
Estudio de Mercado Maquinaria y Equipo Forestal – Maderero en Argentina

Junio 2011

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Buenos Aires, Argentina

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	4
1. Arancel General:	4
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	4
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	5
5. Barreras Para – Arancelarias	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	6
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	6
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	6
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	7
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	8
1. Estadísticas 2010	8
2. Estadísticas 2009	9
3. Estadísticas 2008	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	12
1. Potencial del producto.	12
1.1. Formas de consumo del producto	13

1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	13
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	13
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.	14
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.....	14
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>14</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>15</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....</i>	<i>16</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>16</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones.....</i>	<i>19</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>20</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto.....</i>	<i>20</i>

I. PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

<u>SACH</u>	<u>NCM</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>
8208.2000	8208.2000	Cuchillas y hojas cortantes para trabajar madera
8465.9110	8465.9110	Sierras de cinta
8465.9120	8465.9120	Sierras circulares
8479.3090	8479.3000	Las demás máquinas y aparatos de trabajar madera o corcho

II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

0% en virtud del Acuerdo de Complementación Económica N° 35 (CHILE-MERCOSUR).

<u>SACH</u>	<u>NCM</u>	<u>ARANCEL</u>	<u>TASA DE ESTAD.</u>	<u>DISPOSICION</u>
8208.2000	8208.2000	*16%	0,5%	**LAPI
8465.9110	8465.9110	*14%	0%	**LAPI
8465.9120	8465.9120	*14%	0%	**LAPI
8479.3090	8479.3000	*14%	0%	BIENES DE CAPITAL

*LEY N° 25.080 – INVERSIONES PARA BOSQUES CULTIVADOS: Las empresas o explotaciones, sean personas físicas o jurídicas, titulares de plantaciones forestales en pie estarán exentas de todo impuesto patrimonial vigente o a crearse que grave a los activos o patrimonios afectados a los emprendimientos forestales. (En el 2010, esta ley fue renovada por 10 años más. <http://www.redagraria.com/forestales/Ley%2025080.html>)

Las mercaderías importadas nuevas, en virtud del Decreto N° 690/2002, son consideradas Bienes de Capital y, por tanto, se aplica 0% de arancel y 0% de tasa estadística.

(<http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/70000-74999/73994/norma.htm>)

Los bienes usados comprendidos en esta posición, deberán tener la calidad de acondicionados o sometidos a proceso de reconstrucción y abonarán, cualquiera sea su origen, un derecho de importación de 28%, más un 0,50% de tasa de estadística, y para el caso de usuarios directos 2% en concepto de tasa de comprobación de destino. Cuando el acondicionamiento o el proceso de reconstrucción fuera efectuado en el país de origen o de procedencia del bien usado importado, el mismo deberá acreditarse mediante certificación emitida por parte del fabricante originario del bien o mediante certificación de pericia realizada en origen, emitida por ente técnico especializado, legalizada por la correspondiente Sección Comercial de la Embajada de Argentina o por el Consulado argentino.

El acondicionamiento o el proceso de reconstrucción podrán ser efectuados en el país por el importador, que a su vez deberá reunir las condiciones de usuario directo del bien usado. En este caso, los mismos estarán sujetos al régimen de comprobación de destino por el término de 2 años, en cuyo lapso queda prohibida la enajenación a título gratuito u oneroso de dichos bienes.

La condición de comprobación también regirá para los bienes que, acondicionados o sometidos a proceso de reconstrucción en el exterior, sean importados por el usuario directo de los mismos.

Se exceptúa de este régimen a la reimportación para el consumo de bienes usados que, previamente, hayan sido exportados temporariamente para ser objeto de reparaciones o cualquier otro perfeccionamiento o beneficio.

** LAPI (ver punto 5. Barreras Para – Arancelarias)

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Todos, si la utilización es en la industria forestal maderera.

4. OTROS IMPUESTOS:

21% IVA

10,5% ANTICIPO DE IVA

3% ANTICIPO DE GANANCIAS

Para mayor información ver página de la Administración Federal de Ingresos Públicos:
<http://www.afip.gov.ar>

Posiciones con reducción del IVA al 50%, del art. 28 de la Ley del IVA. :

8465.9110
8465.9120
8479.3000

Alícuota: 10,5%.

IVA Adicional: 5% (inscriptos).

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

LAPI

Estas mercaderías requieren, a los efectos del cumplimiento del trámite del despacho en las destinaciones definitivas de importación para consumo, la presentación de Licencia Automática Previa de Importación (LAPI) establecida por Res. MEOSP N°17/99.

Las LAPI deben oficializarse por medios informáticos, sin impresión, con anterioridad al curso del trámite de las solicitudes de destinación de importación para consumo. Su aprobación no puede superar en ningún caso el plazo máximo establecido por el Art. 2° del Acuerdo sobre Procedimientos para el Trámite de Licencias de Importación de la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (**10 días hábiles**), incorporado a la legislación nacional por la Ley 24.425, y será requerido al solo efecto de constatar que el organismo interviniente ha recibido la información correspondiente, no constituyendo un pronunciamiento ni revisión alguna de la veracidad o exactitud de los datos consignados en cada LAPI.

El **plazo de validez** de las LAPI es de **60 días corridos** a contar de la fecha de su aprobación, admitiéndose la utilización parcial de las mismas dentro de su período de validez.

III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Sólo se podrá comercializar en el país el equipamiento eléctrico de baja tensión que cumpla con todos los requisitos esenciales de seguridad que se detallan en el Anexo de la Resolución N° 92/1998 considerándose comercialización toda transferencia aún como parte de un bien mayor. (ver Res 92/1998 <http://www.iram.org.ar/Documentos/Certificacion/res%2092%2098.PDF>)

La Disposición N° 613/2003 aprueba un nuevo listado de posiciones arancelarias de equipamiento eléctrico de baja tensión cuyo cumplimiento de los requisitos esenciales de seguridad verificará a su ingreso al país la Dirección General de Aduanas. (Ver Disposición 613/2003 <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/85000-89999/86878/norma.htm>)

**Además, estas mercaderías requieren, a los efectos del cumplimiento del trámite del despacho en las destinaciones definitivas de importación para consumo, la presentación de Licencia Automática Previa de Importación (LAPI), conforme lo establecido en la Res. MEOSP N° 17/1999.

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

SENASA - Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria

Av. Paseo Colon 367 - Cap. Fed. CP: C1063ACD Buenos Aires
Tel: (0054-11) 4121-5000 o 0800-999-2386/4362-1177/4513/4514 Int.169
Horario de atención: Lunes a viernes de 9:00 a 17:30 hs.
<http://www.senasa.gov.ar>

RENAR - Registro Nacional de Armas
Bme. Mitre 1465/9 C1037ABA Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina
Tel: 54 11 4371-8989 Informes: int. 164/167/168/146
Email: info@renar.gov.ar
<http://www.renar.gov.ar/>

ARN - Autoridad Regulatoria Nuclear
Av. del Libertador 8250 (C1429BNP) CABA, Argentina
Tel:(054) (011) 6323-1770 / 0800-555-1489 Fax: (011) 6323-1771/1798
Email: arn@arn.gob.ar; info@arn.gob.ar
<http://www.arn.gov.ar/>

CAFHIM - Cámara Argentina de Fabricantes de Herramientas e Instrumentos de Medición
Alsina 1609 – Piso 5 Of 18 CP:1088 - Capital Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina
Tel.: 54 11 4373 4509/4383 4221
E-mail: contacto@cafhim.com.ar
<http://www.cafhim.com.ar>

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

No aplica.

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2010

Chile exporta y debe penetrarse aun más en este mercado.

NCM 8208.2000 – Chile exporta a Guatemala y Perú.

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
CHINA	45.576,00	250.558,58	19,35
ESTADOS UNIDOS	4.443,00	240.557,66	18,58
FINLANDIA	7.300,00	182.269,98	14,07
Chile (Posición)	0	0	0
Subtotal	57.319,00	673.386,22	52
Total	107.366,00	1.295.035,65	100

Fuente: Mercosuronline

NCM 8465.9110 – Servicio Nacional de Aduanas, Chile muestra una exportación a la Argentina en enero de 2011, que no se registra en las estadísticas argentinas.

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
ESTADOS UNIDOS	20	171.649,21	54,97
CHINA	102	65.389,14	20,94
BRASIL	1	44.870,00	14,37
Chile (Posición)	0	0	0
Subtotal	123	281.908,35	90,28
Total	132	312.270,00	100

Fuente: Mercosuronline

NCM 8465.9120 – Chile exporta a Perú y Holanda.

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
CHINA	12.646,00	1.854.428,25	30,85
ITALIA	120	1.459.624,67	24,29
FINLANDIA	1	966.119,13	16,07
Chile (Posición)	0	0	0
Subtotal	12.767,00	4.280.172,05	71,21
Total	16.048,00	6.010.198,99	100

Fuente: Mercosuronline

NCM 8479.3000 – Chile exporta a Uruguay y Argentina y no aparece registrado en las estadísticas argentinas.

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
CHINA	29	266.364,00	48,95
ALEMANIA	2	142.468,98	26,18
ITALIA	6	63.034,28	11,58
Chile (Posición)	0	0	0
Subtotal	37	471.867,26	86,71
Total	40	544.118,26	100

Fuente: Mercosuronline

2. ESTADÍSTICAS 2009

NCM 8208.2000

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
ESTADOS UNIDOS	1.540,00	213.270,69	24,73
FINLANDIA	3.679,00	161.345,88	18,71
ALEMANIA	16.736,00	150.737,71	17,48
Chile (15)	10	174,11	0,02
Subtotal	21.965,00	525.528,39	60,94
Total	69.797,00	862.529,34	100

Fuente: Mercosuronline

NCM 8465.9110

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
BRASIL	3	134.675,87	23,42
AUSTRIA	1	131.833,44	22,92
CHINA	263	108.273,15	18,83
Chile (5)	3	56.927,27	9,9
Subtotal	270	431.709,73	74,40
Total	477	575.145,84	100

Fuente: Mercosuronline

NCM 8465.9120

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
CHINA	7.746,00	912.983,80	31,84
ITALIA	99,00	737.612,26	25,72
BRASIL	24,00	447.334,87	15,6
Chile (Posición)	0	0	0
Subtotal	7.869,00	2.097.930,93	73,16
Total	9.522,00	2.867.393,38	100

Fuente: Mercosuronline

NCM 8479.3000

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
CHINA	14	201.291,17	57,06
ITALIA	4	105.480,97	29,9
CHILE (3)	1	30.647,00	8,69
Chile (Posición)			
Subtotal	19	337.419,14	95,65
Total	22	352744,79	100

3. ESTADÍSTICAS 2008

NCM 8208.2000

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
ESTADOS UNIDOS	3.965,00	376.718,34	28,72
ALEMANIA	29.511,00	244.606,00	18,65
ITALIA	21.257,00	207.219,37	15,8
Chile (13)	48	2.940	0,22
Subtotal	54.781,00	831.483,71	63,39
Total	123.509,00	1.311.845,26	100

Fuente: Mercosuronline

NCM 8465.9110

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
BRASIL	7	287.490,00	44,86
ESTADOS UNIDOS	25	218.152,19	34,04
CHINA	471	83.240,16	12,99
Chile (5)	3	21.620,70	3,37
Subtotal	506	610.503,05	95,26
Total	515	640.831,50	100

Fuente: Mercosuronline

NCM 8465.9120

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
CHINA	15.821,00	1.840.035,66	32,92
ITALIA	104,00	1.512.383,92	27,04
MEXICO	1.920,00	517.960,07	9,27
Chile (Posición)	0	0	0
Subtotal	17.845,00	3.870.379,65	69,25
Total	21.389,00	5.589.665,06	100

Fuente: Mercosuronline

NCM 8479.3000

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)FOB	% Participación en el Mercado
CHINA	15	128.055,00	52,83
ITALIA	1	101.742,23	41,97
ALEMANIA	1	12.611,31	5,2
Chile (Posición)	0	0	0
Subtotal	17	242.408,54	100
Total	17	242.408,54	100

V • POTENCIAL DEL PRODUCTO

POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Las políticas de promoción que se impulsan en Argentina incentivan a la inversión de nuevos emprendimientos industriales, sobre todo en el sector forestal, principalmente en la región noreste (Provincias de Entre Ríos, Corrientes y Misiones), con importantes inversiones ya materializadas, con otras en ejecución y expansión, ya que es un sector netamente orientado a la exportación, con lo cual se aprecia un incremento en la compra de maquinaria forestal, respecto a años anteriores.

En relación a las ventas y comercialización de productos forestales, los industriales madereros atravesaron un año estable en general, recuperándose de los últimos meses del 2008 y hasta fines del 2009 donde se percibieron los efectos de la crisis inmobiliaria de los Estados Unidos (principalmente en los medianos aserraderos), como sucedió en todas las regiones madereras del país. En el caso de las firmas del sector que solamente exportan, algunas enfrentaron disminuciones significativas en sus ventas, otras no tanto, pero sí se registró una merma en los márgenes porque los precios se han modificado. En el último año, las empresas forestales madereras, vieron fuertemente incrementados sus costos, por las alzas del costo del transporte y el costo de la mano de obra.

La perspectiva se basa en que todo seguirá igual en la medida que las empresas que tienen orientada su producción al mercado externo, puedan mantenerse competitivamente en él, ya sea apostando a la diversificación de su producción, como así también desarrollando nuevos productos, con lo que no tendrían que desviar sus volúmenes de venta al mercado interno.

Desde el Gobierno se está acompañando esta situación de crisis con líneas de créditos blandos y subsidios. Motivos por lo cual el enorme potencial de crecimiento del sector forestal continuará.

El sector forestal argentino cuenta con una ventaja competitiva que es la rapidez del crecimiento de los árboles en las zonas forestales, lo que explica además el tremendo potencial de esta industria.

La Asociación Forestal Argentina (AFOA) advirtió que el país necesita recibir inversiones para industrializar de manera eficiente su oferta maderera y crecer con una gestión sostenible en lo ambiental, en lo social y en lo económico. Argentina dispone de una superficie de 30 millones de hectáreas de bosques nativos y 1,1 millón de hectáreas de bosques cultivados principalmente con pinos, eucaliptos, álamos y sauces. Sobre estos últimos trabaja el 90% de la industria forestal, que exporta por alrededor de 1.000 millones de dólares y da empleo a 500.000 trabajadores. José Urtubey, vicepresidente de AFOA, indica que «Hay que tener en cuenta que sólo se está industrializando alrededor del 50% de la oferta maderera de los bosques cultivados argentinos, la cual podría recibir inversiones inmediatas por al menos 3.000 millones de dólares para poner en valor social y económico un recurso renovable».

El desafío en el 2010 fue el de completar el ordenamiento de los bosques nativos -Ley 26331- y lograr la atracción de las inversiones industriales que permitan utilizar la madera de los bosques de cultivo disponible. Esto permitirá la duplicación de la producción foresto-industrial con bienes renovables, reciclables y carbono neutral y la creación de miles de empleos en las regiones. Este año se sigue trabajando para poder llegar al cumplimiento total de los objetivos fijados".

La Federación de Industriales Madereros de la Republica Argentina continua con el proyecto que apunta a seguir desarrollando la capacidad productiva de las Pymes madereras, proyecto iniciado en el año 2009. Asimismo, prevé que en los próximos años se crearán más puestos de trabajo. El proyecto traza el objetivo de duplicar sus exportaciones.

En el proyecto se contempla contactar con empresas que comercialicen maquinaria forestal nueva y usada, para modernizar el sector. También tiene previsto desarrollar un servicio técnico que permita reparar aquellas máquinas que tengan fallas de funcionamiento.

3.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

En este caso hablamos de un bien de capital, utilizado en aserraderos, fábrica de muebles y carpinterías.

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

La venta de estos productos se realiza en mayor medida a través de vendedores especializados y conocedores del tema, que venden sus productos con un gran respaldo de la marca.

Actualmente, se manejan los catálogos de productos por internet, que brindan una breve descripción del producto, y para ampliar información del mismo, se debe contactar al representante local o vendedor autorizado. Por ejemplo, en el caso de Siempelkamp, empresa alemana, tienen un catálogo online para ver las distintas prensas de fabricación y tratado de madera.

FITECMA 2011 (descrita en el punto XI), que se desarrollará en Bs As, del 5 al 9 de Julio 2011, es el evento más importante del año para este sector. Es el punto de encuentro entre los distintos proveedores, canales, marcas, aserraderos, carpinterías y fábricas de muebles, entre otros. De acuerdo a los organizadores de FITECMA, esperan que este encuentro sea una buena oportunidad para lograr una mejora en el canal de comunicación y comercialización de las empresas relacionadas con maquinaria forestal y maderera. Su objetivo principal es la interacción con referentes del sector y representantes de las principales marcas nacionales e internacionales.

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

Los importadores que tienen la representación comercial de una marca, les exigen tener exclusividad.

La mayoría de los consultados, a la hora de elegir sus proveedores y productos, priorizan, calidad, precio y marca, como sinónimo de durabilidad.

Los empresarios que venden maquinaria de distintas marcas, mostraron interés en conocer a nuevos proveedores y están interesados en establecer nuevos contactos con Chile.

Hay marcas que están muy posicionadas en el mercado, con lo que manifiestan que en caso de nuevos competidores quieran entrar en el mercado argentino, tendrían que venir a ofrecerles el producto y tener un precio competitivo. Algunos de los importadores entrevistados, se mostraron muy reservados en cuanto a brindar su opinión respecto del plan de importaciones para los próximos años, debido a las restricciones a las importaciones, de aquellas máquinas que tienen su equivalente en la producción nacional. (ej. ver <http://www.grupolnare.com> ; <http://www.picotto.com.ar>)

3.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Debido a que la maquinaria se utiliza en aserraderos, carpinterías y fábricas de mueble, la demanda se mantiene constante todo el año.

3.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Las principales zonas de consumo dentro de Argentina se encuentran divididas de la siguiente forma:

- El 48.20% de los aserraderos pertenecen al cluster NEA (Misiones y noreste de Corrientes); 10.71% a Entre Ríos; 16.07% a Buenos Aires; 8.93% a Córdoba, y el 5.36% a la región del NOA.
- Más del 80% de los fabricantes de muebles están asentados en 4 distritos: la Provincia de Buenos Aires (37.35%); Santa Fe (22.89%); Córdoba (18.07%), y Ciudad Autónoma de Bs As (6.02%).
- Casi el 90% de los fabricantes de productos finales para la construcción están radicados en 4 áreas: Provincia de Buenos Aires / Capital Federal (54.29%); Córdoba (11.43%); Santa Fe (14.29%) y Norte Grande (8.58%)
- Algo similar ocurre con el rubro de la distribución mayorista, donde la Provincia de Buenos Aires agrupa al 44%; Córdoba el 18%; Ciudad Autónoma de Bs As 8% y Santa Fe 8%.
- En el caso de las carpinterías, se encuentran localizadas en la Provincia de Bs As el 30.68%, 18.80% en Córdoba, Santa Fe concentra el 8%, y 5.33% están en la Ciudad Autónoma de Bs As.

Fuente: ASORA (Asociación Fabricantes y Representantes de Máquinas, Equipos y Herramientas para la Industria Maderera)

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Las grandes empresas del sector forestal importan directamente los productos de acuerdo a sus necesidades. Sin embargo, se debe tener en cuenta las necesidades de insumos de las pequeñas empresas madereras, pequeños y medianos aserraderos y fábricas de muebles, las que en general no están en condiciones de importar directamente, por cuanto normalmente compran a aquellas empresas extranjeras que cuentan con representantes en el país.

Importan directamente:

- 1) Representantes Oficiales de Marcas Extranjeras
- 2) Proveedores de Máquinas, Equipos y Herramientas del sector maderero forestal

Estos a su vez venden directamente y distribuyen al interior del país.

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Existe una enorme disparidad en los precios de maquinaria forestal, consultadas algunas empresas al respecto manifestaron que compran de acuerdo a como se mueve la demanda, y las principales variables a la hora de elegir a su proveedor son: precio, calidad y trayectoria de la marca, como sinónimo de durabilidad.

Los precios indicados a continuación, son valores FOB de despachos de importación:

8202.200 - cuchillas y hojas cortantes, para trabajar madera

CHINA: FOB US\$ 144 unidad, marca PRETEC

ESTADOS UNIDOS: FOB US\$ 180 unidad, marca SIMONDS

FINLANDIA: FOB US\$ 270 unidad, marca TTT TECHNOLOGY D 13947

8465.9110 - Sierras de cinta

ESTADOS UNIDOS: FOB US\$ 7.870,00 unidad, marca WOOD MIZER, modelo LT15G25

CHINA: FOB US\$ 13.713,00 unidad, marca JOINTSMART, modelo JSM450

BRASIL: FOB US\$ 44.870,00 unidad, marca MILL

8465.9120 - Sierras circulares

CHINA: FOB US\$ 87,42 unidad, marca AEG, modelo AEGMS 1400

ITALIA: FOB US\$ 6.252,00 unidad, marca GRIGGIO, modelo SC32

FINLANDIA: FOB US\$ 966,119 unidad, marca HEW SAW, modelo R200 SE

8479.3000 - Las demás máquinas y aparatos de trabajar madera o corcho

CHINA: FOB US\$ 13.900,00 unidad, marca YONGQIANG, modelo MHB1590A

ALEMANIA: FOB US\$ 117.827,00 unidad, marca KAHL, modelo COVERING 70 0 0

ITALIA: FOB US\$ 14.950,00 unidad, marca SERGIANI, modelo GS6 90

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

La participación en ferias del rubro, y constante contacto con empresas madereras. Según el tipo de maquinaria, y como lo mencionamos anteriormente, las empresas productoras de madera se encuentran en la región de la Mesopotamia, siendo las provincias más fuertes Misiones y Corrientes y donde se encuentran las empresas forestales más importantes del país. En estos lugares, reciben periódicamente visitas de representantes de las distintas marcas que ofrecen sus productos. En Buenos Aires, Córdoba y Rosario se encuentran las fábricas de muebles, donde el uso de madera es la materia prima para sus productos finales, y por lo general, asisten a ferias del sector.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

La presentación de estos productos se hace a través de catálogos. Es muy importante la experiencia del vendedor, y el asesoramiento que pueda brindar en el momento de ofrecer y promocionar el producto.

Actualmente, revistas especializadas, como por ejemplo ASORA, tienen publicidad de distintos representantes, marcas y productos. A continuación se muestran algunos ejemplos:

30 Años de Experiencia en herramientas diamantadas

Reafilado - Reempastillado - Fabricación
Desarrollos Especiales

Lo último en tecnología alemana

Distribuidor de
PREZISS
SERRALUNTER

Pres. Quintana 5123 (1653)
Villa Ballester - Buenos Aires
Tel./Fax: 5197-8778
supertools@fibertel.com.ar

SUPER TOOLS S.A.

Exponente de alto nivel industrial

METALURGICA PICOTTO

Alimentador automático para cepillos de alfileres, alimentador automático Feed System

Moladora endoscópica de 9 a 60 cm modelo SUPERTECH

Cepilladora de 4 caras moladora QUATROQUA PLUS

Descargador automático para cepillos de alfileres, Descargador DC del tipo TRANSFER

Moladora endoscópica de 4 a 25 cm modelo LINDA PLUS

Moladora de 415/16/18 ejes, de 6 a 24 cm modelo MACH 30 PLUS

EAGLE INTERNATIONAL by PICOTTO

Equipos FINGER JOINT

Aprensoras múltiples

Pegadoras de filo

Escuchadores de 1200 y 1600 mm

Lijadoras de contacto

Cepilladora de 400 y 600 mm

Carpetas

Tornos con carro impulsor y eje vertical

Presas rotativas Clamp-Carrier

Adm. y Ventas: 27 de Febrero 2858 / Tel. 0054 0341 4317745/431337
Fábrica: Arjón 2535 / Tel. 0054 0341 4642581/4618005
E-mail: picotto@arnet.com.ar / www.picotto.com.ar / (2000) Rosario / Argentina

DISTRIBUIDOR OFICIAL PARA ARGENTINA

SAYERLACK
SOLUCIONES PARA MADEIRAS

FESTOOL

DYNABRADE

SIMONDS INTERNATIONAL

- Sierras circulares
- Sierras cintas anchas y anchas
- Cuchillas piro y dientes postros
- Máquinas y accesorios p/ sala de afilado

MECLINES 22
MADURNAS E INGENIERIA PARA MADERAS

Pegadoras de Filo

Lijadoras de Contacto

Lineas de Impresión y Barnizado

FRANKLIN
Adhesivos & Polimers

Titebond

Durante & Vivar

KAMANT

3M

SAGOLA

KREMLIN

HUGO DANIEL VALETTO

www.hugovaletto.com.ar

FRUND STARK

FRUND STARK ARGENTINA
Calidad superior en herramientas de corte para madera, aluminio, PVC y metales

70 años
avalan nuestro prestigio

IF
DEUTSCHE TECHNIK

La calidad

**Engrampadoras
Agujereadoras - Atornilladores
Compresores - Lijadoras - Clavadoras
Grampas - Clavos - Tornillos
Laminillas**

INTERNATIONAL **F**ASTENERS S.A.
UNTERNEHMER VERBUND der CE

José Hernández 5041 (B1605ANE) Munro - Pcia. de Buenos Aires
Tel./Fax: (011) 4762-1959 - e-mail: r_exposito@fbertel.com.ar

SISTEMA DE CALIDAD ISO 9001 CERTIFICADO POR
ISIRI 80011
BRIAN

TAURUS
MAQUINAS

HOLZBOHRER DE 4 A 8 EJEZ Con partidor

PRENSA AUTOMÁTICA PARA YUNGER 3000T

CENTRO DE TRABAJO A CNC Y LASER

PEGADORA DE CANTOS 488 HASTA 3 mm

PERFORADORA MULTIPLE

ESCUADRADORA CON INCISOR

FINGER JOINT AUTOMÁTICO

ESPEJADORA A CONTROL NUMÉRICO

LIJADORAS DE CONTACTO DE 1 A 3 BANDAS 1'000 A 1'300 mm

BARRIDO TORRE AUTOMÁTICO

PRENSAS DE TABLEDO ALISTORNADOS DE 3 A 16 CABAS

PALAS CARGADORAS

937R

www.taurusmaquinas.com

LA LÍNEA MAS COMPLETA EN MAQUINAS PARA LA INDUSTRIA DE LA MADERA NUEVAS Y USADAS

HERRAWIDIA S.A.

freud

Nosotros trabajamos para que su máquina siga produciendo en su máxima potencia.

www.herrawidia.com.ar

freud CMT ACECO freud CMT ACECO freud CMT ACECO

PRECOR

SIERRAS - CINTA SIN FIN

SIERRAS CIRCULARES **PRETECH** 000 **UDDEHOLM** 000
WOOD BANDSAW STEEL

freud

**Fabricantes
Importadores y Exportadores**

Av. del Lib. Gral. San Martín 1374
B1646DCN - San Fernando

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Actualmente en Argentina, están muy bien posicionados los proveedores nacionales, como así también, marcas chinas, alemanas, estadounidenses, Italianas y en menor escala las brasileras, con lo cual el mercado está bastante segmentado. Para poder competir con este fuerte posicionamiento, se requiere una fuerte inversión en marketing y difusión para posicionar marca/producto y buscar un nicho donde entrar, resaltando atributos del producto para competir con estos jugadores.

- 1) Visitar a los importadores para mostrarles la oferta exportable chilena y así poder penetrar en el mercado argentino.
- 2) Mantener contacto permanente con empresas forestales locales a través de misiones comerciales directas, como así también brindar información a las empresas importadoras y pequeñas y medianas empresas que distribuyen estos productos en el interior.
- 3) Participación en ferias, brindando información acerca de los proveedores chilenos de este tipo de maquinaria y herramientas.
- 4) Organizar una agenda de negocios a exportadores chilenos del rubro en Misiones, Buenos Aires y Entre Ríos.
- 5) Invitar Chile a importadores, distribuidores, representantes de aserraderos, y carpinterías, como así también periodistas especializados, organizándoles agenda de negocios, ofreciéndoles los productos que Chile comercializa y aumentando las posibilidades de generar nuevos negocios.
- 6) Invitar a importadores y distribuidores a los desayunos con empresarios, para conocer cuales son sus necesidades y brindar información sobre posibilidades comerciales con Chile.

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

4° Feria Internacional del Mueble Argentino – FIMAR
11 al 14 de Mayo, Córdoba
www.fimarweb.com.ar

Batimat Expovivienda2011 – Feria Internacional de la Construcción y la Vivienda
31 de mayo al 4 de Junio, La Rural, Bs As
www.batev.com.ar

10° edición FITECMA – Feria Internacional de Madera & Tecnología
5 al 9 de Julio, La Rural, Bs As
<http://www.fitecma.com.ar>

Feria Forestal Argentina 2011
22 al 25 de Septiembre, Misiones
<http://www.feriaforestal.com.ar>

25° Jornadas Forestales de Entre Ríos
20 y 21 de Octubre, EEA INTA Concordia, Argentina
Más información: jornadasforestales@correo.inta.gov.ar

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Sitios de interés:

www.asora.org.ar
www.argentinaforestal.com
www.inta.gov.ar
www.forestalnet.com
www.sagpya.mecon.gov.ar

Dirección de Forestación
Avenida Paseo Colón 982 - Anexo jardín
(C1063ACW) Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Telf.: (54 011) 4349-2124 / 2125

Fax: (54 011) 4349-2102 / 2181
Correo Electrónico: bfores@mecon.gov.ar

Cámara de Empresarios Madereros y Afines (CEMA)
Maza 578 3P (1220) Capital Federal
Tel.: 4957-1111/2046
Fax: 4931-6940
E-Mail: cema_@ciudad.com.ar

Cámara de la Industria de la Madera y Afines (SPIMA)
25 de mayo 2843 (3000) Santa Fé
Telefax: 0342-4528962
E-Mail: oscarhmartin@hotmail.com

Cámara Argentina de la Industria de Maderas Aglomeradas (CAIMA)
Bme. Mitre 1895 2P "C" (1039) Capital Federal
Telefax: 4375-6154
E-Mail: caima@360web.com.ar

Cámara de la Industria Maderera y Afines de Cañada de Gómez (CIMA)
Mitre 746 (2500) Cañada de Gómez – Santa Fé
Telefax: 03471-423472
E-Mail: cima@mcg.org.ar

Cámara de la Industria de la Madera (CIM ROSARIO)
1° de Mayo 3273 (2000) Rosario – Santa Fé
Tel.: 0341-4250690/99
Fax: 0341-4811688
E-Mail: aguilar@citynet.com.ar

Centro Industrial Maderero (CIM)
Rivadavia 1124 (1646) San Fernando – Buenos Aires
Tel.: 4744-3857
Telefax: 4745-7954
E-Mail: [c i m@ciudad.com.ar](mailto:c_i_m@ciudad.com.ar)

Documento Elaborado por Departamento Económico Argentina r: Carolina Garcés [cgarces@prochile.com.ar]. Iris Boeninger (iboeninger@prochile.com.ar)