

PMP

Estudio de Mercado De Madera en República Dominicana

Octubre 2018

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en República Dominicana - ProChile



Tabla de contenido

I. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.	4
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.	4
3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.	5
4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.....	5
5. Análisis FODA.....	6
II. Acceso a Mercado	7
1. Código y glosa SACH	7
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	7
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	7
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.....	7
5. Regulaciones y normativas de importación (<i>links a fuentes</i>). OBLIGATORIO	7
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (<i>links a fuentes e imágenes</i>).	9
7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.	¡Error! Marcador no definido.
III. Potencial del Mercado (de acuerdo a disponibilidad de información).....	9
1. Producción local y consumo.....	9
2. Importaciones (<i>valor, volumen y precios promedio</i>) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.	10
IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado	10
1. Identificación de los principales actores en cada canal.....	11
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.....	12
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).	12
4. Estrategia comercial de precio.	12
5. Política comercial de proveedores.	12
6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.	13
V. Consumidor/ Comprador	13
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.....	13
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, etc.)	14
VI. Benchmarking (Competidores) y Tendencias	14
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>).....	14
2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, etc).....	14
3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado	15

4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (<i>tablas</i> comparativas e imágenes en lo posible).....	¡Error! Marcador no definido.
5. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes) . .	15
VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	15
VIII. Fuentes de información (<i>Links</i>).....	16
IX. Anexos.....	17

I. RESUMEN EJECUTIVO

1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.

Código Arancelario	Descripción
440711	De pino (Pinus spp.)
440799	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incl. cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor > 6 mm (exc. maderas tropicales citadas en la nota de subpartida 1 del capítulo 44, así como madera de coníferas, de encina, roble, alcornoque y demás belloteros "Quercus spp." y de haya "Fagus spp.")

Nota: Los Códigos seleccionado arriba han sido reasignados a partir de la revisión 2017 del SA

Fuente: Dirección General de Aduanas de la Republica Dominicana.

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

En la República Dominicana, la producción nacional de la madera solo satisface el 20% de la demanda local, por lo que la demanda de ésta depende fuertemente de la oferta internacional, principalmente de los EEUU. De acuerdo a la información obtenida en la Oficina Nacional de Estadísticas, la República Dominicana, registró un aumento en las exportaciones de madera aserrada durante el 2017, de un **21%**, donde Chile solo participa con un 3.6% y está ubicado en la posición No. 3, en el ranking de país proveedor. En 1er. lugar esta EEUU con una participación de un 88.5% en el mercado, quedando evidenciado las oportunidades de crecimiento de Chile en este mercado.

Chile es reconocido en el mercado dominicano como un país proveedor de productos de altos estándares de calidad y tecnología de punta, se percibe que Chile ha adquirido amplio conocimiento en las distintas áreas del procesamiento de la madera, por lo que se percibe que Chile posee una mezcla Precio-Expertise-Calidad en los productos y servicios exportados.

Chile, también es reconocido como un país innovador, donde la innovación aplicada a los materiales, procesos productivos y servicio marca una diferenciación ante la competencia y apertura en el mercado dominicano grandes oportunidades para los productos chilenos.

La industria de la madera por su dinamismo y crecimiento siempre está en busca de las nuevas tecnologías, productos y diseños de valor agregado para aplicar en sus distintos usos, tanto en la industria del mueble, como en la construcción, por lo que está abierto a explorar ofertas de empresas extranjeras, que incorporan diseño y materia prima de alta calidad y valor agregado. Dicho dinamismo y crecimiento implican un aumento en la demanda de la madera aserrada, ya que este material se ocupa principalmente en la fabricación de muebles, construcción, empaquetados y pallets, lo que a su vez se utiliza en exportaciones.

3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.

Se sugiere como estrategia de penetración realizar misiones comerciales a República Dominicana, abarcando los principales actores de la industria de la madera, con el objetivo de reunirse con los importadores locales, fabricantes de muebles y constructoras, hacer visita a puntos de ventas y explorar el mercado en terreno para conocer la realidad del mercado, los competidores, comportamiento del consumidor y poder elaborar un potencial plan de negocio tendente a concretar su inserción al mercado dominicano. Invitar a potenciales compradores a Chile para que conozcan la oferta en terreno y se fidelicen con el proveedor.

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

Recomendamos tener un acercamiento con el mercado dominicano a través de una misión de prospección, donde la representación de Chile en República Dominicana les apoye con la elaboración de un plan de trabajo que incluya reuniones con los principales actores de la industria de la madera de República Dominicana, reuniones con los importadores, constructores, fabricantes de muebles y visita a los principales puntos de venta. Se sugiere, también considerar la relevancia del factor calidad y precio del producto.

Se sugiere como parte de la estrategia comercial:

- Reuniones con importadores por medio de vistas presenciales en misión comercial.
- Visita a puntos de ventas.
- Ofrecer productos innovadores y de valor agregado.
- Desarrollar una estrategia frente a los competidores.
- Adaptar el producto conforme los requerimientos y necesidades de los consumidores.
- Socio estratégico o representante: las transacciones se facilitan ya que el representante se hace cargo de introducir el producto al mercado con el cual ya está familiarizado y conoce. Destacamos la importancia de seleccionar correctamente el representante, ya que este tratará con las empresas interesadas y debe brindar un buen servicio al cliente. También considerar lo estipulado en la Ley 173-66 de Protección de Agentes Importadores.
- Promoción y difusión de los productos directamente a las empresas internacionales y nacionales que están actualmente en el área de ventas de madera.

5. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia comercial en el mercado • Estrategia ante competidores • Adaptación del producto a necesidades del mercado. • Posicionamiento frente a competidores 		<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de la calidad del producto chileno en el mercado dominicano. • Tecnología de Punta en la fabricación. • Diversidad en la oferta. • Integridad de las empresas chilenas. • Las condiciones climáticas y geográficas permiten que los bosques chilenos estén libre de plagas y contar con suficiente oferta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Costo y distancia flete. • Mercado dominicano altamente dependiente de tendencias en los EEUU. • Medidas o Cortes ofrecidos por proveedores chilenos distintos a la demanda local.
		<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10 millones de habitantes + 7.9 millones de turistas al año. • La isla representa una ventana al mundo a través de su industria hotelera. • Industria de la madera ligada a la construcción y fabricación de muebles es dinámica y en crecimiento. • Interés de los importadores de conocer la oferta de Chile. • La industria local de la madera solo sufre el 20% del mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Destacar las cualidades y origen del producto en el mercado dominicano por medio de promoción en los medios de comunicación y en los puntos de venta.
Factores Externos	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interponer precio versus calidad por parte de los importadores. • No tenemos acuerdo comercial con Chile. • Oferta de madera americana, apreciada en el mercado. • Altos costos del flete y distancia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Combinar alta calidad con precios moderados. • Realizar eventos informativos resaltando la calidad y diferenciación de la madera chilena. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuentro directo con los importadores. • Fortalecer la presencia en el mercado vía medios de comunicación.

II. Acceso a Mercado

1. Código y glosa SACH

Código Arancelario	Descripción
440711	De pino (Pinus spp.)
440799	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incl. cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor > 6 mm (exc. maderas tropicales citadas en la nota de subpartida 1 del capítulo 44, así como madera de coníferas, de encina, roble, alcornoque y demás belloteros "Quercus spp." y de haya "Fagus spp.")

Nota: Los Códigos seleccionado arriba han sido reasignados a partir de la revisión 2017 del SA.

2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

Código Arancelario	Descripción
440711	De pino (Pinus spp.)
440799	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incl. cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor > 6 mm (exc. maderas tropicales citadas en la nota de subpartida 1 del capítulo 44, así como madera de coníferas, de encina, roble, alcornoque y demás belloteros "Quercus spp." y de haya "Fagus spp.")

Nota: Los Códigos seleccionado arriba han sido reasignados a partir de la revisión 2017 del SA.

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

Código Arancelario	Arancel Chile	Arancel Competidor	Arancel Competidor
440711	0%	0%	0%
440799	0%	0%	0%

Fuente: Dirección General de Aduanas de RD,

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

En la República Dominicana a la madera se le aplica el Impuesto sobre Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS) que corresponde al 18%.

No se ha identificado barreras no arancelarias aplicadas a productos de este estudio.

5. Regulaciones y normativas de importación (*links a fuentes*).

La importación de madera en la República Dominicana se encuentra regulada por diversas disposiciones legales y administrativas que establecen su objeto y ámbito de aplicación. Las instituciones ante las cuales se deben tramitar

los permisos de ingreso, registros y certificaciones son el departamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Estado de Agricultura, del Ministerio de Medio Ambiente y Recurso Naturales y la Dirección General de Aduanas.

En cuanto a los requisitos fitosanitarios de importación en la República Dominicana se han establecido para diversos productos y subproductos de origen vegetal, procedentes de países con los cuales se mantienen relaciones comerciales.

Entre los requisitos Generales de Importación de Productos de Origen Vegetal tenemos:

- Certificado fitosanitario original del país exportador.
- Permiso de otras dependencias como Departamento de Semillas, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Departamento de Promoción Agrícola y Ganadera, según aplique.
- Las bodegas del barco y/o furgones/contenedores deben estar limpias y desinfectadas antes de colocar la mercancía o envío.
- La mercancía o envío estará sujeta a inspección fitosanitaria al arribo a puerto dominicano.
- Algunos productos o sub-productos requieren tratamiento fitosanitario.
- Deben venir libres de plagas y/o tierra/suelo.
- Los embalajes hechos de madera deben cumplir con la NIMF n.º 15-Revisión 2009.

Procedimientos a seguir:

- El interesado solicita por escrito el permiso de importación.
- Si existen requisitos fitosanitarios se emite la Guía de no Objeción Fitosanitaria.
- Si no existen requisitos fitosanitarios, la solicitud se envía a la Unidad de Análisis de Riesgo de Plagas.
- Terminado el análisis de riesgo, la Unidad de Análisis emite su recomendación a la División de Cuarentena Vegetal.
- Se emite la Guía de no Objeción Fitosanitaria con los requisitos de importación
- Una vez la mercancía arriba al país, el interesado solicita la inspección en la oficina de cuarentena del punto de entrada.
- El encargado de la oficina de cuarentena verifica la documentación para ver si está correcta.
- Si la documentación esta correcta, el inspector procede con la inspección técnica del envío.
- Si se cumplen los requisitos técnicos, el inspector procede a la inspección propiamente dicha en busca de posibles plagas y a la toma de muestra para su envío al laboratorio de diagnóstico.
- Si el laboratorio identifica una plaga:
 - Si la plaga es común se puede liberar la mercancía con un tratamiento, dependiendo del nivel de infestación.
 - Si la plaga es de interés cuarentenario, la mercancía puede ser devuelta a su lugar de origen o incinerada.

Permiso para importaciones de madera del Ministerio de Medio ambiente y Recursos Naturales

El Ministerio de Medioambiente es uno de los órganos regulador de la importación de madera se encargan de autorizar la importación de madera especificando el volumen (en metros cúbicos) de manera a importar, el país de origen, el nombre científico de la especie a importar, si la especie controlada por CITES (Convención sobre el

Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres) se requiere la autorización de la Autoridad Designada del país de origen de la especie. La autorización tiene vigencia de tres meses a partir de la fecha de emisión. Detalles en el siguiente link: <http://ambiente.gob.do/permiso-para-importaciones-de-madera/>

Requerimientos o requisitos:

Carta de solicitud dirigida al Ministro de Medio Ambiente y Recursos Naturales especificando:

- Cantidad de madera a importar
- Especie
- Suplidores
- Procedencia
- Nombre del barco (original y copia)
- Copia de certificación fitosanitaria
- Copia de Certificado de Origen
- Copia de conocimiento de embarque (“Bill of Landing”)
- Copia factura proforma o comercial

Procedimientos a seguir:

Depositar documentación requerida en el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales

6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (*links a fuentes e imágenes*).

No aplica.

III. Potencial del Mercado (de acuerdo a disponibilidad de información)

1. Producción local y consumo

República Dominicana cuenta con más de 100 mil hectáreas de bosques plantados capaces de producir más de 800 mil metros cúbicos de madera por año, lo que garantiza el abastecimiento de la industria forestal local compuesta por 6,500 fincas pequeñas y medianas.

La industria forestal dominicana genera cerca de 200 mil empleos directos de la siembra, el cuidado, la cosecha, comercialización e industrialización y la artesanía de la madera.

En la actualidad han surgido más de 1,600 pequeñas empresas (pyme) alrededor de la industria y los servicios de la madera, 217 pequeñas industrias de procesamiento primario con capacidad de procesar 250,000 metros cúbicos. Existen más de 800 planes de manejo de bosques naturales registrados en el Ministerio de Medio Ambiente

ubicados en las áreas de bosques productivos de San José de las Matas, Restauración, Jarabacoa, Santiago Rodríguez, Monte Plata y Cotui.

El país importa entre 180 y 200 millones de dólares en productos maderables por año y se estima una producción local de menos del 20 % del consumo nacional. El principal producto importado es madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incl. cepillada, lijada (4407 Código Arancelario) participando con un 51% del total importado.

La industria de la madera en la República Dominicana es una industria con grandes oportunidades ya que entre los usos de la madera podemos destacar su utilización como combustible, materia prima para la fabricación de papel, cartulinas y cartones, mobiliario, paletas para transportar contenedores, construcción de viviendas y otros diversos usos como por ejemplo; hoy la industria de madera local está sufriendo a 13 empresas que hoy han sustituido su matriz de generación de energía de combustible convencional por biomasa, que es energía limpia producida a base de madera criolla plantada, que es más barata, con una producción de 2,500 toneladas métricas por día.

Las exportaciones de madera de la República Dominicana ascendieron a 6,4 millones de dólares durante el 2017. Los cajones, cajas jaulas, tambores y envases similares, de madera; carretes para cables (4415 código arancelario), fueron el principal producto exportado, participante con un 36% del total exportado.

2. Importaciones (valor, volumen y precios promedio) del producto últimos 3 (tres) años por país.

440711 Madera aserrada o desbastada longitudinalmente

País	Importaciones 2015-2017					
	2015		2016		2017	
	Valor US\$	Volumen TM	Valor US\$	Volumen TM	Valor US\$	Volumen TM
Estados Unidos de América	0		0		47,100	93,117
Argentina	0		0		2,027	4,008
Chile	0		0		1,916	3,788
Brasil	0		0		1,377	2,722
Canadá	0		0		721	1,425
China	0		0		34	67
Venezuela, República Bolivariana de	0		0		21	41
España	0		0		4	7
Total	0		0		53,200	105,174

Fuente: Dirección General de Aduanas de RD (DGA)

**El código de producto seleccionado arriba fue creado en la revisión 2017 del SA.

440799 Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada

País	Importaciones 2015-2017					
	2015		2016		2017	
	Valor US\$	Volumen TM	Valor US\$	Volumen TM	Valor US\$	Volumen TM
Brasil	2,579	3,845	7,102	8,667	7,260	7,178
Perú	4,639	3,573	5,642	6,886	6,671	6,596
Gabón	688	1,027	1,196	1,460	2,481	2,454
Estados Unidos de América	599	270	390	476	2,108	2,085
Camerún	657	853	1,041	1,270	911	901
Côte d'Ivoire	106	95	354	432	352	348
China	2	6	213	260	337	333
Sudáfrica	119	135	112	137	177	175
Los demás	1,162	9,804	948	19,588	783	774
Total	10,551	10,398	16,998	20,744	21,080	20,844

Fuente: Dirección General de Aduanas de RD (DGA)

**El código de producto seleccionado arriba ha sido reasignado a partir de la revisión 2017 del SA.

IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

La madera aserrada tiene tres destinos en RD; la exportación, la Remanufactura y comercializada en el mercado Nacional. A nivel nacional está disponible en los depósitos de los mayoristas, ferreterías, tiendas por departamento y en las tiendas especializadas en materiales de construcción, en las medidas que el cliente las necesita y está lista para utilizarla dentro de las construcciones.

Los canales de distribución para la comercialización de la madera son:

- Grandes importadores / distribuidores

Los grandes importadores realizan la compra directa al proveedor internacional y por lo general también distribuyen los productos a lo largo del país, ya sea a través de una red de sucursales propias o mediante asociaciones con distribuidores locales.

Sus principales clientes son las industrias, constructoras, fábricas de muebles y fábricas pequeñas que, dado su tamaño, no les resulta posible importar directamente la madera.

En la actualidad, la tendencia es hacer el contacto comercial directo con el proveedor, evitando la comisión de los agente o intermediarios y reducir costos.

- Fabricantes de productos terminados

Existen importantes fábricas en la elaboración de muebles, que debido al gran volumen que demandan, se abastecen directamente de madera desde los países exportadores sin utilizar agentes, importadores o comerciantes.

Ferreterías y tiendas por departamentos

- Venden al detalle a minoristas, y construcciones pequeñas.

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).

Por la naturaleza del producto en este mercado dominicano no se reconocen marcas del producto, si genera confianza el país de origen. Por lo tanto, para el importador, el factor decisivo en el momento de la compra es el precio y el origen, lo cual se considera como el factor que hace posicionar y diferenciar a la madera en el mercado.

4. Estrategia comercial de precio.

El precio es establecido por el mercado y depende de la fluctuación del dolar americano y los precios internacionales.

5. Política comercial de proveedores.

El precio es el factor decisivo al momento de comprar. Sin embargo, es importante generar confianza y mantener una comunicación fluida. La trayectoria comercial e imagen de la empresa son factores que se deben considerar también.

6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.

Es un producto considerado como materia prima o producto intermediario, por lo que no hay marcas en los retail; por lo general se considera solo el tipo de madera, país de origen y la calidad.

V. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

Las características de la madera en la República Dominicana se determinan por su procedencia, dentro de las cuales podemos citar:

- **Árboles Frondosos:** Son especies de hoja caduca que crecen en zonas de clima templado y proporcionan maderas resistentes y duras como la de Haya, el Roble o el Nogal.
- **Coníferas:** Árboles de hoja perenne que crecen en regiones frías y tienen maderas ligeras, blandas y fáciles de trabajar, entre las que encuentran la de Pino o el Abeto.
- **Maderas Tropicales:** Son maderas que provienen de los bosques de zonas tropicales, o sea que crecen en climas cálidos y húmedos.

Existe gran variedad de especies entre los que se encuentran la Balsa, El Ébano o la Caoba.

Estas son algunas de las maderas más utilizadas en el mercado dominicano:

- Abeto: Madera resinosa de color blanco, fibras largas y rectas.
- Caoba: Es una madera amazónica de gran calidad, es de color rojizo.
- Castaño: Es de color ocre, se compones de fibras gruesa. Es fuerte y elástica.
- Cedro: Color canela rosado.
- Cerezo: Es de color castaño claro.
- Ciprés: Es de color pálido con vetas rojizas.
- Ébano: Es de color café tirando a negro.
- Encina: Color amarillento oscuro, es muy dura.
- Fresno: Color amarillento claro, se trata de una madera dura y flexible.
- Haya: Puede ser de color amarillento blanquecino o rojo claro.
- Nogal: Madera dura de color rojizo olmo: Color rojo oscuro, de fibra gruesa y entrelazada.
- Pino: Puede ir desde el color amarillo al blanquecino roble: Madera muy dura y de gran calidad.
- Teca: Se trata de una madera dura de color marrón.

Hábitos de Consumo: el consumo del producto sujeto a este estudio, no lo determina un hábito, sino que viene determinado por una necesidad, que se mantiene a lo largo de todo el año y a nivel nacional. Sin embargo en las áreas más pobladas se concentran los principales importadores, y se registra mayor consumo, dichas áreas son Santo Domingo y Santiago.

2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, etc.)

Tal como se ha indicado anteriormente, la mayor influencia en su decisión de compra es el precio. El país de origen de la madera también es considerado.

VI. Benchmarking (Competidores) y Tendencias

1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*).

Por la naturaleza del producto, enfocado más a materia prima, no existen marcas en retail. En la imagen puede ver como se distinguen en los retail:



- Pino Americano – Bruto y Cepillado
- Pino Argentino – Bruto y Cepillado
- Pino Chileno

- Andiroba
- Jequitiba
- Roble



Cabe destacar, que en el mercado dominicano existen grandes proveedores chilenos de madera aserrada, tales como ARAUCO, MASISA y CMPC.

2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, etc).

Los países que se identificaron como los principales competidores de Chile en el mercado dominicano son: EE. UU. y Argentina. Sin perjuicio del tipo de madera y el uso de ésta, se pudo concluir que el mejor valor ofrecido por los competidores es el precio. El precio es el que hace fuertemente diferenciar a los competidores en este tipo de producto.

3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado

No existe mucha diferenciación en el producto. Sólo se considera al país de origen y el precio.

4. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes).

Entre las estrategias de marketing de los competidores directos de Chile que son, como se indicó anteriormente EE. UU. y Argentina, podemos destacar; misiones comerciales a los países de origen, vistas guiadas a las plantas de producción, los proveedores realizan visita frecuente a los importadores e imparten seminarios sobre tendencias actuales, y buenas prácticas, entre otras estrategias.

En cuanto a los esfuerzos de marketing para la madera local, la oferta no supe la demanda. Otro factor a considerar es que la caoba y andiroba producidas localmente, son madera muy apreciadas en el mercado por lo que prácticamente se venden solas.

VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Sobre la industria forestal dominicana, los importadores nos comentan que se encuentra en una etapa inicial de su desarrollo, integrada mayormente pequeños aserraderos, sin acceso a tecnología de punta. Carece de la tecnología y los recursos necesarios para aprovechar los residuos de las labores de aserrío, los cuales se convierten en desperdicios; lo que reduce los niveles de rentabilidad de las operaciones.

En la actualidad la República Dominicana produce un poco menos del 20% de la demanda de madera, por lo que cerca del 80% es importado. La demanda de la madera y sus derivados crece un 10% anual, aumenta en la medida en que crece su población. El país ha experimentado un marcado proceso de urbanización, incrementando el consumo de madera.

También la madera es utilizada en la fabricación de muebles, se hacen muebles rústicos como camas, gabeteros, bancos, sofás, mesas, sillas y artesanía. Se importa piezas de madera para ser ensambladas localmente, así como también productos terminados.

La madera chilena es reconocida por su buena calidad, y precios competitivos. Sin embargo, los cortes utilizados en república dominicana son de 12,14 y 16; y los que los proveedores chilenos han ofrecido son de 8 y 10.

VIII. Fuentes de información (*Links*)

- Ministerio de Agricultura
www.agricultura.gob.do
- Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales
www.ambiente.gob.do
- Dirección General de Aduanas
www.aduanas.gob.do
- Asociación de Industrias de la Republica Dominicana.
<http://www.portalindustrial.net/index.php?ui=desktop>
- Cámara Forestal Dominicana
<http://camaraforestaldominicana.org/>
- Asociación Nacional de Importadores de la Republica Dominicana
<https://ani.org.do/>
- Centro de Exportación e Inversión de la Republica Dominicana
<https://cei-rd.gob.do/>

IX. Anexos

REQUISITOS PARA IMPORTACIÓN DE MADERA

1. Carta de solicitud dirigida al Viceministerio de Recursos Forestales, especificando la cantidad de madera a importar, especie, suplidores, procedencia y nombre del embarque.
2. Tener anexo:
 - a) Copia Fitosanitario
 - b) Copia Certificado de Origen
 - c) Copia Bill of Lading –B/L- (conocimiento del embarque)
 - d) Copia factura proforma o comercial
 - e) Cheque certificado o de administración a nombre de Ministerio Medio Ambiente y Recursos Naturales.

*Las importaciones para las especies Caoba (*Swietenia macrophylla*) y/o Cedro (*Cedrela odorata*), deberán solicitarse de manera independiente con un cheque y dos (2) expedientes: un (1) expediente dirigido al Viceministerio de Recursos Forestales y otro adicional (fiel e idéntico) dirigido al Viceministerio de Ares Protegidas y Biodiversidad, anexando la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES) original.*

TARIFA:

Especie	(RD\$) X M3
Caobanilla, Andiroba, Roble, Robillo, Cedro (<i>Cedrela odorata</i>) y Caoba (<i>Swietenia macrophylla</i>)	RD\$40.00
Pino y otras especies no especificadas y sus derivados.	RD\$20.00
1 metro cúbico es equivalente a 424 pies tablar	

Nota: Para retirar los permisos en Ventanilla Única, deberá presentar el "Acta de Inspección de Madera" que será suministrada a la compañía solicitante por el inspector o técnico al momento de realizarse la inspección en el puerto, exceptuando la especie Pino.

- Tiempo de respuesta: un mínimo de 2 días y un máximo de 10 días laborables.

*** NO SE ADMITIRÁN EXPEDIENTES INCOMPLETOS BAJO NINGUNA CIRCUNSTANCIA.**

Todos los documentos serán depositados en el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, a través de la Dirección de Servicios de Autorizaciones Ambientales (Ventanilla Única), de lunes a viernes, en horario de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. El depósito de la documentación de ninguna manera significa el otorgamiento de la autorización ambiental.

Para información adicional, comunicarse al Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, a través de Ventanilla Única, teléfono (809) 567-4300, Ext. 6150,6151; 7150-7154.

Página Web: www.ambiente.gob.do

Correo Electrónico: ventanilla.unica@ambiente.gob.do

***Este Formulario y Requisitos se encuentran disponibles en la Página Web, opción "Servicios"**

Listado de Principales Importadores:

Empresa	Sitio Web /Teléfono
IMDOMACA	www.imdomaca.com.do
MADECO, Maderas Decorativas	www.madeco.com.do
MADESOL	www.madesol.com
Valiente Fernández S.A.	www.valientefernandez.net
Ochoa & Ochoa	www.ochoa.com.do
Manuel Corripio CXA	http://manuelcorripiocxa.com
Compañía X Acciones Mercantil	(809) 567-2321.
Ferretería Americana	www.americana.com.do
Bosquesa S.R.L.	http://bosquesa.com.do/

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.