
Estudio de Mercado Dulce de Leche en Guatemala

Agosto 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en
Guatemala

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 Impuestos:	5
4. Barreras Para – Arancelarias	5
<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:	8
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	9
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	11
1. Estadísticas 2011	11
2. Estadísticas 2010	11
3. Estadísticas 2009	11
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	12
1. Potencial del producto	12
1.1. Formas de consumo del producto	14
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	16

1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	17
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.	17
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.....	17
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i>	<i>17</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>20</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....</i>	<i>22</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>23</i>
<i>X. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i>	<i>25</i>
<i>XI. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto.....</i>	<i>25</i>



PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:
1901.9011

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:
Dulce de leche (manjar)

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:
1901.9090: OTROS

Nota: Este inciso no es específico para dulce de leche, abarca también otros productos.



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:
El arancel general para la partida 1901.9090 es de 15%.

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

En el año 2010 entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Chile. El dulce de leche se sitúa bajo la categoría E, es decir que el inciso se encuentra excluido del Programa de Desgravación Arancelaria y de cualquier compromiso en materia arancelaria, por lo que se le aplica el DAI correspondiente - 15% - .

Sin embargo, para dicho inciso existe un contingente específico para dulce de leche de 40 toneladas anuales exentas de arancel.

Otros Países con Ventajas Arancelarias:

País Beneficiado	ARANCEL	ACUERDO
EE.UU	0%	TLC
República Dominicana	0%	TLC
México	0%	TLC
Panamá	3%	TLC

3. 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
DAI 15% s/valor de la mercadería (100 x 0,15)	15
Total a pagar en aduana *	127

*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.

4. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

En Guatemala no existen barreras para arancelarias o políticas de importación adicional o específica. 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

Para poder importar productos alimenticios de origen animal, no procesados, se debe de solicitar permiso ante el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), así como también, para importar productos alimenticios procesados se debe solicitar el permiso al Departamento de Regulación y Control de Alimentos del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), que es la entidad encargada de extender el registro sanitario y, por si no la tuviere el importador, la licencia sanitaria.

Requisitos para la Importación de Productos y Subproductos de Origen Animal:

- Presentar un Certificado Sanitario Oficial original emitido por un Médico Veterinario registrado en el país de origen del producto, el cual demuestra que el producto es originario del país de donde se emite el documento, que los productos proceden de rebaños que no fueron objeto de restricciones por causa de fiebre aftosa ni de otro tipo de enfermedades vesiculares en el momento de la recolección de la leche. Que la planta procesadora únicamente utiliza leche de hatos que están supervisados por un Médico Veterinario reconocido por las autoridades del país de procedencia. Que la leche fue sometida a tratamientos térmicos para uso humano. Que los productos fueron envasados en envases nuevos y el embalaje fue desinfectado para poder ser transportados. Que cumple con las normas de calidad del país de origen y fue aprobado por una dependencia oficial en el país de origen para ser consumido por humanos.
- Fotocopia de la Factura Comercial conteniendo la siguiente información: Expendedor/ Exportador, Consignatario, Fecha de Emisión, Número de Factura, Cantidad del producto, Descripción del producto, Precio Unitario Valor FOB, Flete, Seguro, Valor CIF, País de origen, Peso Neto, Aduana de Ingreso al País.
- Conocimiento de Embarque, según sea el caso (aéreo, terrestre o marítimo).
- Certificado de Libre Venta emitido por la autoridad oficial competente.
- Certificado de Origen. Indispensable para la internación del producto y que puedan aplicar beneficios arancelarios del TLC, si fuera el caso.

En Guatemala la entidad encargada de dictar las normas generales de productos es COGUANOR:

Regulaciones Sanitarias:

El Registro Sanitario tiene **vigencia de 5 años**. Para el trámite de registro sanitario de alimentos deberá:

1. Presentar el Formulario DRCA32-2006Ver.2 (el cual incluye formulario de solicitud, requisitos e instructivo de uso) con los requisitos solicitados en carpeta y gancho en la Ventanilla del Ministerio de Salud ubicada en 5ta. Avenida 13-27 zona 9, Ciudad Guatemala. El uso del formulario DRCA 32-2006 Versión 2, es obligatorio desde el 1 de febrero del 2,008.

Documentos que acompañan la solicitud:

- Comprobante de pago por derecho de trámite de registro sanitario.
- Formulario DRCA 32-2006 debidamente llenado, firmado y sellado.
- Etiqueta original: En caso de productos nuevos podrá presentar proyecto de etiqueta y en el caso de productos importados deberá presentar además de la etiqueta original, el proyecto de etiqueta adhesiva que se colocará al producto para su comercialización conteniendo la información en español, cumpliendo con la norma de etiquetado vigente.

Para todos los distribuidores distintos al fabricante:

- Fotocopia simple de Licencia Sanitaria como Distribuidor, emitida por los servicios locales de salud.

Si el Producto es Importado:

- Original de certificado de libre venta no consularizado, vigente y emitido por las autoridades sanitarias del país de origen.
- Si el titular del registro es el fabricante: Original del mandato legal de representación emitido por el fabricante a favor del responsable del producto.

2. Tome en cuenta el [Cuadro de Clasificación por criterio de riesgo](http://guatemala.eregulations.org/media/clasificacion_registro_sanitario.pdf), ya que si el riesgo es alto (A) debe presentar muestras para realizar el registro sanitario.

http://guatemala.eregulations.org/media/clasificacion_registro_sanitario.pdf

Para obtener el Registro Sanitario, el Departamento de Regulación y Control de Alimentos del Ministerio de Salud, cuenta con una clasificación de alimentos por criterio de riesgo, lo cual determina los requisitos para la obtención de dicho registro. En este caso, la clasificación de riesgo para dulce de leche es “B”, lo que significa que está dentro de los alimentos que por su naturaleza, composición, proceso, manipulación y población a la que se dirige tienen, una mediana posibilidad de causar daño a la salud.

Certificación Sanitaria:

Este trámite se ejecuta en la Unidad de Autorizaciones Sanitarias – Departamento de Control de Alimentos, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social; lo puede realizar el fabricante o el importador, quien para poder ser el distribuidor en Guatemala, debe contar con una licencia sanitaria que le permita almacenar y distribuir productos alimenticios de consumo humano (extendida por el centro de salud más cercano al domicilio de la empresa).

Se debe solicitar el expediente para solicitud del registro y luego se debe presentar en la ventanilla única del Laboratorio Nacional de Salud, quien lo remite a la Unidad de Autorizaciones Sanitarias del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social que finalmente emite el Registro Sanitario (proceso que dura aproximadamente de 1 mes a 1 mes y medio). Este certificado de registro tiene una vigencia de 5 años, período en que el producto no puede cambiar, debe ser exactamente igual al entregado en muestra de lo contrario el registro es cancelado.

El Departamento de Regulación y Control de Alimentos recibe cada mes un aproximado de 200 solicitudes de registro de nuevos productos nacionales, y unos 300 de importados.

Requisitos de importación:

La documentación original se presenta en aduana al momento de ingresar el producto al país.

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Certificado de origen
- Documento de transporte
- Certificado sanitario avalado por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (Registro Sanitario)
- Código del importador
- Licencia de importador
- Licencia sanitaria (el importador debe de contar con una para poder manejar productos alimenticios dentro de la región).

Requisitos de etiquetado:

En 1985 fue publicada en Guatemala la norma COGUANOR NGO 34 039, sobre Etiquetado de Productos Alimenticios para el consumo humano. Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos mínimos que deben cumplir las etiquetas de los productos alimenticios envasados para consumo humano, producidos en el país o de origen extranjero. La norma contiene tres capítulos principales en los que se describen detalladamente los requisitos que deben llenar las etiquetas. Estos capítulos están relacionados con:

- **Las Condiciones Generales de las Etiquetas**
- **Las Características de la Información de la Etiqueta**
- **Información Adicional**

Para una información más detallada seguir siguiente link:

www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/comercializacion/Regulacion_Etiquetado_Productos_Alimenticios.html

Según la norma de etiquetado 34039 de COGUANOR, lo básico que debe contener el etiquetado, entre otras, es la siguiente información en idioma español:

1. Definición / descripción del producto.
2. Nombre del producto (este debe ser el oficial).
3. Características físicas del producto, incluyendo los ingredientes.
4. Peso / volumen neto.
5. Lista de ingredientes y aditivos con el porcentaje del total de cada uno.
6. Nombre, dirección y teléfono del distribuidor en Guatemala.
7. Número de registro del Control de Alimentos (D.G.S.S.- D.R.C.A.- Licencia Sanitaria obtenida en un Centro Sanitario); la licencia original debe ser presentada.
8. Fecha de vencimiento.
9. “Mantener en refrigeración”, si fuera aplicable.
10. “Modo de preparación”, si fuera aplicable.

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

Permisos de importación de productos alimenticios NO procesados:

1. MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA Y ALIMENTACION (MAGA): www.maga.gob.gt
Dirección: 7ª avenida 12-90 zona 13 Guatemala C.A. 01013 PBX: (502) 2413 7000
2. Registro de importadores: Bancasat www.sat.gob.gt

Entidad para consultar normas de etiquetado:

1. Comisión Guatemalteca de Normas COGUANOR www.coguanor.org
Dirección: Calzada Atanasio Tzul 27-32 zona 12 Guatemala C.A. 01012 Teléfono: (502) 2476 6784

Certificación y Registro Sanitaria para alimentos procesados:

1. Departamento de Control de Alimentos, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social www.mspas.gob.gt
drca@intelnet.net.gt
Dirección: 3ª. Calle Final 2-10 zona 15, Valles de Vista Hermosa. Teléfonos: (502) 23698784 al 86

Pago de impuestos:

1. Superintendencia de Administración Tributaria – en las aduanas correspondientes www.portal.sat.gob.gt

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

Las siguientes imágenes corresponden al dulce de leche marca Santa Clara. A un costado se puede observar, sobre una pequeña etiqueta, la fecha de producción y la fecha de caducidad. Sobre la etiqueta principal central, se indican el país de origen, ingredientes, peso, registro sanitario, nombre del fabricante y datos de la empresa. En el otro extremo de la etiqueta, se encuentra la información nutricional y el código de barras que exigen los supermercados.



La marca Maby sobre su etiqueta frontal indica marca, peso, ingredientes, código de barras, registro sanitario, lugar de fabricación, fabricante y sus datos. La fecha de caducidad y lote de producción se encuentra gravado sobre el envase del producto.



Para el producto sustituto importado como cajeta, se observan dos clases de etiquetado:

- Etiquetado del fabricante: con marca, productor y sus datos, ingredientes, peso y código de barras.
- Etiquetado del importador: datos del importador así como su respectivo registro sanitario

La fecha de caducidad y número de lote se encuentra gravada sobre el envase.



IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
EE.UU	128.538	271.804	29,41
MEXICO	120.537	239.660	25,93
NICARAGUA	76.982	178.232	19,29
CHILE (posición 4)	38.857	81.805	8,85
Subtotal	364.914	771.501	83,48
Total	439.936	924.123	100

2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
EE.UU	123.457	257.552	30,1
MEXICO	89.399	209.317	24,46
NICARAGUA	58.192	134.476	15,71
CHILE (posición 4)	40.383	80.777	9,44
Subtotal	311.431	682.122	79,7
Total	395.181	855.826	100

3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
NICARAGUA	85.858	268.311	26,7
EE.UU	123.750	230.505	22,93
MEXICO	132.945	211.691	21,06
CHILE	-----	-----	-----
Subtotal	342.553	710.507	70,69
Total	486.815	1.005.210	100

Fuente: Banco de Guatemala, depto. Estadísticas Económicas.

Nota: 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.

Según Prochile las estadísticas de exportaciones chilenas de dulce de leche a Guatemala son las siguientes:

Año	a marzo 2012	Año 2011	Año 2010
Exportaciones a Guatemala en US\$	26.463	45.120	22.991

Los datos anteriores nos indican el monto específico de dulce de leche proveniente de Chile. Con el inciso del SAC 19019090 no se pueden contar con los datos exactos de cuanto corresponde a dulce de leche, ya que dicho inciso abarca varios productos por lo que no permite tener datos precisos de importación

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

En Guatemala al dulce de leche se le denomina también “arequipe” y en algunos casos “cajeta” (cuando es elaborado con leche de cabra).

DEMANDA:

En Guatemala no existe un hábito de consumo de dulce de leche como en algunos países de América del Sur en donde se tiene la tradición de consumirlo a la hora del desayuno, merienda o cena, untándolo con pan o bizcochos.

En supermercados hay muy poca variedad de marcas, su ubicación dentro del punto de venta es en los pasillos de artículos para repostería o mermeladas. Además son artículos de baja a mediana rotación.

Generalmente el arequipe es utilizado en repostería. Es muy común encontrarlo como relleno en pasteles de ocasión (cumpleaños infantiles y bodas).

Dentro de la demanda se puede mencionar a los hoteles, restaurantes, heladerías, pastelerías, panaderías, empresas de catering, así como también el consumidor final quien lo utiliza en alguna preparación.

El consumidor industrial adquiere el dulce de leche por medio de las empresas distribuidoras o lo fabrican ellos mismos de una manera artesanal (elaboración casera) según consistencia, color y sabor que desee. Las cantidades que adquiere el consumidor industrial dependerán de la cantidad de sucursales, del volumen de ventas y de los pedidos de cada empresa. A manera de ejemplo, se puede mencionar la pequeña pastelería familiar Pan Pan Bakery (una sola sucursal) que su consumo es alrededor de 50 libras mensuales, utilizando el dulce de leche en muffins, galletería y en variedad de pasteles como rellenos y decoraciones. www.panpanbakery.com

OFERTA Y PRODUCCION:

Las empresas que se dedican a la elaboración de dulce de leche, también fabrican otros productos como mermeladas, salsas, lácteos, obleas, galletas, entre otros más.

Las siguientes son las principales productoras de dulce de leche en Guatemala:

- DISTRAL, S.A.: fabricante de la marca de arequipe Santa Clara. Líder en el mercado detallista. Comercializa a su vez quesos, jamones y obleas a nivel industrial y de consumo. Tel.(502) 23 31 87 49
- PROGUALSA: fabricante de los productos Maby - mermeladas, miel, jarabes, dulce de leche y galletas -. Compite en el mercado retail en las cadenas de supermercados La Torre y Walmart. Comercializa también a nivel industrial. www.productosmaby.com
- INDUSTRIAS ODI: fabricante de salsas dulces, saladas y prefritos, procesa también vegetales y elabora comida preparada según receta del cliente. Comercializa a nivel industrial para las grandes empresas y cadenas, cada pedido debe de ser de 300 libras por producto en adelante. Dentro de algunos de sus clientes se pueden mencionar Pastelería Holandesa con más de 90 tiendas en todo el país, American Donuts, restaurantes La Crepe, Mcdonalds (para topping de sundaes). www.industriasodi.com
- ALIMESA: Empresa comercializadora de industrias Odi para pymes, distribuye cantidades menores a las 300libras. Maneja productos como salsas dulces, salsas saladas, prefritos y procesamiento de vegetales. Dentro de sus clientes se pueden mencionar la pastelería Pan Pan Bakery, pastelería Anfora y restaurantes La Estancia. Tel.(502) 24 76 60 12
- LEVADURAS UNIVERSAL: productora e importadora de productos para panificación. Importa dulce de leche de varios países de América del Sur. Pertenece a Industrias Licoreras de Guatemala. Comercializa únicamente a nivel industrial.

Una empresa de foodservice entrevistada, comentó que hace algunos años se podía encontrar en el mercado institucional la marca de dulce de leche Nestlé, sin embargo, Nestlé dejó de manejar ese producto en Guatemala.

Ahora, en relación a la venta al detalle (en supermercados y tiendas especializadas) se encuentra muy poca variedad de marcas. Los productos nacionales se encuentran a nivel masivo en las cadenas de supermercados mientras que las marcas importadas son exclusivas y se encuentran solamente en tiendas gourmet.

Las marcas que se pueden encontrar en el mercado son:

MARCA	EMPRESA	ORIGEN
Maby	Progualsa	Guatemala
Santa Clara	Distral	Guatemala
La Serenisima	Argentina	Argentina
Bransen	Estadounidense	EE.UU
Helios	Helios	España
Alimesa / Industrias ODI	Industrias ODI	Guatemala

Las empresas Industrias Odi y Alimesa ofrecen a su clientela distintas consistencias y texturas de dulce de leche según la preparación que se desee realizar, las variaciones van desde:

- Relleno caramelo: se utiliza en relleno pasteles, se puede hornear y no pierde consistencia
- Arequipe: consistencia más líquida – relleno de donas

- Dulce de leche: manjar básico – el cual se puede modificar con agua para cambiar textura y consistencia
- Salsa caramelo: se utiliza para decoraciones y toppings en helados
- Veta Caramelo: similar a la salsa caramelo, se utiliza para rellenos de crepas.

Productos sustitutos:

Dentro de los productos sustitutos, se pueden mencionar:

- Cajeta: manjar a base de leche de cabra, precio más elevado, la marca predominante en el mercado local es Coronado de México.



- Crema de avellana y cacao: marca Nutella - precio alto.



Dichos productos pueden remplazar al dulce de leche en las preparaciones sin embargo el precio es considerablemente más elevado.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los guatemaltecos consumen el dulce de leche o arequipe en postres.

En Guatemala, existe una golosina llamada “Oblea”, consiste en una especie de pan redondas de consistencia muy delgada, como la hostia de consagrar, y se preparan rellenas de arequipe. Estas se pueden encontrar fácilmente en supermercados, y la empresa líder en ventas de obleas es Distral con la marca SANTA CLARA. El producto consiste en un paquete de 16 obleas, un recipiente de 160grs de dulce de leche y una paleta para untar a un precio de Q22.75 (US\$2,92).



Antes se podían encontrar pequeños kioscos en centros comerciales y supermercados en donde se vendían obleas ya preparadas por unidad, ahora es muy poco común.

El dulce de leche se utiliza en repostería como relleno o decoración y en heladerías como topping. Los siguientes son algunos de los usos más comunes:

Rellenos de pasteles, Coberturas de pasteles, Donas, Muffins, Galletería, Crepas, Rolls, Sundaes, Helados



Es muy común encontrar rellenos de dulce de leche en pasteles infantiles y bodas.

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

Existe la opción de suscripción a la página de supermercados La Torre para recibir las ofertas y promociones al correo electrónico personal así como también la promoción de una tarjeta de crédito con la cual se obtienen diversos beneficios.



Supermercados La Torre realiza una estrategia para impulsar las ventas, esta consiste en otorgar un precio especial al adquirir 4 o más artículos del mismo producto.



Cada unidad de dulce de leche marca Santa Clara 300grs – ver etiqueta amarilla- Q13,90 (US\$1,78) y de 4 en adelante – ver etiqueta naranja- el precio disminuye a Q12,75 (US\$1,63) – tipo de cambio Q7,80 por 1US\$- una rebaja aproximada de 8%. Unidad de dulce de leche marca Santa Clara 500grs - ver etiqueta amarilla- Q20.45 (US\$2,62) y de 4 en adelante – ver etiqueta naranja – el precio disminuye a Q18,75 (US\$2,40), una rebaja aproximada de 8%.

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

Los importadores buscan productos de calidad a precios competitivos. Según los encuestados, comentan que hace algunos años se podían encontrar varias marcas extranjeras en el mercado de consumo masivo pero poco a poco se dejó de importar debido a que la producción local logró mayor competitividad abarcando un importante market share en el consumo por lo que las importaciones disminuyeron.

En las cadenas de supermercados Walmart y Unisuper se pueden observar solamente dos marcas de dulce de leche: Maby y Arequipe de Santa Clara; ambas producidas localmente. Un importador explicó que el negocio de dulce de leche como venta retail no se considera muy rentable actualmente.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Este tipo de productos mantiene una demanda constante a lo largo del año.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

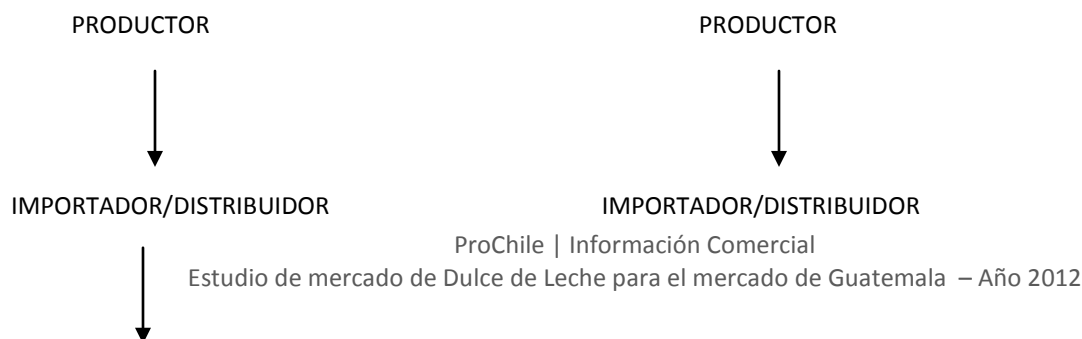
Dentro de las zonas de mayor consumo de dulce de leche según situación geográfica, se pueden citar:

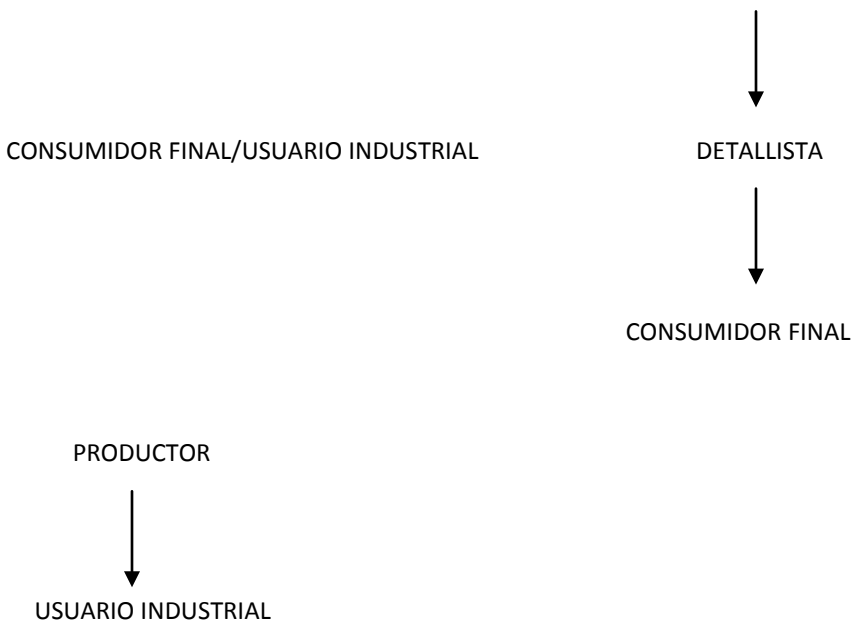
- El área metropolitana
- Principales cabeceras en donde se encuentren puntos de venta de supermercados

En las aldeas no se encuentra presente dicho producto ya que la demanda en estos puntos es muy baja además de tener muy poco conocimiento sobre el producto.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La cadena de distribución del mercado de dulce de leche está formada por importadores, distribuidores, mayoristas y supermercados. El exportador puede vender directamente a cualquiera de ellos dependiendo de sus relaciones y su capacidad. Por otro lado, es importante considerar que el distribuidor cuente con propios y amplios canales de distribución o bien alianzas y en el menor de los casos propios canales de distribución al interior del país, enfocándose en las principales ciudades.





La información sobre los márgenes es confidencial.

PRINCIPALES DETALLISTAS

Los canales de distribución en Guatemala son:

- Walmart Centroamérica, que en Guatemala maneja 5 formatos de tiendas distintas, según las necesidades de los clientes, haciendo un total de 175 supermercados.
 - Supermercados Paiz: cuenta con 30 establecimientos que se enfocan al servicio de los clientes, ubicándose en grandes distritos urbanos, o en áreas cercanas a los mismos.
 - La Despensa Familiar: con un total de 121 establecimientos, cuentan con surtido limitado a precios bajos. Localizados dentro o cerca de mercados peatonales en áreas urbanas y/o rurales, así como en comunidades suburbanas. Mayor presencia de marcas privadas (Suli, Sabemas).
 - Walmart: con 7 hipermercados o establecimientos, se basan en el concepto de one-stop-shop, ubicados en la periferia o entradas principales de las grandes ciudades. Cuentan con más surtido en marcas y en productos, así como también servicios complementarios (bancos, restaurantes).
 - Maxi Despensas: con un total de 15 establecimientos, ofrecen mayores descuentos más y con mayor surtido a precios competitivos. Ubicados en distritos urbanos.
 - Club Co: tienda formato club de compras, cuentan con 2 establecimientos, las compras pueden ser por volumen (en paquetes institucionales). Ubicados cerca de las entradas a la ciudad capital.
- Cadena de supermercados Unisuper, a la cual pertenecen los supermercados La Torre y Econosuper. Cuentan con

- La Torre: 38 establecimientos
- Econosuper: pequeño supermercado con 14 establecimientos

- Price Smart: club de compras con membresía cuenta con tres establecimientos ubicados en la ciudad capital.
- Supermercados Elmar: enfocado a segmento popular, pequeñas tiendas con surtido limitado, cuentan 6 tiendas.
- Supermercados La Barata: enfocado a segmento popular, pequeñas tiendas con surtido limitado.
- Supermercado Puerta del Sol: tienda de productos importados o especialidades. 1 establecimiento.
- Supermercados de cadenas familiares varios

Principales distribuidores y/o importadores:

- Delicadezas españolas: tienda especializada - importadora y comercializadora de productos gourmet. Importa de Argentina la marca La Serenisima y de Estados Unidos, la marca Brandsen. www.delesp.com
- Industrias ODI: empresa dedicada a la elaboración de productos alimenticios para la industria. Sus productos son salsas dulces, salsas saladas, prefritos, procesamiento de vegetales, entre otros. Sus clientes son las grandes cadenas. www.industriasodi.com
- Alimesa: distribuidora de Industrias ODI, su grupo objetivo son las pequeñas y medianas empresas.
- Progualsa: productora de mermeladas, galletas waffle, jarabes de mable, miel y dulce de leche. Comercializa a nivel industrial y de consumo www.productosmaby.com
- Distral,S.A.: productora de dulce de leche, comercializa a nivel industrial y de consumo.
- Levaduras Universal: fábrica e importadora de productos para panificación. División perteneciente a Industrias Licoreras de Guatemala. Importa dulce de leche de varios países de América del sur – no se precisaron cuales.

Para poder ingresar mercadería a Guatemala, es necesario registrarse en alguna de las 17 aduanas.

Las principales aduanas para el transporte terrestre son:

Aduana	Municipalidad	Departamento	Frontera con
Pedro de Alvarado	Moyuta	Jutiapa	El Salvador
San Crisobal	Atescatempa	Jutiapa	El Salvador
Valle Nuevo	Jalpatagua	Jutiapa	El Salvador
La Ermita Anguiatu	San Juan La Ermita	Chiquimula	El Salvador
Agua Caliente	Esquipulas	Chiquimula	Honduras

Las aduanas marítimas son:

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

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Los siguientes son precios de dulce de leche y de cajeta de los principales detallistas del país:

MARCA	PRESENTACION	PRECIO Q	PRECIO US\$	ORIGEN
SANTA CLARA	Recipiente plástico de 300grs	13,90**	1,78	Guatemala
SANTA CLARA	Recipiente plástico de 500grs	20,45**	2,62	Guatemala
SANTA CLARA	Recipiente plástico de 500grs	23,85*	3,06	Guatemala
MABY	Recipiente plástico de 345grs	13,85**	1,78	Guatemala
MABY	Recipiente plástico de 345grs	14,30*	1,83	Guatemala
LA SERENISIMA	Recipiente plástico de 14oz	50,50	6,48	Argentina
LA SERENISIMA	Recipiente plástico de 35,2oz	106	13,6	Argentina
BRANSEN	Recipiente de vidrio de 14oz	42,7	5,47	EE.UU.

Fuente: Precios obtenidos de las principales distribuidores. Notas: QT=precio expresado en Quetzales incluye IVA (12%) El tipo de cambio utilizado es de Q7.80 quetzales por dólar de Estados Unidos de América.

*estrategia de precio bajo en supermercados Paiz

**supermercados La Torre

Los siguientes son algunos de los precios mayoristas de las empresas Alimesa, Levaduras Universal, Industria ODI, Distral y Progualsa:

MARCA	PRESENTACION	PRECIO Q	PRECIO US\$	ORIGEN
SANTA CLARA	Recipiente plastic de 5kgs	142,50	18,27	Guatemala
MABY	Recipiente plástico de 10libras	130	16,66	Guatemala
Levaduras Universal	Cubeta de 5kgs	145,75	18,7	desconocido
INDUSTRIAS ODI	Bolsa de 11libras	155	19,87	Guatemala
INDUSTRIAS ODI	300 libras	3.780	484,61	Guatemala
ALIMESA	Bolsa de 11 libras	145	18,59	Guatemala

Fuente: Precios obtenidos de las principales distribuidores - productores. Notas: QT=precio expresado en Quetzales incluye IVA (12%) El tipo de cambio utilizado es de Q7.80 quetzales por dólar de Estados Unidos de América.

Los siguientes son precios de productos sustitutos:

MARCA	PRESENTACION	PRECIO Q	PRECIO US\$	ORIGEN
CORONADO	Cajeta envinada con Recipiente plástico de 370grs	23,45	3	México
CORONADO	Cajeta con vainilla recipiente plástico de 370gr	23,45	3	México
NUTELLA	Recipiente plástico de 750grs	79,95	10,25	Canadá
NUTELLA	Recipiente plástico de 350grs	54,05	6,92	Canadá
CORONADO	Cajeta quemada recipiente plástico de 370grs	23,45	3	México

Fuente: Precios obtenidos de las principales distribuidores. Notas: QT=precio expresado en Quetzales incluye IVA (12%) El tipo de cambio utilizado es de Q7.80 quetzales por dólar de Estados Unidos de América.

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Publicidad:

No se ha percibido publicidad en medios impresos ni radiales.

Todo anuncio que se haga sobre alimentos procesados y/o producto que se ingiera, no importando el medio de comunicación a pautar, deben de ser enviados previamente (una copia) al Departamento de Regulación y Control de Alimentos para su conocimiento y aprobación. www.mspas.gob.gt

Promoción:

El mercado de Guatemala es particularmente sensible a la oferta de promociones y descuentos, y ésta tendencia se presenta de manera más acentuada en productos de consumo masivo. Las empresas distribuidoras son las encargadas de realizar las actividades de merchandising y promoción en las principales cadenas comerciales. Los supermercados por lo general impulsan la venta con promociones propias del la tienda (sorteos al comprar ciertas marcas etc).

Dentro de las promociones más comunes se pueden citar las siguientes:

- Rebaja en precios
- Presencia en ferias y eventos gastronómicos.



Las marcas Maby y Santa Clara rara vez realizan ofertas.

La cadena de Supermercados Walmart aplica una estrategia de precios bajos en ciertos productos durante tres meses rotando de esa manera toda su mercadería.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Los empaques utilizados para el dulce de leche son recipientes de polietileno de alta densidad. Las presentaciones difieren según marca, por lo general son empaques transparentes con el etiquetado en forma de adhesivo. En lo que a la marca Maby se refiere, ésta utiliza un recipiente tipo squeeze.



Los tamaños que se observaron en el mercado son los siguientes:

- 500 grs equivalente a 17,55oz
- 300grs equivalente a 10,55oz
- 345 grs equivalente a 12,10
- 400 grs equivalente a 14oz
- 1000grs equivalente a 35,2oz

En relación a la venta institucional, se pueden encontrar recipientes plásticos y/o bolsas de 5kgs y 4,5kgs, así como también cubetas de 300 libras en adelante.



Bote de 4,5kgs marca Maby

Las empresas productoras/distribuidoras manejan la entrega a domicilio según volumen y recurrencia de compra.

Venta personal:

Herramienta utilizada para la venta institucional. Vendedores o representantes de marcas o distribuidoras visitan clientes ofreciendo beneficios y cualidades de las marcas. Según periodicidad y/o cantidad, las empresas manejan descuentos y servicio a domicilio.

Sugerencias y recomendaciones

El mercado de dulce de leche en Guatemala se divide en dos:

- Consumidor industrial
- Consumidor final

El arequipe o dulce de leche no es un artículo de primera necesidad para el consumidor final. Lo adquiere para situaciones específicas como la preparación de un postre en particular o como una golosina infantil, no es un producto que mantenga una compra constante. La marca líder para este segmento es “Santa Clara” de la empresa nacional Distral. Debido a su trayectoria con las famosas “obleas”, le sigue Progualsa con la marca Maby.

La producción nacional es importante ya que provee de dulce de leche a gran cantidad de hoteles, restaurantes y pastelerías. Sus precios son competitivos y de buena calidad. Ofrecen variedad de texturas y consistencia según la preparación que se desee.

En el caso del dulce de leche, el mercado institucional es mucho más atractivo que el retail ya que las ventas son de grandes volúmenes, hay diversidad de clientes y la frecuencia de los pedidos es alta. Para ingresar a este mercado es necesario buscar como aliado a una empresa distribuidora con experiencia para poder colocar el producto con los usuarios industriales adecuados, aprovechando sus canales de distribución.

En el mercado guatemalteco no existe una opción light de dulce de leche, es decir que sea bajo en grasa o que contenga endulzante sin calorías. Con las tendencias actuales por una vida saludable, el producto “light” sería una buena iniciativa ya que captaría la atención del consumidor final pudiendo competir en el mercado retail.

Se recomienda la participación en ferias y eventos gastronómicos para dar a conocer nuevas recetas y presentar distintas formas de consumo del dulce de leche.

Chile cuenta con un contingente de 40 toneladas anuales exentas de arancel. Esta es una situación que se debe de aprovechar para mejorar la competitividad de este producto tanto para el mercado institucional o bien para diversificar el mercado retail.

El mercado institucional es exigente en cuanto a calidad se refiere, los hoteles y restaurantes exigen ciertos estándares como color, consistencia y que sea manipulable para crear diferentes texturas según el postre a preparar. Asimismo no hay que pasar por alto el servicio al cliente, el seguimiento y abastecimiento continuo y a tiempo son variables apreciadas por los usuarios.

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

Feria Alimentaria: del 10 al 12 de septiembre del presente año en el Grand Tikal Futura Hotel. Es un evento que tiene como objetivo abarcar todos aquellos aspectos técnicos, profesionales y formativos que están vinculados al desarrollo de la buena cocina en Guatemala, creando una plataforma en donde se exhiben los mejores productos, servicios, equipos y adelantos con que cuentan distintas empresas especializadas en el área de alimentos y bebidas. La feria alimentaria se le cataloga como un evento importante a nivel local ya que aparte de la exhibición de productos, se realizan también charlas informativas, un congreso de restaurantes, concursos y un festival gastronómico.



Feria Alimentaria www.feriaalimentaria.com
14 Ave. "A" 14-53 Zona 10 Oakland II Ciudad de Guatemala, Guatemala
Teléfono: (502) 2367-5053, 55 y 56 Fax: (502) 2367-5053
mercadeo@corpoeventos.net

XI. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

ARANCELES

Secretaría de Integración Económica Centroamericana www.sieca.org.gt
Ministerio de Economía www.mineco.gob.g
Superintendencia de Administración Tributaria www.sat.gob.gt

TRATADOS COMERCIALES

Ministerio de Economía www.mineco.gob.gt

ASOCIACIONES LOCALES Y EXTRANJERAS

Asociación de Exportadores www.export.com.gt - teléfono: (502) 24223469
Cámara de Comercio www.negociosenguatemala.com

ESTADISTICAS

Ministerio de Economía www.mineco.gob.gt

Banco de Guatemala www.banguat.gob.gt

NORMAS:

Comisión Guatemalteca de Normas www.coguanor.org

Ministerio de Finanzas www.minfin.gob.gt

Ministerio de Economía www.mineco.gob.gt

Superintendencia de Administración Tributaria www.sat.gob.gt

Marcas y competencia

La Serenísima www.laserenisima.com.ar

Coronado www.coronado.com.mx

Brandsen www.pdpgroup.co

Alimesa www.industriasodi.com

Tiendas y canales de distribución

Unisuper www.unisuper.com.gt

Codisa www.codisa.com.gr

Delicadezas Españolas www.delesp.com

Industrias ODI www.industriasodi.com

Walmart www.walmart-centroamerica.com

Price Smart www.pricemart.com

Documento elaborado por: mcastillo@prochile.gob.cl