

---

# Estudio de Mercado Maquinaria Forestal en Costa Rica

Septiembre, 2012

---

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

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Costa Rica

**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
<b>1. Arancel General:</b> .....	5
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	5
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	6
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	6
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	6
<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> .....	8
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	8
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	9
<b>1. Estadísticas 2009-2011</b> .....	9
<b>2. Estadísticas 2009-2011</b> .....	9
<b>3. Estadísticas 2009-2011</b> .....	10
<b>4. Estadísticas 2009-2011</b> .....	10
<b>5. Estadísticas 2009-2011</b> .....	11
<b>6. Estadísticas 2009-2011</b> .....	11

<b>7. Estadísticas 2009-2011.....</b>	<b>12</b>
<b>8. Estadísticas 2009-2011.....</b>	<b>12</b>
<i>V. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>13</i>
<b>1. Potencial del producto.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1. Formas de consumo del producto.....</b>	<b>15</b>
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3. Comentarios de los importadores .....</b>	<b>16</b>
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....</b>	<b>16</b>
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto. ....</b>	<b>17</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>17</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista .....</i>	<i>18</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>19</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>20</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>21</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>22</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....</i>	<i>24</i>

## PRODUCTO:

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

- 8465.10
- 8465.91
- 8465.92
- 8465.93
- 8465.94
- 8465.95
- 8465.96
- 8465.99

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

**8465.10** Máquinas que efectúen distintas operaciones de mecanizado sin cambio de útil entre dichas operaciones

**8465.91** Máquinas de aserrar

**8465.92** Máquinas de cepillar; máquinas de fresar o moldurar

**8465.93** Máquinas de amolar, lijar o pulir

**8465.94** Máquinas de curvar o ensamblar

**8465.95** Máquinas de taladrar o mortajar

**8465.96** Máquinas de hendir, rebanar o desenrollar

**8465.99** Las demás

### 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

**8465.10** Máquinas herramienta, para trabajar madera, plástico rígido o materias duras similares, que efectúen distintas operaciones de mecanizado sin cambio de útil entre dichas operaciones

**8465.91** Máquinas de aserrar para trabajar madera, plástico rígido o materias duras similares (Excluidas máquinas accionadas manualmente)

**8465.92** Máquinas de cepillar, máquinas de fresar o moldurar, para trabajar madera, plástico rígido o materias duras similares. (Excluidas máquinas accionadas manualmente y máquinas de la subpartida 8465.10)

**8465.93** Máquinas de amolar, lijar o pulir, para trabajar madera, plástico rígido o materias duras similares. (Excluidas máquinas accionadas manualmente)

**8465.94** Máquinas de curvar o ensamblar, para trabajar madera, plástico rígido o materias duras similares (Excluidas máquinas accionadas manualmente)

**8465.95** Máquinas de taladrar o mortajar, para trabajar madera, plástico rígido o materias duras similares (Excluidas máquinas accionadas manualmente y máquinas de la subpartida 8465.10)

**8465.96** Máquinas de hendir, rebanar o desenrollar la madera

**8465.99** Máquinas herramienta para trabajar madera, plástico rígido o materias duras similares (excluidas máquinas accionadas manualmente y máquinas de la subpartida 8465.10, así como máquinas de aserrar, cepillar, de fresar, moldurar, amolar, lijar, pulir, curvar, ensamblar, taladrar, mortajar, hendir, rebanar o desenrollar)



## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

Arancel	Porcentaje
Derecho Arancelario a la Importación (DAI)	0%
Ley 6946 (pagadero sobre el Valor Aduanero de las mercancías importadas)	1%
Total	1%

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

Considerando el Tratado de Libre Comercio suscrito por Chile y Costa Rica, estos productos no pagan arancel general, quedando en 0%.

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Independientemente si existe o no un acuerdo comercial, todos los países gozaran de la exoneración del arancel general (DAI 0%).

### 4. OTROS IMPUESTOS:

El impuesto de Ventas es del 13%.

### 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No existe ningún tipo de restricción para la importación de este tipo de maquinaria.



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

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

#### Pasos para realizar un Trámite de Importación

##### Documentación

- **Declaración Única Aduanera (DUA):** es confeccionada por la agencia de Aduanas que el importador determine.
- **Manifiesto de carga:** es el documento en el que se detallan todas las mercancías embarcadas en un medio transportador, con indicación de destino. Este documento es confeccionado por el transportista en el lugar de embarque.
- **Conocimiento de Embarque:** es un título representativo de mercancías, que contiene el contrato celebrado entre el remitente y el transportista para transportarlas al territorio nacional y designa al consignatario de ellas. Para los efectos del régimen jurídico aduanero equivale a los términos Bill of Lading (BL) cuando la modalidad es marítima, guía aérea cuando el transporte es por aire, o carta de porte cuando es terrestre.
- **Factura comercial:** con su respectiva declaración jurada según el artículo 248 de la Ley General de Aduanas. Si el declarante no tuviere la factura comercial original con la declaración jurada del importador, podrá presentar la declaración aduanera con fundamento en una copia de la factura

donde conste aquella declaración. La declaración jurada debe realizarla el importador en la factura comercial original en un plazo no mayor de tres días hábiles posteriores a la autorización del levante de la mercancía.

- **Declaración de valor:** no será obligatoria la presentación de la Declaración de Valor, cuando se trate de importaciones realizadas por el Estado, las municipalidades, las importaciones realizadas por organismos o entidades internacionales que están exentos del pago de derechos e impuestos, importaciones con fines no comerciales, importaciones comerciales cuyo valor de transacción no exceda de un mil pesos centroamericanos siempre que no se trate de importaciones o envíos fraccionados y otros que determine el Servicio Aduanero.
- **Permisos de importación (Notas Técnicas):** según el producto que se trate de acuerdo a lo indicado en la clasificación arancelaria.
- **Certificados de origen, dependiendo del país:** cuando se solicite un trato preferencial sobre mercancías incluidas en un programa de desgravación arancelaria o en un convenio internacional que imponga la obligación de la presentación o transmisión electrónica de un documento que acredite el origen de las mercancías, la declaración deberá ampararse en ese documento en las condiciones que establezcan las normas que lo regulan.
- **Notas de exoneración (cuando apliquen):** se asignan de acuerdo al producto o al importador según corresponda.

#### Actores de un Trámite de Importación

- El **transportista** debe suministrar a la Aduana la información del Manifiesto de Carga.
- El **importador** debe entregar a su agente representante en el país (debidamente autorizado ante el Sistema Nacional de Aduanas), los documentos necesarios para que éste confeccione la Declaración Aduanera de Importación.
- Dependiendo del producto, se deben solicitar los diferentes permisos para el desalmacenaje.
- Además la **Agencia Aduanal**, debe realizar el cálculo de los impuestos y la transmisión de la información a la aduana.
- Cancelación de impuestos por parte de la **Agencia Aduanal** ante el Estado.
- El **Agente Aduanero** debe transmitir y/o presentar la documentación necesaria en la Aduana, para su verificación y posterior levante de las mercancías. En el momento de la aceptación de la declaración aduanera, se da el proceso de semáforo fiscal.
- Levante de las mercancías.

**IMPORTANTE: La maquinaria forestal en estudio no requieren de permisos adicionales (Notas Técnicas) para su importación.**

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

### **Dirección General de Aduanas (DGA)**

La DGA es una dependencia del Ministerio de Hacienda de Costa Rica y tiene la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de leyes y reglamentos que norman el tráfico internacional de mercancías basándose en el SAC (Sistema Arancelario Centroamericano).

### **Agencias aduanales**

Se debe contratar una agencia de aduanas para el despacho de mercancías comerciales y para todos los procedimientos y trámites establecidos por la normativa vigente. Todos estos trámites y procedimientos aduaneros requieren la participación de un especialista que cuente con la experiencia para representar a los ciudadanos ante la Autoridad Aduanera.

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

No aplica.



# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## Subpartida 8465.10

### 1. ESTADÍSTICAS 2009-2011

Subpartida	País	2009	2010	2011	% Participación en el mercado*
8465.10	Estados Unidos	221,02	67,35	83,97	99,7%
	China	18,03	0,43	0,15	0,17%
	Austria	7,33	-	-	-
	Alemania	-	187,11	-	-
	Noruega	-	-	0,05	0,05%
	Taiwan	-	4,80	-	-
<b>Total</b>		<b>289,81</b>	<b>259,69</b>	<b>84,18</b>	<b>100%</b>

Valor CIF (miles de US\$)

Fuente: PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica)

\*Datos año 2011

## Subpartida 8465.91

### 1. ESTADÍSTICAS 2009-2011

Subpartida	País	2009	2010	2011	% Participación en el mercado*
8465.91	Estados Unidos	538,55	461,79	351,08	36,3%
	China	265,98	114,43	211,51	21,8%
	Panamá	70,62	29,77	20,33	2,1%
	Taiwán	29,42	26,34	45,74	4,7%
	Brasil	25,61	33,64	25,48	2,6%
	México	7,97	25,80	52,47	5,4%
	Chile	-	-	12,67	1,3%
	Otros	123,88651	69,7035	199,06849	20,6%
<b>Total</b>		<b>1.124,61</b>	<b>761,47</b>	<b>966,26</b>	<b>100%</b>

Valor CIF (miles de US\$)

Fuente: PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica)

\*Datos año 2011

## Subpartida 8465.92

### 1. ESTADÍSTICAS 2009-2011

		2009	2010	2011	% Participación en el mercado*
Subpartida	País				
846592	Estados Unidos	179,22	99,92	93,89	23,46%
	Taiwán	101,64	48,26	13,56	3,3%
	China	94,01	82,57	100,81	25,19%
	Canadá	60,64	1,34	110,99	27,7%
	Otros	64,65	47,42	80,93	20,2%
<b>Total</b>		<b>590,11</b>	<b>279,51</b>	<b>400,18</b>	<b>100%</b>

Valor CIF (miles de US\$)

Fuente: PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica)

\*Datos año 2011

## Subpartida 8465.93

### 1. ESTADÍSTICAS 2009-2011

		2009	2010	2011	% Participación en el mercado*
Subpartida	País				
846593	Estados Unidos	113,53	83,11	168,24	54,2%
	China	24,00	33,14	67,84	21,8%
	Panamá	5,29	25,60	13,57	4,3%
	Taiwán	3,80	24,00	26,43	8,5%
	México	1,63	21,83	31,45	10,1%
	Otros	6,73	0,75	2,46	0,7%
<b>Total</b>		<b>154,98</b>	<b>188,43</b>	<b>309,99</b>	<b>100%</b>

Valor CIF (miles de US\$)

Fuente: PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica)

\*Datos año 2011

**Subpartida 8465.94**

**1. ESTADÍSTICAS 2009-2011**

		2009	2010	2011	% Participación de mercado*
Subpartida	País				
846594	Estados Unidos	185,09	44,32	389,73	90,1%
	Alemania	12,05	849,32	-	-
	China	4,38	9,65	14,08	3,2%
	Francia	3,74	1,96	1,02	0,2%
	Otros	2,25	93,28	27,50	6,3%
<b>Total</b>		<b>207,52</b>	<b>998,54</b>	<b>432,33</b>	<b>100%</b>

Valor CIF (miles de US\$)

Fuente: PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica)

\*Datos año 2011

**Subpartida 8465.95**

**1. ESTADÍSTICAS 2009-2011**

		2009	2010	2011	% Participación de mercado*
Subpartida	País				
846595	Estados Unidos	63,73	12,23	272,18	88,8%
	Taiwán	40,10	10,81	13,43	4,3%
	China	39,99	0,02	5,27	1,7%
	Otros	13,20	11,12	15,45	5%
<b>Total</b>		<b>157,02</b>	<b>34,18</b>	<b>306,34</b>	<b>100%</b>

Valor CIF (miles de US\$)

Fuente: PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica)

\*Datos año 2011

**Subpartida 8465.96**

**1. ESTADÍSTICAS 2009-2011**

		2009	2010	2011	% Participación en el mercado*
Subpartida	País				
846596	Alemania	5,83	-	-	-
	Estados Unidos	0,54	6,87	5,32	83,6%
	Otros	0,55	0,28	1,04	16,3%
<b>Total</b>		<b>6,93</b>	<b>7,16</b>	<b>6,36</b>	<b>100%</b>

Valor CIF (miles de US\$)

Fuente: PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica)

\*Datos año 2011

**Subpartida 8465.99**

**1. ESTADÍSTICAS 2009-2011**

		2009	2010	2011	% Participación en el mercado*
Subpartida	País				
846599	Estados Unidos	735,52	1.187,02	591,22	50,5%
	China	98,28	64,67	140,19	11,9%
	Italia	5,88	1,18	246,76	21,09%
	Taiwán	16,15	18,62	29,08	2,4%
	Chile			0,07	0,005%
	Otros	238,10	342,21	162,37	13,8%
<b>Total</b>		<b>1.093,93</b>	<b>1.450,30</b>	<b>1.169,69</b>	<b>100%</b>

Valor CIF (miles de US\$)

Fuente: PROCOMER (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica)

\*Datos año 2011

# V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO

Según el Fondo Nacional de Financiamiento Forestal (FONAFIFO) el área boscosa de Costa Rica alcanzó en el 2010 un 52,38%, lo que significa que “el país prácticamente mantiene el porcentaje de masa forestal reflejado en el 2005, cuando registró un 51,44%”. De este porcentaje un 25% está protegido.

Según el Censo Nacional de la industria Forestal Primaria, realizado por el MINAET (Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones de Costa Rica) en octubre del 2011, existe en Costa Rica unas 700 empresas dedicadas exclusivamente al procesamiento de madera.

Las actividades realizadas por las mismas se agrupan de la siguiente manera:

**51.5%** de las industrias se dedican exclusivamente al procesamiento de madera para el mercado de la construcción y de estas más de la mitad producen únicamente madera de cuadro y tabla rústica, mientras que el restante 27% integra en su proceso el alistado de la madera y la elaboración de piezas molduradas.

**23%** de las industrias comparten esta actividad (procesamiento de madera para construcción) con la producción de madera para las ebanisterías.

El **12.9%** pertenece a la industria del embalaje (madera para tarima y/o cajonería) dedicadas exclusivamente a la producción de madera para tarima.

El **4.8%** de las industrias se dedican a la producción de madera para ebanisterías y en este tipo de industrias es común encontrar un proceso integrador, desde la solicitud del permiso de corta hasta la elaboración del mueble y su comercialización.

El **2.5%** de las empresas se dedican a la exportación de bloques de madera de teca.

El **1,6%** restante se reparte entre tres empresas que fabrican carrocería para camiones, lápices o palillos/paletas para uso industrial, dos que combinan el procesamiento de madera para construcción con la de fustes para electrificación y finalmente, cinco empresas a las cuales no fue posible obtener ningún tipo de información sobre su actividad económica.

A continuación se desprenden algunos datos del Censo (2011) acerca de la maquinaria utilizada en los 482 aserraderos y bloqueadoras activos:

Se contabilizaron 937 unidades de equipo motriz entre los aserraderos y las bloqueadoras y se estima en 49 más para las motosierras con marco. El 21% de las industrias de aserraderos y bloqueadoras y el 82% de las motosierras con marco no poseen este tipo de maquinaria, por lo que se asume que en estas empresas, el trabajo de movilización de trozas y producto procesado se realiza mediante fuerza humana.



Se contabilizaron 560 sierras: 36% para diámetros mayores, 48% para diámetros menores y 18% de bloqueadoras y se estima que existen 277 motosierras con marco.

El 83.6% de los aserraderos solo posee una máquina para aserrío primario, el 13.9% poseen dos máquinas, el 2.14% poseen tres máquinas y el 0,4% restante (dos aserraderos) poseen 4 máquinas para efectuar el aserrío primario. El 87% de las motosierristas poseen una sola sierra, el 9% posee dos sierras y el 4% restante posee tres sierras.

El 30% de los aserraderos y bloqueadoras y el 78% de las motosierras no poseen maquinaria de aserrío secundario. Para aquellos que sí la poseen , se estima que cuentan con 960 unidades, siendo las más frecuentes la cepilladora (24%), la sierra de disco (13%), la machimbradora (12%) y la despuntadora (11%).

Para el sector de aserraderos y bloqueadoras, el 60% de las industrias presta servicio de aserrío y de ellas, el 10% solo da servicio de aserrío (no son propietarios de la madera procesada). El 23% no da servicio de aserrío y el 17% restante no indicó si ofrece este servicio. El 25% de los propietarios indicaron que solo usan la motosierra para la elaboración de postes y tablas para uso doméstico (en sus propias fincas). El 75% restante presta servicio de aserrío.



Se contabilizaron únicamente 42 empresas que poseen secador de madera y todas ellas pertenecen al ramo de las industrias del embalaje.

Solo una empresa posee equipo para ejecutar el preservado de la madera.

Según la Oficina Nacional Forestal y la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), a pesar del incremento acelerado de las importaciones de madera aserrada, contrachapada y de tableros, la exportación de madera en bruto pasó de \$17.2 millones en el 2009 a \$47 millones en el 2011.

Entre los principales productos de exportación se encuentran los siguientes:

- Madera en bruto (principalmente teca)
- Las demás tablillas de madera distintas a las coníferas y el bambú
- Cajas de madera /Paletas
- Ventanas/contraventanas/puertas de Plywood
- Muebles

Los principales destinos de exportación de madera en bruto fueron la India, Vietnam, Emiratos Árabes, Singapur y China. Los otros productos fueron exportados, principalmente, a Estados Unidos, Guatemala, El Salvador y Francia.

Las importaciones de madera aserrada, tableros de partículas y contrachapados sustituyeron en gran medida a la madera nacional, la madera aserrada fue el principal producto importado con \$26 millones, lo que equivale a un 47% del valor total de las importaciones.

Los productos importados de madera le ganan terreno a los productos elaborados en Costa Rica. La madera aserrada fue el principal producto de madera importado con \$26 millones en 2011, lo que equivale a un 47% del valor total de las importaciones.

Este producto provino en su mayoría de Chile, Estados Unidos y Argentina.

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

La maquinaria en estudio se utiliza para las diferentes operaciones de mecanizado de la madera como aserrado, cepillado, despuntado, ligado, hendido, torneado, taladrado entre otras.

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

- Productores forestales: dueños de bosques, plantaciones
- Propietarios agropecuarios con componente forestal
- Organizaciones campesinas con proyectos forestales
- Industriales de la madera no agremiados
- Comerciantes de maquinaria forestal
- Transformadores: primario a secundario
- Importadores de madera
- Comerciantes: mueblería, madera para construcción, tarimas
- Intermediarios: aprovechamiento
- Viveristas forestales

- ONG's con proyectos forestales
- Cooperativas forestales
- Productores de productos no maderables del bosque

## 1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Existen varios métodos para la venta de este tipo de maquinaria.

La mayoría de las empresas poseen de manera online catálogos donde muestran la cartera de los productos existentes en su stock, características, marcas, usos y procedencia de los mismos, inclusive muchos utilizan videos en sus sitios web para mostrar al cliente ejemplos del funcionamiento.

Sin embargo, al tratarse en muchas ocasiones de maquinaria de alto valor, las empresas utilizan a sus agentes vendedores, para la visita en planta de sus potenciales clientes y la demostración del funcionamiento del mismo.

Si bien la visita a un sitio web es uno de los métodos preferidos hoy día como primer acercamiento al producto, es indispensable que el cliente conozca y experimente de primera mano el producto, especialmente por la múltiples opciones en cuanto a calidad que el mercado ofrece.

La opción de renta o alquiler de equipo es una nueva tendencia con la cual se economiza en inversión, inclusive muchas de las empresas cuentan con equipos de segunda mano a precio más cómodos.

## 1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES

Para la mayoría de importadores es importante contar con productos de excelente calidad y respaldo donde el fabricante esté comprometido en dar todo el soporte y capacitación necesaria para su uso y mantenimiento.

Otro factor que buscan es el precio. Hoy en día mercados como China y Taiwán ofrecen una gama de productos de muy buena calidad a precios accesibles que permite brindar al consumidor final diferentes opciones adaptables a su presupuesto.

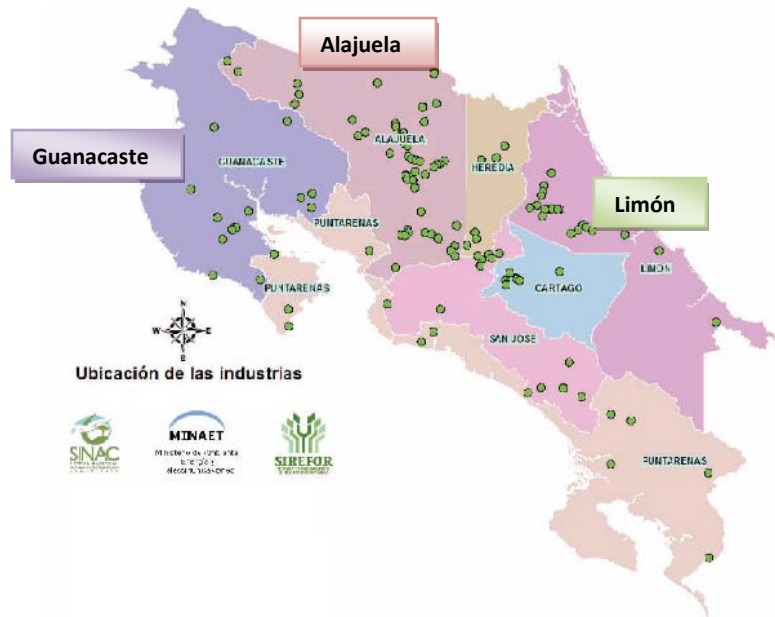
## 1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

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 de estos productos se encuentran ubicadas principalmente en la provincia de Alajuela específicamente en la zona Norte del país y la provincia de Guanacaste y Limón.



## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En el sistema de comercialización de la maquinaria forestal, los productos son importados por grandes distribuidores mayoristas, que distribuyen los productos a lo largo de todas las ferreterías y depósitos de construcción que existen a lo largo del país.

Muchas de estas empresas importadoras cuentan con su cadena de tiendas para la venta al detalle, y grandes salas de exhibición o showrooms para la venta al por mayor.

También puede suceder que algunas empresas con mayores recursos participen de Ferias Internacionales especializadas en maquinaria para la industria y realicen la compra directa al fabricante.

Algunos de los principales importadores de la maquinaria en estudio son los siguientes:

Nombre de la Empresa	Teléfono (506)	Sitio Web
CAPRIS S.A	2519-5000	<a href="http://www.capris.cr">www.capris.cr</a>
DISTRIBUIDORA ARGUEDAS Y SALAS S.A	2285-4224	<a href="http://www.disarsa.com/index.php">www.disarsa.com/index.php</a>
DISTRIBUIDORA FERRETERA S.A	2272-0191	
FERRETERIA EPA S.A	800-3728	<a href="http://www.epa.co.cr">www.epa.co.cr</a>
FERRETERIA INFESA DE CARTAGO, S.A	2552-0102	<a href="http://www.infesa.com/index1.html">www.infesa.com/index1.html</a>
FREIMERS Y COMPAÑIA SOCIEDAD IMPORTADORA S.A	2290-1020	<a href="http://www.freimers.com">www.freimers.com</a>
IMPORTACIONES POLLON S.A	2442-8660	<a href="http://www.importacionespollon.com">www.importacionespollon.com</a>
IMPORTACIONES VEGA S.A	2494-4600	<a href="http://www.importacionesvega.com">www.importacionesvega.com</a>
PROVEEDURIA TOTAL S.A	2219-3232	<a href="http://www.compratotal.com">www.compratotal.com</a>
SORIE DE CENTROAMERICA S.A	2296-2117	<a href="http://www.sorie.com">www.sorie.com</a>
SUPERBA S.A	2255-1044	<a href="http://www.superba.co.cr">www.superba.co.cr</a>
TECNO MADERAS DEL CARIBE S.A	2236-0404	<a href="http://www.tecnomaderas.com">www.tecnomaderas.com</a>
TORNILLOS ESPECIALES DE CENTRO AMERICA, S.A	2207-7777	<a href="http://www.torneca.com">www.torneca.com</a>
TRANSACCIONES FERRETERAS DE COSTA RICA S.A	2210-8989	<a href="http://www.transfesacr.com">www.transfesacr.com</a>
UNIDOS MAYOREO S.A	2515-0839	<a href="http://www.truper.com">www.truper.com</a>

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

No aplica por la especificidad del producto.

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

En la parte de promoción y comercialización se ha dado un giro completo debido a que al existir mayor oferta originada por productos importados las empresas importadoras han tenido que pasar de un mercadeo pasivo a uno activo, donde se invierte un poco más en publicidad y en servicio al cliente.

No se realizan campañas publicitarias específicas. Muchas empresas utilizan los medios escritos (principales periódicos de circulación como la Nación) para hacer tirajes de folletos o brochures de sus productos con algunas promociones. Recientemente se escuchan pautas publicitarias en programas de radio específicos de la marcas Maruyama, Husqvarna y Shindaiwa.

Otra herramienta de promoción es la participación en las ferias que se realizan en el transcurso del año, entre las más importantes: la Expoconstrucción y la Expoferretera.

Las redes sociales como Facebook son otro medio en expansión donde las empresas utilizan estrategias específicas de marketing para dar a conocer sus productos.

Sin embargo, la visita a puntos de venta a clientes potenciales por medio de agentes vendedores sigue siendo esencial para mostrar a los clientes lo más novedoso del mercado. Los clientes seguirán confiando en aquellos que ofrezcan mejores precios, facilidades de crédito, garantía y cumplimiento en la entrega.

# IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

No presentan características particulares. Algunas marcas y ejemplos de la maquinaria que existe en el país es la siguiente:

- Maruyama
- Husqvarna
- Bosh
- Shindaiwa
- Chicago Electric
- Still
- Poulan
- JET
- Steel City
- Altocraft



JET 708677PK DELUXE XACTA  
SIERRA CIRCULAR 10" JTAS-  
10XL50-5/1DX 4300RPM 5HP  
230V/60HZ/1F 18A 708676

**Precio US \$4550**



STEEL CITY 60170G MINI-  
TORNO DE MESA 27" ENTRE  
PUNTAS 12" VOLTEO 5  
VELOCIDADES 1/2HP

**Precio US \$800**



LIJADORA DE BANDA DE  
TAMBOR PARA MADERA  
55210 STEEL CITY

**Precio US \$1750**



CEPILLADORA ESTACIONARIA  
WOODMASTER

**Precio US \$4300**

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

La industria forestal tradicional ha sido una industria poco compleja, donde se ha utilizado maquinaria muy sencilla, con una distribución de planta poco eficiente sin mayor preocupación sobre el manejo de residuos y producto en proceso, lo que hace que se gaste tiempo y dinero en la manipulación de dichos desechos.

Costa Rica impulsa un programa para lograr ser un país C-neutral en el 2021, en ese sentido, instituciones públicas y privadas impulsan políticas de conservación y reforestación de los bosques; en ese sentido es que creemos que existe oportunidad para la introducción de nueva maquinaria y tecnología que colaboren para un uso más eficiente de los recursos.

Fabricantes chilenos interesados en el mercado de Costa Rica, deben tomar en cuenta que sus competidores más fuertes son el mercado de Estados Unidos con productos de amplia trayectoria y excelente calidad y mercados asiáticos como China y Taiwán con precios muy accesibles.

Chile como país productor de madera está bien posicionado en el mercado costarricense, en su mayoría madera aserrada y otros productos provienen de este país, sin embargo existe en el mercado un gran desconocimiento de su potencial en cuanto a la fabricación de maquinaria forestal.

Finalmente, se sugiere asistir a las ferias relacionadas a manera de prospección y visita a diferentes puntos de venta.

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

## Expo Construcción y Vivienda 2012

La **Expo Construcción** es la feria más importante del sector organizada por la Cámara Costarricense de la Construcción. Esta feria ampliamente reconocida en Latinoamérica convoca a los profesionales de la industria: ingenieros, arquitectos, diseñadores, desarrolladores, constructores, contratistas y subcontratistas de obras; responsables por la especificación, selección y aplicación de materiales. Así como acabados e insumos en general, lo que tiene un efecto multiplicador en la generación de negocios para los expositores.

Al asistir a Expo Construcción tendrá la oportunidad de entrar en contacto directo y bajo un mismo techo durante 5 días con más de 200 empresas que le ofrecen lo mejor del sector construcción, materiales, acabados, vivienda, financiamiento, equipo y maquinaria.

Esta feria se realiza anualmente, este año tuvo lugar en el Edición Verano (15-19 de febrero, 2012) y gracias a su éxito se replicó una edición especial (29 agosto-02 de setiembre, 2012)



<http://www.construccion.co.cr/expo2012/>

## EXPOFERRETERA 2012

La **Expoferretera** es la feria de ferretería y construcción de la región. Un encuentro internacional de negocios para fabricantes, distribuidores y ferreteros. En Expoferretera, participan más de 100 empresas exhibiendo productos y servicios. La visitan más de 4,000 profesionales del sector, provenientes de todas las zonas del país y de América.

Su próxima edición tendrá lugar en mayo del 2013 (31 Mayo, 1 y 2 junio, 2013)

# expo FERRETERA

su herramienta de negocios

<http://expoferretera.com/>

## II Feria Forestal Vive la Madera y la C-Neutralidad

II Feria Forestal Vive la Madera y la C-Neutralidad, es un evento pionero en la divulgación especializada y masiva sobre los beneficios del uso de la madera y el aporte del sector a la sociedad costarricense. La actividad es organizada por MINAET (Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicación), ONF (Oficina Nacional Forestal) y FONAFIFO.

El evento se ha destacado por agrupar a destacadas empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de productos en madera, desde arte hasta soluciones de vivienda.

El objetivo de este evento es posicionar el uso de la madera como producto vital para el combate del cambio climático y la iniciativa de la C-Neutralidad.

La Feria tendrá lugar



Es importante mencionar que el país cuenta con zonas donde se concentra mayoritariamente la industria del mueble, como Sarchí, Palmares y San Ramón, ciudades ubicadas en la provincia de Alajuela, donde existe gran cantidad de tiendas de venta al detalle y donde se realiza a lo largo del año las llamadas “Ferias del Mueble”.

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

- Información gubernamental

**Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER):** aporta datos e información relacionada con el comercio exterior de Costa Rica. También se encuentra información sobre los trámites, documentos y requisitos para exportar, importar entre otros. <http://www.procomer.com>

**Ministerio de Hacienda:** contiene información arancelaria y código de cada producto. <http://www.hacienda.go.cr/tica/consultas/hdbaranc.aspx>

**Ministerio de Comercio Exterior:** aporta información sobre Tratados de Libre Comercio y acuerdos suscritos por Costa Rica. <http://www.comex.go.cr/acuerdos/Paginas/default.aspx>

**Banco Central de Costa Rica:** se encuentra toda la información económica del país, sobre el tipo de cambio y demás indicadores económicos actualizados. [http://www.bccr.fi.cr/flat/bccr\\_flat.htm](http://www.bccr.fi.cr/flat/bccr_flat.htm)

**Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:** es posible obtener estadísticas relevantes en cuanto a las importaciones realizadas por Costa Rica. <http://www.inec.go.cr/>

**Oficina Nacional Forestal:** Contiene boletines, publicaciones, estadísticas y toda la información relacionada con el sector forestal y sus tendencias. <http://oficinaforestalcr.org/>

**Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones (MINAET):** contiene publicaciones, decretos y demás información relacionada a la conservación de los bosques y áreas protegidas. <http://www.minae.go.cr/>

**Fondo Nacional de Financiamiento Forestal (FONAFIFO):** Principal órgano de financiamiento para el sector forestal <http://www.fonafifo.go.cr/index.html>

- Sector privado

**Cámara Costarricense de la Construcción:** En ella puede encontrar noticias relacionadas al rubro, publicaciones e información acerca de eventos y ferias a realizarse referidas al sector construcción. [www.construccion.co.cr](http://www.construccion.co.cr)



**Cámara Forestal Costarricense:** En ella puede encontrar noticias relacionadas al rubro, publicaciones e información acerca de eventos y ferias a realizarse referidas al sector forestal.  
<http://www.facebook.com/pages/C%C3%A1mara-Costarricense-Forestal-CCF/253487741362694>

Documento Elaborado por: OFICOM PROCHILE COSTA RICA – [sanjose.costarica@prochile.gob.cl](mailto:sanjose.costarica@prochile.gob.cl)