta el impuesto de importación DAI, seguir link [www.sat.gob.gt](http://www.sat.gob.gt). Para ingresar mercadería al país se debe de pasar por la aduana (SAT) en donde se cancela el DAI que en este caso es del 0% y el impuesto al valor agregado IVA que es del 12% sobre el precio CIF.

**3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)**

No aplica.

# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

Inciso arancelario 8465.9900

## 1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad kgs	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
EE.UU.	33.230	403.838	40,33
CHINA	20.763	254.562	25,43
TAIWAN	6.540	111.336	11,12
Chile	5	137	0,001
Subtotal	60.538	769.873	76,8
Total	76.223	1.001.190	100

## 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad kgs	Monto ( US\$)	% Participación en el Mercado
ITALIA	19.297	456.000	31,69
EE.UU.	29.309	229.132	15,92
CHINA	31.346	217.296	15,1
Subtotal	79.952	902.428	62,72
Total	124.046	1.438.780	100

## 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad kgs	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
EE.UU.	65.190	730.659	51,27
CHINA	34.299	219.212	15,38
ITALIA	17.770	140.085	9,83
Subtotal	117.259	1.089.956	76,49
Total	149.702	1.425.062	100

Fuente: BANCO DE GUATEMALA, Departamento Estadísticas Económicas.

Notas: El porcentaje de participación en el mercado es calculado en base a los valores en dólares de Estados Unidos de América, las importaciones son expresadas en valor CIF, incluye Costo, Seguro y Flete.



Inciso arancelario 8465.9100

#### 4. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad kgs	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
EE.UU	139.415	831.587	86,22
CHINA	32.026	96.788	10,03
MEXICO	2.808	16.863	1,75
Subtotal	174.249	945.238	98
Total	176.970	964.464	100

#### 5. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad kgs	Monto ( US\$)	% Participación en el Mercado
EE.UU.	30.860	229.656	59,23
TAIWAN	18.197	71.708	18,49
CHINA	24.287	67.857	17,5
Subtotal	73.344	369.221	95,22
Total	78.339	387.760	100

#### 6. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad kgs	Monto ( US\$)	% Participación en el Mercado
EE.UU.	29.924	198.950	25,36
TAIWAN	40.489	147.591	18,81
CHINA	30.513	117.416	14,96
Subtotal	100.926	463.957	59,15
Total	166.487	784.391	100

Fuente: BANCO DE GUATEMALA, Departamento Estadísticas Económicas.

Notas: El porcentaje de participación en el mercado es calculado en base a los valores en dólares de Estados Unidos de América, las importaciones son expresadas en valor CIF, incluye Costo, Seguro y Flete.

# V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

En Guatemala la industria forestal se encuentra en crecimiento debido al apoyo de diversos organismos que han incentivado la actividad.

Según el Sistema Estadístico Forestal Nacional – SIGFGUA-, el balance comercial de madera y manufacturas de los últimos nueve años ha sido positivo, solamente en el año 2011 se reportaron exportaciones equivalentes a los US\$57.636.784 contra US\$51.225.000 en importaciones. Los siete principales productos exportados son, en orden de importancia:

- Madera aserrada
- Puertas
- Cajas / Tarimas / Pallets
- Pisos
- Tableros
- Aglomerados
- Ataúdes
- Madera en troza
- Ventanas

Los destinos principales son Estados Unidos de Norteamérica, Centroamérica, México e Italia.

En cuanto a las importaciones, los principales productos en orden de importancia son:

- Madera aserrada
- Tableros de fibra de madera
- Tableros aglomerados
- Plywood
- Molduras
- Cajas / Tarimas / Pallets
- Demás manufacturas en madera

Las importaciones provienen principalmente de Chile seguido de Estados Unidos de Norteamérica, China, México y Costa Rica. De Chile se importa por lo general madera aserrada, tableros de fibra y molduras.

Según la FAO, el total de la madera procesada en la industria Guatemalteca se compone de la siguiente manera:

- 68% madera aserrada
- 14% a madera elaborada
- 8,6% a chapas terciadas y aglomeradas
- 9,4% manufacturas varias

Estimando que alrededor del 70% proviene de bosques de coníferas.

Según el Instituto Nacional de Bosques INAB y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura FAO en el año 2004, la cobertura forestal nacional se compone de 4.04 millones de hectáreas divididas de la siguiente manera:

- 3.336.435 hectáreas de bosques latifoliados que representan el 30% de la cobertura nacional
- 396.938 hectáreas de bosques de coníferas
- 321.541 hectáreas de bosque mixto

Estimaciones realizadas por la FAO en el año 2001, demuestran una pérdida anual de cobertura de 53 700 ha, sin embargo no se puede dar una estimación precisa debido a los distintos tipos de medición, por lo que se considera como realista una cifra entre 50 000 a 60 000 hectáreas por año, siendo los bosques de coníferas los más afectados.

En Guatemala la gran mayoría de familias en el área rural utiliza la madera como fuente energética, es decir el uso de leña para el hogar. Se calculan en promedio unos 12 millones de hectáreas destinadas a dicha actividad por año. Asimismo, existe poco control de las instituciones forestales públicas para registrar y vigilar la madera destinada para leña.

Los departamentos con mayor superficie boscosa son Peten, Alta Verapaz, Quiché, Baja Verapaz e Izabal.



El 27,6 % del territorio guatemalteco se encuentra legalmente declarado como área protegida, monto que representa un total de 3.112.913,6 hectáreas.

La tala ilegal, el uso de grandes cantidades de leña como materia prima para energía doméstica (se calculó en el año 1999 un consumo de 13,8 millones de m<sup>3</sup>), la fabricación de productos de poco valor agregado, contrabando de madera (de Peten hacia México y Belice) e incendios, son factores que han ralentizado el desarrollo del sector. Sin embargo, gracias al apoyo de la Gremial Forestal, el INAB, Cofama y diversos programas promovidos por el gobierno y el sector privado, este sector se encuentra consolidándose. Ejemplo de los programas de apoyo:

- Otorgamiento de concesiones forestales
- Creación de incentivos económicos para la reforestación
- Creación de incentivos para el manejo de bosques
- Desarrollo del clúster forestal
- Fortalecimiento de los procesos de descentralización

El gobierno apoya al gremio forestal mediante varios programas de incentivos forestales, en donde uno de los más importantes es el llamado PINFOR seguir link <http://200.30.150.38/Paginas%20web/Pinfor.aspx>. PINFOR es un programa de incentivos otorgado por El INAB y del Ministerio Finanzas Públicas que busca beneficiar a 79 municipios de 13 departamentos y generar fuentes de trabajo durante el tiempo que se encuentre vigente desde 1997 hasta el año 2016. Al ser aprobado el proyecto por el INAB, se otorga un monto en efectivo al propietario de tierras por manejo de bosques o por realizar proyectos de reforestación en una misma área. Los beneficiarios son

todos los grupos sociales organizados, las municipalidades y comunidades así como también los pequeños, medianos y grandes propietarios. Dentro de las metas para el 2016, PINFOR busca contar con 285.000 hectáreas de plantaciones forestales, 650.000 hectáreas de manejo de bosques naturales y 285.000 hectáreas de mantenimiento de plantaciones.

Los clientes potenciales de estos incisos arancelarios se pueden dividir en:

- Aserraderos
- Constructoras de Casas de Madera
- Fabricantes de aglomerados y plywood
- Fabricantes de muebles de madera
- Empresas de madera tratada
- Fabricas de muebles

Dentro de los cuales se pueden mencionar los siguientes:

Empresa	Contacto	Dirección	Tel.	Correo	Actividad
4A Sociedad Anonima	Gonzalo Asturias	14 ave. 2-56 zona 1	22 30 67 42	<a href="mailto:promotion@intelnett.com">promotion@intelnett.com</a>	aserradores y exportadores
Agroforestal	Jose Quilo Ayuso	2c 8-60 z 17	22 56 25 63	<a href="mailto:agroforestal_colina@hotmail.com">agroforestal_colina@hotmail.com</a>	silvicultura, aserradero
Aserradero Aleman	Rene Aleman	34c 0-30 z12	24 76 25 19	<a href="mailto:aserraderaleman@gmail.com">aserraderaleman@gmail.com</a>	aserradero
Distribuidora El Castaño	Waldemar Schenedener	6c 6-10 z10	79 51 43 42	<a href="mailto:dschwendener@hotmail.com">dschwendener@hotmail.com</a>	aserradero, construcción de casas
Celugi, S.A.	Luis Motta	6c 5-28 z9	23 60 26 04	<a href="mailto:lmotta@celugi.com">lmotta@celugi.com</a>	aserradero, distribución y exportación de madera
Ecomadera	Jose Luis Figueroa	20c 19-75 z10	23 66 56 57	<a href="http://www.ecomadera.com">www.ecomadera.com</a>	impregación, fabricación de muebles y casas
Exfo S.A.	Alvaro Azurdia	13c 2-60 z 10 of 702	23 32 88 57	<a href="http://www.exfosa.com">www.exfosa.com</a>	exportadores
Gibor, S.A.	Fidel Girón	3av 12-38 z10 of 805	24 13 39 30	<a href="http://www.gibor.com">www.gibor.com</a>	silvicultura, fabricante de casas, aglomerado, plwd
Inversiones Posdam, S.A.	Estuardo Wholers	4c 0-15 z13	40 08 62 87	<a href="mailto:ewholers@yahoo.com">ewholers@yahoo.com</a>	silvicultura, aserradero
Lignum, S.A.	Marcelo Bosh	18c 15-51 z10	23 37 30 00	<a href="http://www.lignum.com.gt">www.lignum.com.gt</a>	aserradero, pisos, postes, casas prefabricadas, muebles, madera para estructuras, industria productos forestales

Logística Forestal, S.A.	Mario Samperio	km13 villas del campo #15	54 01 11 32	<a href="mailto:mariosamperio@yahoo.com">mariosamperio@yahoo.com</a>	vivero y aserradero
Madecasa	Rodolfo Bollat	av Petapa 56calle z12	23 26 57 99	<a href="mailto:rodolfobollat@icasa.com.gt">rodolfobollat@icasa.com.gt</a>	silvicultura y aserradero
Mayan Wood Industries, S.A.	Johnny Ortiz	2av 13-35 z 17	22 55 62 00	<a href="http://www.procinsagua.com">www.procinsagua.com</a>	pisos, zocalos, madera aserrada, dimensionada y laminada
Mega Industrial	Carlos Gularte	7av 14-44 z9 galeria15A	23 84 94 91	<a href="http://www.megamaderas.com">www.megamaderas.com</a>	aserradero
Plantas Fiesta Verde, S.A.	Guillermo Sanchez	7av A 3-23 z9	23 32 70 26	<a href="mailto:plantasfiesta@intelnnett.com">plantasfiesta@intelnnett.com</a>	silvicultura, aserradero
Prodemyde, S.A.	Byron Reyes	5av 2-42 z3 Pinula	66 34 83 63	<a href="mailto:prodemyde@gmail.com">prodemyde@gmail.com</a>	aserradero y vivero
Productos de la montaña	Alejandro Coronado	0 calle A 30-55 z7 Uatlán	54 14 85 86	<a href="mailto:maderasguate@gmail.com">maderasguate@gmail.com</a>	aserradero
Impregsa S.A.	Julio Ruiz	Av Reforma 3-48 z9 of108	23 34 00 11	<a href="http://www.impregsa.com">www.impregsa.com</a>	impregnación, cruceros para postes, madera aserrada
Maderas El Alto, S.A.	Jasmin Hage	34c 7-42 z11	24 15 93 00	<a href="http://www.maderaselalto.com">www.maderaselalto.com</a>	silvicultura, aglomerados y plywood
Maderas San Miguel	Alvaro Montenegro	40c B 3-04 z8	23 38 40 00	<a href="http://www.maderayferreteriasanmiguel.com">www.maderayferreteriasanmiguel.com</a>	aserradero
Maderas Tropicales, S.A.	Nicholas Dorión	Czda.Atanasio Tzul 22-00 z12	23 53 19 81	<a href="mailto:mmnicholas@intelenett.com">mmnicholas@intelenett.com</a>	silvicultura, aglomerados y plywood
Mafrico, S.A.	Juan Francisco Estrada	km 16.5 Carretera El Salvador calle Olmecca casa 33 Sn Fco Javier Fraijanes	66 37 04 12	<a href="mailto:mafrico3@hotmail.com">mafrico3@hotmail.com</a>	fabricación de aglomerado y plywood
Tableros de aglomerado, S.A.	Daniel Meany	1c 19-80 z4 Villa Nueva	66 24 27 00	<a href="mailto:info@tablerosdeaglomerado.com.gt">info@tablerosdeaglomerado.com.gt</a>	fabricación de aglomerado
AYB Carpintería, S.A.	Juan Aycinena	20c 7-14 z11	24 73 25 21	<a href="http://www.aybcarp.com">www.aybcarp.com</a>	fabricantes de muebles
Efiforest	Giovanni Reyes	48av 1-56 z3 Mixo El Rosario	23 84 10 00	<a href="http://www.efiforest.com.gt">www.efiforest.com.gt</a>	fabricación de muebles
Fontana de Trevi, S.A.	Enrico Bianchi	km111.5 Carr. Al Atlántico Zacapa El Rodrquito z18	79 35 55 20	<a href="http://www.fontanadetrevi.net">www.fontanadetrevi.net</a>	fabricación de muebles

Los anteriores son clientes potenciales que se encuentran asociados a la gremial forestal.

Algunas de las principales empresas importadoras y distribuidoras de equipos y maquinaria de los incisos arancelarios 8465.9100 y 8465.9900 son:

Empresa	Sitio Web o Dirección
Femco	<a href="http://www.femcogt.com">www.femcogt.com</a>
Ferretería El Globo	7av. 9-61 zona 1 tel.(502) 22301190
Importadora de Maquinaria Industrial, S.A.	Ruta 6 3-19 zona 4 tel.(502) 23323066
Tecnomaderas Magima	34av 1-36 zona 7 tel.(502)24339222
Comeca	<a href="http://www.comeca.com.gt">www.comeca.com.gt</a>
Ferretería Lewonski,S.A.	<a href="http://www.lewonski.com">www.lewonski.com</a>
Mafrico	<a href="mailto:mafrico3@hotmail.com">mafrico3@hotmail.com</a>
Dimersa	<a href="http://www.dimersa.net">www.dimersa.net</a>
Sweca, S.A.	<a href="http://www.sweca.com">www.sweca.com</a>
El Granero, S.A.	<a href="mailto:elgranerosa@hotmail.com">elgranerosa@hotmail.com</a>
Maruagro	<a href="http://www.maruagro.com">www.maruagro.com</a>
Grupo Tecun	<a href="http://www.grupotecun.com">www.grupotecun.com</a>
Acortec	<a href="http://www.acortecsa.com">www.acortecsa.com</a> <a href="mailto:info@acortecsa.com">info@acortecsa.com</a>
Todo Motor	<a href="http://www.todomotor.com.gt">www.todomotor.com.gt</a>
Herdom Sucesores	<a href="http://www.herdomsucs.com">www.herdomsucs.com</a>

La mayoría de estas compañías cuenta con venta de accesorios y servicio post venta (taller de mantenimiento, servicio técnico y reparación) mantiene al cliente al tanto de ofertas e ingreso de nueva mercadería. Los productos por lo general, tienen un año de garantía (según sea el caso).

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Dentro de los incisos arancelarios 8465.9100 (máquinas de aserrar) y 8465.9900 (las demás), se puede mencionar la siguiente maquinaria:

- Sierras de copas
- Sierras de cinta
- Sierras circulares

- Sierras verticales
- Cepilladoras
- Sierras para trompo
- Afiladora
- Motosierras
- Cepillos
- Lijadoras de tambor y de banda
- Hojas para sierras, entre otros.



Motosierra  
Inalámbrica



Cepillo entorchado t/copa Lessmann

Motosierra Makita



Sierra de cinta Timber King



Sierra circular Makita





Sierra Circular de banco Makita



Sierra circular mediana de banco Makita

**Sierra caladora profesional 650 W** 

> Incluye 3 seguetas

ESPECIFICACIONES	
Potencia:	650 W
Tensión / Frecuencia:	120 V / 60 Hz
Consumo:	5.4 A
Velocidad:	500-3.000 cart/min
Acción pendular:	4 Posiciones
Capacidad de corte madera:	65 mm
Capacidad de corte acero:	6 mm
Cortes a inglete hasta 45°:	Ambos lados
Zancho de seguita:	Tipo "T"
Peso:	2.4 kg



Velocidad Variable **2 años** Garantía

NOM-ANCI

Ciclo de trabajo: 30 min. de trabajo x 15 min. de descanso. Máximo diario 3 horas.

CÓDIGO	CLAVE	DESCRIPCIÓN	MAYOREO	PÚBLICO	R
16421	CALA-A	Sierra	\$ 747	\$ 919	●
<b>CAJA 4 / MASTER 16 / MÍNIMO A SURTIR 1</b>					
16570	CARB-CALA-A/T	Carbones	\$ 16	\$ 19	●
<b>CABALLETE / CAJA 12 / MASTER 96 / MÍNIMO A SURTIR 1</b>					

Algunas de las marcas que se pudieron encontrar en el mercado guatemalteco son:

Marcas
Makita
Dewalt
Somta
FarmiForest
Serra

Husqvarna
Delta
BBT (marca guatemalteca ensamblada en China)
Bosh
Oav
Oleomac
Truper
Pretul
Maruyama
Stihl
Woodmizer
Shindaiwa
Powerful Machinery
Tecmatic
Omil

**1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).**

Los clientes interesados pueden ingresar a las páginas WEB de los distribuidores-importadores para conocer sobre el producto que buscan, ver catálogos, marcas, precios y accesorios. Asimismo pueden solicitar una cotización y solicitar descuentos según el tipo de compra. Algunas empresas cuentan con chat online, por medio del cual la comunicación se hace más eficiente, ya sea en el servicio pre y/o post venta. La opción online es un apoyo para la venta debido a que el usuario industrial no debe desplazarse hasta la tienda para ver la maquinaria. Los distribuidores-importadores se encuentran lejos de los aserraderos y empresas dedicadas al gremio, pero a través de los sitios web, se logra un acercamiento puesto que la gran mayoría se ubica en el interior del país. Por otro lado hay que tomar en cuenta que a los clientes les gusta ver la maquinaria personalmente para examinarla, probarla y contar con el apoyo técnico. Las empresas comentaron que se debe de contar con un personal especializado en el tema para poder reconocer las necesidades del cliente, asesorarlos y ofrecerles la mejor maquinaria.

La opción de renta o alquiler de equipo es una nueva tendencia con la cual se economiza en inversión. Ciertas distribuidoras cuentan con el servicio de alquiler de equipo manual.

### 1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

Para impulsar las ventas, las empresas han optado por facilitarle la compra al cliente, ofreciendo facilidades de pago como financiamientos -con o sin- intereses. Los clientes se inclinan por el sistema de “visa cuotas” es decir, realizar el pago con tarjeta de crédito VISA, e ir pagando durante 4,6 y hasta 10 meses una misma cuota sin intereses. Así mismo se realizan descuentos dependiendo de la cantidad de maquinaria a adquirir y el precio de los productos.

Los distribuidores e importadores buscan clientes que se encuentren iniciando nuevos proyectos para ofrecerles y proveerles de todo lo necesario en herramientas, maquinarias, accesorios y asesoría, otorgándoles de esta manera mejores descuentos y facilidades de pago. Por esta misma razón, la oferta siempre se encuentra en contacto con las organizaciones y entidades que incentivan al sector, ya sea pautando en las revistas especializadas, en los sitios Web, participando en las ferias y agremiándose; logrando con esto un medio de alcance para conocer la demanda y la nueva demanda.

Para la mayoría de distribuidores e importadores mencionadas en el punto V.1, la venta de maquinaria forestal es baja, es por eso que cuentan con varias divisiones, dedicándose a la importación de equipos para diversas industrias como construcción, actividad agrícola, marina, sistema de riego, etc.

### 1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

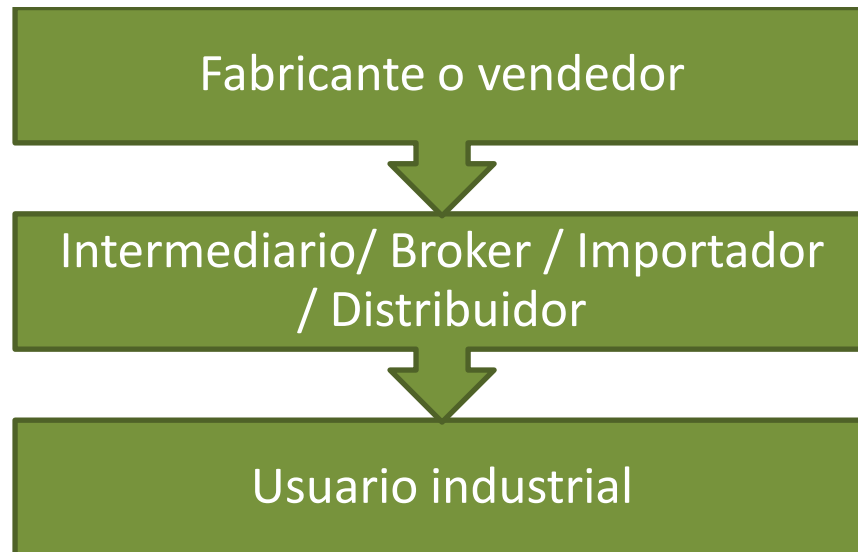
No existen temporadas altas ni bajas, las ventas se mantienen estables durante todo el año.

### 1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Las principales zonas de consumo son los departamentos que cuentan con mayor superficie de tierras forestales con fines productivos como Izabal, Huehuetenango, Quiche, Peten, Alta Verapaz y Baja Verapaz.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

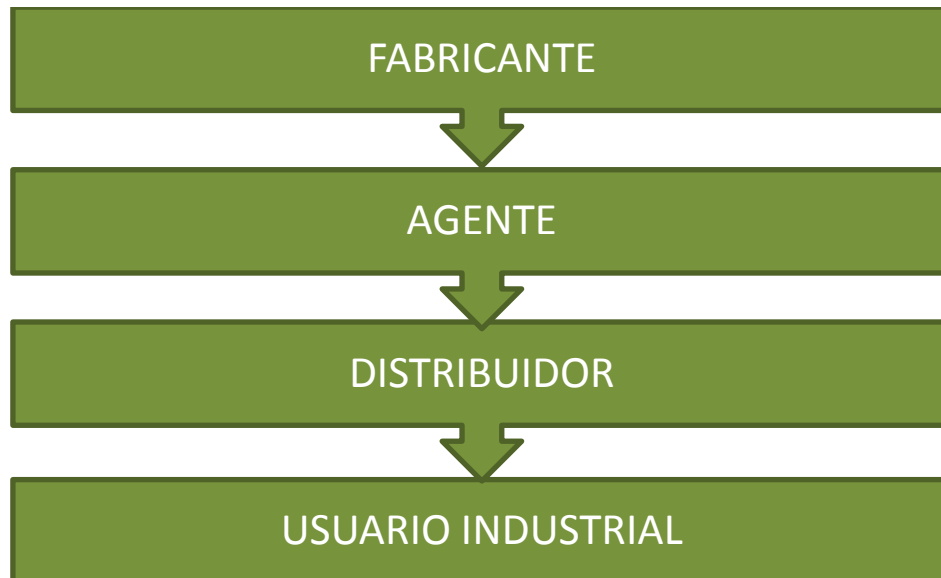
Gran parte de las maquinarias industriales son adquiridas por el consumidor final mediante un intermediario local, el cual puede ser un distribuidor o representante de la marca en el país. El canal de comercialización es el siguiente:



El siguiente canal muestra como la globalización se hace presente en la compra de maquinaria, la cual puede hacerse por medio del internet o de la comunicación directa con el fabricante.



El siguiente canal emplea un agente que promueve la venta de una marca a distintos distribuidores quienes se enfocan en el usuario industrial:



La gran mayoría de importaciones ingresan al país a través de los siguientes puertos o aduanas:

Aduanas Marítimas	Océano
Puerto Quetzal	Pacífico
Santo Tomás	Atlántico
Puerto Barrios	Atlántico

# VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Producto	Marca	Precio US\$	Precio Q
Sierra circular general 12"x80Dx30mm	Tim	37.01	285
Sierra circular 5402NA 16,5/16"	Makita	1032.47	7950
Sierra de inglete LS 1221 12"	Makita	522.73	4025
Sierra circular 5008MG 8,1/4"	Makita	292.21	2250
Sierra alternativa LF1000 10,1/4"	Makita	1396.10	10750
Cepillo 1600 750w 3,1/8"	Makita	590.91	4550
Lijadora banda 4x24"v variable	Makita	409.09	3150
Sierra para maquina 18x1,1/4"	Somta	14.68	113
Sierra de cinta 3/4"	Somta	4.16	32
Sierra circular 24"aguj.1,3/8" 56dtes	Makita	160.81	1238.25
Sierra circular 36"aguj.1,3/8" 56 dtes	Makita	347.29	2674.12
sierra de banda 2107FK 4,3/4"	Makita	664.94	5120
Sierra de cinta 14" 1.5HP 110v	BBT	584.42	4500
Sierra de banco 12"3hp 220v monofasico	BBT	1155.84	8900
Sierra de inglete 12"	Dewalt	648.05	4990

Fuente: Precios obtenidos de los distribuidores de equipo maderero en la Ciudad de Guatemala. Q=precio expresado en Quetzales incluye IVA (12%). El tipo de cambio utilizado es de Q7.70 quetzales por dólar de Estados Unidos de América.

Los precios se pueden negociar con el cliente y cada proveedor puede manejarlos de manera diferente. Las formas de negociación son independientes de cada distribuidor, pueden ser convenios de pago y rebajas.

## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Por ser productos de uso industrial, la publicidad en medios es mínima, pero lo más común es encontrar pautas en revistas especializadas del sector forestal y maderero, también en el sitio internet propio del distribuidor. La única variable que se aplica de la mezcla promocional es la venta personal, siendo esta la herramienta principal de la empresa para poder darse a conocer dentro de la industria, acercando algún representante de la compañía con el usuario con el fin de hacer un cierre de ventas y conseguir la compra del producto.

El proceso de venta que sigue el vendedor incluye, la búsqueda y la calificación de prospectos, el acercamiento, la presentación y la demostración, el manejo de las objeciones del cliente, el cierre de venta, el seguimiento y soporte técnico. Este último es de suma importancia debido a que el usuario deseará seguir con la marca y con la misma empresa si el servicio post venta y garantías han sido satisfactorios.

El vendedor es quien se encarga de la comunicación. Dentro de la parte del seguimiento, se informa al usuario sobre nuevas máquinas, herramientas y accesorios o se recuerda de realizar el mantenimiento, todo esto por medio de visitas, llamadas telefónicas o e-mail.

Las páginas web de la competencia se mantienen en constantes cambios y actualizaciones, ampliando catálogos online y ofreciendo servicios como rentas y mantenimientos.

Finalmente, las empresas distribuidoras, representantes de marcas, usualmente participan en las ferias y/o eventos del sector forestal.

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Ciertos productos se pueden adquirir no solamente en las tiendas especializadas para la industria maderera, sino que se encuentran también en ferreterías. La presentación de la maquinaria puede ser por medio de catálogos o por la venta personal.

El plazo de entrega es a partir de la fecha de autorización del pedido, si hubiese en existencias, la entrega es inmediata (según el producto) pero en algunos casos la compra es bajo pedido.

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

La industria forestal en Guatemala se encuentra desarrollándose a pasos cortos. El gobierno impulsa importantes programas de incentivos para fomentar el crecimiento de la actividad y, por otro lado, existen asociaciones locales e internacionales que ayudan a promover dicho sector, convirtiéndolo en una industria en expansión.

El mercado para el tipo de maquinaria correspondiente a los incisos arancelarios 8465.9900 y 8465.9900 se encuentra desarrollado en Guatemala ya que existen un sinnúmero de empresas dedicadas a la transformación de madera. Se espera que el crecimiento de dicho sector continúe debido al apoyo de diversas entidades.

Varias marcas internacionales han sabido posicionarse en la mente del usuario industrial logrando una recompra, y fidelidad. La procedencia de la mayoría de maquinaria es de origen taiwanés, chino y estadounidense. Se puede considerar que una de las principales variables de compra para el usuario es el precio, los productos chinos y taiwaneses son muy competitivos en cuanto a precio y variedad. En cambio, la maquinaria estadounidense cuenta con soporte técnico, experiencia y calidad.

Se recomienda al exportador chileno recurrir a un importador directo que ejerza la función de distribuidor exclusivo para asegurarse que todo el apoyo se concentre en su marca, no importando que el representante cuente con otras marcas destinadas a otro tipo de industria.

Las estrategias de comunicación con las que debe contar para dar a conocer eficazmente una marca nueva a los clientes potenciales, son las siguientes:

- Catálogos online
- Visita de vendedores
- Sala de ventas
- E-mail
- Vendedores capacitados
- Showrooms o exposiciones
- Presencia en ferias
- Material impreso específico del producto



Se recomienda mantener un contacto permanente con las asociaciones locales forestales para estar al tanto de nuevas empresas ingresadas al gremio, de nuevos proyectos e informarse sobre tendencias y noticias de la marca.

## XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

### Feria de la PROVEEDURIA 2012

La Feria de la Proveeduría – Promueble Centroamérica realizara su 5ta edición en mayo del presente año, en ella se contribuye al desarrollo del sector maderero y forestal, facilitando las alianzas estratégicas necesarias y promoviendo nuevos y mejores proveedores de insumos.

Es organizada por la Comisión de Fabricantes de Muebles y Productos Forestales COFAMA de la Asociación Guatemalteca de exportadores - Agexport, y está dirigida a empresas y aserraderos, distribuidores de madera, ra la industria manufacturera de madera, propietarios de bosques, entre otros. Dentro de sus principales objetivos se encuentran la promoción y capacitación del uso de nuevas materias primas y maquinarias, ampliar la oferta de proveedores de insumos y servicios en el sector maderero y del mueble, así como también proporcionar las herramientas necesarias para facilitar el intercambio comercial en toda la cadena productiva. Seguir link para más información [www.promueblecentralamerica.com](http://www.promueblecentralamerica.com)



**EXPOMUEBLE – EXPOFORESTAL 2012**

Exposición organizada por la Comisión de Fabricantes de Muebles y Productos Forestales COFAMA de Agexport, con la finalidad de promover las ventas del sector. A realizarse del 31 de julio al 5 de agosto del presente año en las instalaciones del Grand Tikal Futura Hotel.



## XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

**Aranceles**

Secretaría de Integración Económica Centroamericana [www.sieca.org.gt](http://www.sieca.org.gt)

Ministerio de Economía [www.mineco.gob.gt](http://www.mineco.gob.gt)

Superintendencia de Administración Tributaria [www.sat.gob.gt](http://www.sat.gob.gt)

**Tratados**

Ministerio de Economía [www.mineco.gob.gt](http://www.mineco.gob.gt)

**Asociaciones locales**

Asociación de Exportadores [www.export.com.gt](http://www.export.com.gt)

Cámara de industria [www.industriaguatemala.com](http://www.industriaguatemala.com)

Instituto Nacional de Bosques INAB [www.inab.gob.gt](http://www.inab.gob.gt)

Gremial Forestal de Guatemala [www.gremialforestal.com](http://www.gremialforestal.com)

Sistema Estadístico Forestal Nacional SIFGUA [www.sifgua.org.gt](http://www.sifgua.org.gt)

Comisión de Fabricantes de Muebles y Productos Forestales COFAMA [www.cofama.org](http://www.cofama.org)

Cámara de Comercio [www.negociosenguatemala.com](http://www.negociosenguatemala.com)

### **Estadísticas**

Ministerio de Economía [www.mineco.gob.gt](http://www.mineco.gob.gt)

Sistema Estadístico Forestal Nacional SIFGUA [www.sifgua.org.gt](http://www.sifgua.org.gt)

Banco de Guatemala [www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)

Comision de Fabricantes de Muebles y Productos Forestales COFAMA [www.cofama.org](http://www.cofama.org)

Documento Elaborado por: OFICOM PROCHILE GUATEMALA – [mcastillo@prochile.gob.cl](mailto:mcastillo@prochile.gob.cl)