

PERFIL DE MERCADO LECHE EN POLVO – GUATEMALA

ProChile Guatemala, Abril 2008

PRODUCTO

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0402.21

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Leche en polvo, gránulos o demás formas sólidas, con un contenido de materia grasa superior a 1.5% en peso: sin adición de azúcar ni otro edulcorante.

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL: 0402.21

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL

CODIGO	DAI
0402.21	15 %

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

Desde 1999 existe un acuerdo en proceso de aprobación, entre Chile y Guatemala, por lo que aun no está vigente. Debido a lo anterior, la partida 0402.21 se encuentra, por el momento, sujeta al arancel general que es del 15% sobre la totalidad de la mercadería CIF.

OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Derivado del TLC entre Guatemala y Estados Unidos (CAFTA-DR), éste país goza de un contingente de 441 TM (toneladas métricas) de Leche en polvo para el año 2008.-

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.

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

De acuerdo con el **Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación –MAGA-**:

- El país debe de estar libre de Fiebre Aftosa según OIE

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

- Original del Certificado Zoosanitario extendido por la autoridad nacional competente del país de origen o procedencia, con las declaraciones adicionales cuando corresponda.
- Original del Certificado de Origen emitido por la entidad competente del país exportador, los productos originales de los países de Centroamérica deben presentar en sustitución del certificado de origen el Formulario Aduanero Único Centroamericano.
- Fotocopia de la Factura Comercial.
- Fotocopia del Conocimiento de Embarque.
- Fotocopia del Certificado de Libre Venta emitido por la autoridad oficial competente. **NO APLICA A PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL PROCESADOS.**
- Fotocopia de los resultados de los análisis de laboratorio. **NO APLICA A PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL PROCESADOS.**
- Adherir los timbres de Medico Veterinario y/o Zootecnista de acuerdo al valor FOB declarado en la factura comercial.

En Guatemala la entidad encargada de dictar las siguientes normas es COGUANOR:
www.coguanor.org

Requisitos de etiquetado:

- Nombre comercial del producto
- Nombre y dirección del productor o del exportador
- País de origen
- Peso neto y sus componentes
- Fecha de vencimiento

Sobre la etiqueta deberá de estar presente el número de registro sanitario que autoriza la distribución de dicho producto.

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 con fólder 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 a partir del 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](#), ya que si el riesgo es alto (A) debe presentar muestras para realizar el registro sanitario.

http://www.mspas.gob.gt/DGRVCS/DRCA/documentos/REG_SANITARIO/Clasificacion%20Registro.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 la leche en polvo 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:

Unidad de Autorizaciones Sanitarias – Departamento de Control de Alimentos, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Dirección: 5ª. Ave. 13-27 zona 9

Tel: 502-23394886 y 87

E-mail: drca@intelnet.net.gt

Web: www.mspas.gob.gt

Este trámite lo puede realizar el fabricante o el importador, quien para poder ser el distribuidor en Guatemala, debe tener 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 de solicitar el expediente de solicitud del registro que, luego se presenta 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 quien emite finalmente el registro sanitario (proceso que dura aproximadamente de 1 mes a mes y medio). Este certificado de registro tiene una vigencia de 5 años, periodo en que el producto no puede cambiar, debe ser exactamente igual al entregado en muestra ya que sino el registro se cancela.

El costo del derecho de registro y análisis es de aproximadamente Q1,650.00 (US\$214 aprox.).

BARRERAS PARA ARANCELARIAS

No existen barreras para arancelarias o políticas de importación adicionales que mencionar para la importación de productos con la partida 0402.21. Asimismo no existen subsidios o defensa comercial que se aplique para la comercialización de estos productos.

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

AÑO 2007

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Unidad)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
NUEVA ZELANDA	7,709,375.0	25,946,662.0	48.32%
AUSTRALIA	2,393,616.0	7,834,187.0	14.59%
NICARAGUA	1,257,363.0	5,515,835.0	10.27%
CHILE	797,541.0	2,469,618.0	4.59%
SUBTOTAL	12,157,895.0	41,766,302.0	77.77%
TOTAL IMPORTADO	15,588,888.0	53,689,850.0	100.00%

AÑO 2006

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Unidad)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
NUEVA ZELANDA	7,871,472.0	20,844,472.0	45.65%
MEXICO	2,137,385.0	7,112,086.0	15.57%
AUSTRALIA	2,750,214.0	6,700,010.0	14.67%
CHILE	693,551.0	1,904,229.0	4.17%
SUBTOTAL	13,452,622.0	36,560,797.0	80.06%
TOTAL IMPORTADO	17,309,459.0	45,656,497.0	100.00%

AÑO 2005

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Unidad)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
NUEVA ZELANDA	5,967,332.0	15,255,008.0	34.87%
MEXICO	4,279,518.0	12,229,098.0	27.95%
AUSTRALIA	1,357,395.0	3,394,642.0	7.72%
CHILE	1,229,947.0	2,004,269.0	4.58%
SUBTOTAL	12,834,192.0	32,883,017.0	75.12%
TOTAL IMPORTADO	16,618,684.0	43,746,730.0	100.00%

Fuente: BANCO DE GUATEMALA, Departamento Estadísticas Económicas.

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

POTENCIAL DEL PRODUCTO

ANTECEDENTES

La **leche en polvo** o **leche deshidratada** fue producida por primera vez en 1802 por el doctor ruso Osip Krichevsky. Este producto se obtiene mediante la deshidratación de leche pasteurizada. El proceso se lleva a cabo en torres especiales llamadas *spray*, en donde el agua que contiene la leche es evaporada, obteniendo un polvo de color blanco amarillento que conserva las propiedades naturales de la leche. Para beberla, el polvo debe disolverse en agua potable.

La leche en polvo es de gran importancia ya que, a diferencia de la leche fluida, no precisa ser conservada en frío y por lo tanto su vida útil es más prolongada, doce meses si se empaqueta en bolsas de 25 kg. y de seis meses en el caso de paquetes de 200 y 400g (la cantidad del producto y el envase es un factor importante). Al igual que otros productos secos, es considerada no-perecedera y se halla abundantemente en muchos países en vías de

desarrollo a causa de su bajo costo de transporte y almacenamiento (ya que no requiere refrigeración), también es preferida por supervivencialistas, senderistas y otras personas que necesitan alimentos no perecederos fáciles de preparar.

Como se menciona anteriormente, presenta ventajas como ser de menor costo y de ser mucho más fácil de almacenar y además se puede encontrar en tres clases básicas: entera, semi-descremada, descremada y fortificada o no con vitaminas A y D.

OFERTA

Producción Nacional

Guatemala no es productor de leche en polvo, por lo que la oferta del producto disponible en el mercado es totalmente importada o de origen extranjero.

Sin embargo, es importante tomar en cuenta que el sector productor de leche en Guatemala experimentó un aumento del 53% durante el 2007, lo cual significa que de 650 mil litros de leche que se procesaban a diario en el país en 2006, a la fecha se alcanza un millón. Por esta razón se debe considerar que este aumento, sumado al alza de la leche en polvo en el mercado internacional (US\$2,500 la tonelada métrica (TM) en 2006, para el 2007 alcanzó los US\$6,500), es visto por los empresarios nacionales como una gran oportunidad para continuar con la política de fortalecimiento del sector, con el propósito de cubrir el déficit existente en el país, que asciende a 1.5 millones de litros. Al comparar el precio por litro entre la leche en polvo importada y la leche fluida local existe una diferencia de Q.3.50 (US\$0.45) a favor de la leche nacional.

Este crecimiento de la industria nacional responde a varios esfuerzos y programas o proyectos creados en los últimos años con propósito de promover el desarrollo de la industria lechera a través de la compra de leche nacional y promover el crecimiento de mercado, así como también el aumento del consumo.

A manera de ejemplo, con la Cooperación de Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Cámara de Productores de Leche, UNOPS/PNUD y Niras Scanagri, el pasado mes de febrero 2008, arrancó la primera fase de capacitación del Proyecto de Asistencia Técnica para la Cadena Láctea en Guatemala.

El proyecto tiene por objetivo la integración de todos los eslabones de la Cadena Láctea en Guatemala, a través de la formación de 5 redes de acopio en donde participaran más de 300 productores de leche del país.

Con este proyecto de cooperación se pretende mejorar la organización, implementar medidas que mejoren la calidad y la cantidad de la leche cruda que las plantas formales reciben diariamente. (Fuente: www.portalechero.com y www.lecheros.org)

Finalmente, y reiterando las oportunidades para lo que a leche en polvo se refiere, se cree que a pesar de que muchas empresas de lácteos que importan leche en polvo para elaborar sus productos, algunas aseguran que no subirán sus precios al consumidor final.

Producto Importado

Los principales proveedores para Guatemala son Nueva Zelanda, Australia y en el último año Nicaragua.

En el caso particular de Nicaragua, los ingresos por exportaciones hacia América Central específicamente de la Compañía Centroamericana de Productos Lácteos, S.A. (PROLACSA) han crecido anualmente a un ritmo de 33.4% en los últimos tres años. De acuerdo con información del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MIFIC) de Nicaragua, PROLACSA produce un promedio tres mil 600 toneladas de leche entera en polvo al área, de las cuales mil 880 toneladas son elaboradas con materias primas locales, en tanto que mil 720 con leche entera reempacada, que es importada de Nueva Zelanda y Australia.

PROLACSA está produciendo leche en polvo instantánea, crema para café, leche entera en polvo instantánea con leche fresca, leche entera en polvo reempacada en polvo, Nesquick (cacao con adición de azúcar) y Nescafé listo. Por lo anterior, actualmente la empresa está exportando leche en polvo embolsada a El Salvador y Guatemala. (*Fuente: El Nuevo Diario, Managua, Nicaragua. 27/10/2007*)

Existe una variedad de leche en polvo que se encuentran en el mercado, tales como: leche entera, descremada, libre de grasa, vitaminada.

Dentro de las marcas que se manejan en Guatemala están: Anchor, Nestlé, Australian, Borden, Dos Pinos, Foremost, Goldstar, Milex, Kamoja y Suli.

En el 2004, Wal Mart, como una estrategia de valor agregado, empezó a ofrecer más de 100 nuevos productos de sus marcas privadas: Suli, Sabemas y SuperMax, consolidando así la estrategia de ofrecer al consumidor productos de buena calidad a un precio accesible. Este es el caso de la leche en polvo marca **SULI**.

DEMANDA

Pese a que el consumo de leche beneficia a la salud, los guatemaltecos consumen apenas 56 litros de leche al año, por debajo de los nicaragüenses (65 litros per cápita al año); salvadoreños (97 litros); hondureños (107 litros promedio al año), y los costarricenses (173 litros per cápita anuales). Asimismo, la producción del sector lácteo es el más bajo de Centroamérica y aunque el consumo y la producción de leche ha crecido en los últimos años, Guatemala figura entre las últimas posiciones de la región.

En cuanto a la composición de las importaciones, las de mayor importancia son la leche y nata en polvo, los quesos, la leche fluida y los helados. La leche y nata en polvo se emplea en un alto porcentaje a nivel industrial como materia prima para reconstitución de leche y su posterior empleo en la elaboración de derivados lácteos.

Según una encuesta realizada en 1998 por el Grupo Subsectorial de Trabajo de la Leche (GSTL) en cuatro ciudades guatemaltecas las familias consumen más leche en polvo que fluida y los entrevistados justificaron éste consumo en que la leche en polvo es más fácil de preparar, de mejor calidad y más higiénica (por su preparación y almacenamiento).

Por lo anterior, es importante tomar en cuenta que con respecto al empaque del producto, éste tiene cada vez mayor importancia para el consumidor, circunstancia por la cual las empresas lácteas están haciendo inversiones en este tema. Por esta razón, se tiende a utilizar procesos y empaques que permitan una duración más larga del producto en anaquel y

durante el transporte no refrigerado, como es el caso del producto deshidratado (o en polvo) y el UHT.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos complementarios o similares que también pueden representar una potencial competencia a la leche, son aquellos productos o variaciones de leche en polvo, leche fluida, leche saborizada, de soya, de cabra, etc. Estos representan un riesgo competitivo ya que se mercadean y promueven según sus prioridades alimenticias, nutritivas y digestivas como valores de mayor beneficio al consumidor en relación a la leche.

Con respecto a productos sustitutos, pueden ser las bebidas de sabor, jugos y cualquier tipo de bebida que se utiliza en la misma ocasión de consumo que la leche (desayunos o cenas). Sin embargo, derivado a las propiedades y cultura de consumo de leche en el país, éstos no representan una competencia directa y riesgosa como lo pueden representar los productos similares o complementarios antes descritos.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA

DEPTO.	Enero 2008	
	Q/litro leche fluida	US\$/leche fluida
ZONA NORTE		
Izabal	2.65	0.34
Alta Verapaz	2.25	0.29
Baja Verapaz	3.37	0.43
Promedio	2.76	0.35
ZONA CENTRAL		
Guatemala	3.58	0.46
Chimaltenango	3.38	0.43
Promedio	3.48	0.45
ZONA OCCIDENTE		
Huehuetenango	3.47	0.45
San Marcos	2.88	0.37
Quetzaltenango	3.47	0.45
Retalhuleu	3.00	0.39
Suchitepequez	3.11	0.40
Promedio	3.19	0.41
ZONA ORIENTE		
Zacapa	2.78	0.36
Jutiapa	3.13	0.41
Jalapa	2.62	0.34
Chiquimula	3.12	0.41
Promedio	2.91	0.38
ZONA SUR		
Escuintla	2.90	0.38
Santa Rosa	3.23	0.42
Promedio	3.07	0.39

Fuente: www.lecheros.org -Estudio realizado en Enero del 2008 sobre Precios del litro de leche fluida por departamento y por región de Guatemala- (Tipo de cambio Q7.7 x Us\$1.00)

**COSTO DE LA CANASTA BASICA DE ALIMENTOS (CBA) Y VITAL (CBV)
FEBRERO 2008 (En Quetzales)**

Productos	Unidad de medida	Gramos*	Precio Medio	Precio Medio US\$	Precio Medio	Precio Medio US\$	5.38 Personas	5.38 Personas US\$
		Familia/di	Enero	Enero	Febrero	Febrero	-costo-	-costo-
Leche fresca corriente	1000 ml	201.21	10.06	1.30	10.25	1.33	2.06	0.26
Leche en polvo	454 gms	26.97	32.15	4.17	33.65	4.37	2.00	0.25

Fuente: INE www.ine.gob.gt

* La unidad de medida mililitros y gramos son similares por lo que se usan indistintamente en los casos de leche fresca corriente.

Tipo de cambio Q7.7 x Us\$1.00)

PRECIOS EN SUPERMERCADO

MARCA / PRESENTACION	PRECIO Q	PRECIO US\$
LECHE SULI INSTANTANEA EN BOLSA 130 GRM.	10.05	1.30
LECHE SULI INSTANTANEA EN BOLSA 400 GRM.	29.10	3.77
LECHE SULI INSTANTANEA EN BOLSA 2500 GRM.	180.45	23.43
LECHE ANCHOR INSTANTANEA BOLSA 120 GRM.	9.85	1.28
LECHE ANCHOR INSTANTANEA BOLSA 360 GRM.	29.75	3.86
LECHE ANCHOR INSTANTANEA LATA 1800 GRM.	137.95	17.92
LECHE ANCHOR INSTANTANEA LATA 2.5 KGM.	185.95	24.15
LECHE ANCHOR INSTANTANEA LATA 900 GRM.	73.95	9.60
LECHE ENTERA ANCHOR EN POLVO BOLSA 1600 GRS.	116.95	15.18
LECHE ENTERA ANCHOR EN POLVO BOLSA 2200 GRS.	159.95	20.77
LECHE ENTERA ANCHOR EN POLVO BOLSA 800 GRS.	59.95	7.78
LECHE AUSTRALIAN INSTANTANEA EN BOLSA 2.5 KG.	139.95	18.17
LECHE AUSTRALIAN ENTERA EN POLVO BOLSA 360 GRM.	25.95	3.37
LECHE AUSTRALIAN INSTANTANEA LIBRE DE GRASA BOLSA 400 GRMS.	28.95	3.75
LECHE BORDEN ENTERA INSTANTANEA 2500 GRMS.	165.95	21.55
LECHE BORDEN ENTERA INSTANTANEA BOTE 900 GRMS.	62.95	8.17
LECHE BORDEN ENTERA INSTANTANEA CAJA 400 GRMS.	28.75	3.73
LECHE DOS PINOS ENTERA VITAMINADA 1800 GRMS.	107.95	14.02
LECHE PINITO INSTANTANEA BOLSA 400 GRM.	29.95	3.89
LECHE DOS PINOS DESCREMADA 1.5 KGS.	108.95	14.15
LECHE FOREMOST EN POLVO BOLSA 2000 GRMS.	126.95	16.48
LECHE FOREMOST EN POLVO BOLSA 400 GRMS.	25.45	3.30
LECHE GOLDSTAR ENTERA EN POLVO 400 GRMS.	21.75	2.82
LECHE GOLDSTAR ENTERA INSTANTANEA 1800 GRMS.	135.95	17.65
LECHE GOLDSTAR EN POLVO DESCREMADA 400 GRMS.	24.75	3.21

LECHE KAMOJA EN POLVO BOLSA 2500 GRMS.	128.95	16.75
LECHE KAMOJA EN POLVO BOLSA 400 GRMS.	19.45	2.53
LECHE NESTLE NIDO ENTERA CON HUERRO EN BOLSA 360 GRMS.	29.75	3.86
LECHE NIDO ENTRA 1600 GRMS.	129.95	16.88
LECHE NIDO ENTERA INSTANTANEA 2200 GRMS.	185.95	24.15
LECHE NESTLE NIDO BOLSA 400 GRM.	26.95	3.50
LECHE NIDO ENTERA 800 GRMS.	68.95	8.95
LECHE MILEX BOLSA 1800 GRMS.	116.95	15.19
LECHE MILEX INSTANTANEA 2500 GRMS.	167.95	21.81

Tipo de cambio Q7.7 x Us\$1.00)

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

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 como son los lácteos. Las principales cadenas comerciales, distribuidores y supermercados por lo general cuentan con promociones de descuentos de leche en sus diferentes presentaciones.

Se realizan estrategias para el posicionamiento de marca y así desensibilizar al consumidor al precio, a través de nuevas especialidades, sabores, atributos y variedades del producto, de esta manera captar al consumidor con productos innovadores que demuestran mayores beneficios. Además, muchos consideran que la mejor forma de comunicar los beneficios y atributos diferenciadores del producto es en el empaque del mismo, que éste sea atractivo, informativo y diferente.

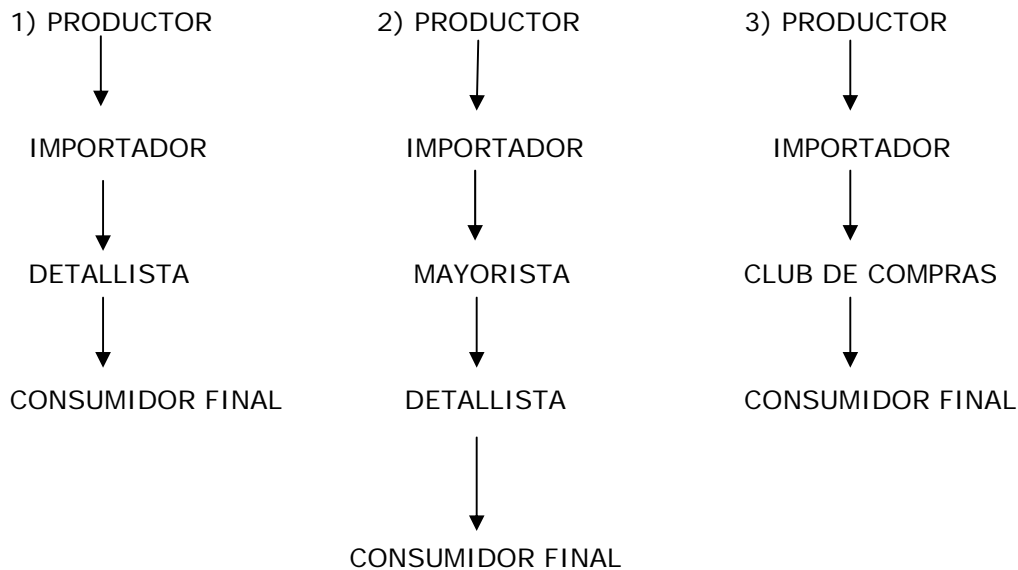
Un punto importante para el éxito de venta de un producto como la leche es el acceso visual con el que cuente en el punto de venta, ya que al existir una gran oferta de marcas y variedades, el consumidor decide la compra por el que encuentra con mayor facilidad y acceso.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La temporada de compra de estos productos se mantiene constante durante el año.

La cadena de distribución del mercado de productos lácteos 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.

Para los productos importados se comercializan a través de los siguientes canales:



PRINCIPALES DETALLISTAS

Guatemala aun tiene un 70% en manos del canal informal, tradicional, existiendo más de 100 mil tiendas de barrio que es donde se concentra el 70% del volumen nacional, mientras que en los autoservicios se tiene un 25 ó 26% del consumo restante.

Los canales de distribución en Guatemala son:

- Wal-Mart Centroamérica a la cual pertenecen Supermercados Paiz, La Despensa Familiar, Maxi Bodegas, Hiper-Paiz y el club de compras ClubCo.
- La otra cadena de supermercados es Unisuper a la cual pertenecen los supermercados La Torre y Econosuper.
- Price Smart: club de compras con membresía.
- Mercados y abarroterías de barrio

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

La leche en polvo viene generalmente empacada en bolsa, bote o lata y caja de distintas cantidades:

Bolsa: 120 grms., 130 grms., 360 grms., 400 grms., 800 grms., 1600 grms., 1800 grms., 2000 grms., 2200 grms., 2500 grms., 1.5 kgs., 2.5 kgs.

Lata: 900 grms., 1800 grms., 2.5 kgs.

Caja: 400 grms.

A continuación muestra de etiquetas o empaques de los principales competidores de leche en polvo:



SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO

Vale la pena mencionar que Chile posee una excelente imagen en Guatemala, lo cual permite que los productos y servicios chilenos sean reconocidos como altamente competitivos. Esta situación representa una ventaja pues la disposición por parte de los empresarios locales es accesible al momento de solicitar una reunión de negocios.

Ahora bien, en el caso de los productos lácteos, se recomienda el desarrollo de alianzas estratégicas entre las empresas nacionales e internacionales –chilenas en este caso-, ya que es un mecanismo mediante el cual las industrias lácteas guatemaltecas podrían mejorar y consecuentemente abordar la demanda insatisfecha por la reducida capacidad de producción.

Guatemala es un importador de productos lácteos, condición que puede ser aprovechada por las grandes empresas nacionales e internacionales para introducir la fabricación de productos alternativos. Un buen ejemplo son los lácteos delactosados, dietéticos, quesos bajos en grasa y leche descremada, un nicho de mercado poco explotado por la industria local.

Por otro lado, es determinante el desarrollo de una relación de negocios con un importador o distribuidor que cuente con canales de distribución amplios, seguros y ojalá con alcance a nivel nacional, asimismo que posea las condiciones necesarias para el debido acceso al consumidor en el punto de venta.

Finalmente, se sugiere tener conocimiento previo sobre la cultura de negocios en Guatemala, por lo que es importante tomar en cuenta fechas de vacaciones, feriados, etc. Por ejemplo, a partir de diciembre y la primera quincena de enero la actividad empresarial disminuye por temporada de vacaciones de fin de año. Situación que sucede también durante la época de Semana Santa.

FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS



Fechas: del 07 al 10 de Septiembre 2008

Lugar: Grand Tikal Futura Hotel

Su objetivo es vender y promover productos alimenticios, equipos y servicios para la Industria Alimenticia. Hacer contacto con clientes potenciales y atender a sus clientes habituales en sectores especializado. Presentar y conocer novedades (lanzar nuevos productos).

***Para mayor información se sugiere comunicarse a la Oficina Comercial de Prochile**

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Aranceles

Secretaría de Integración Económica Centroamericana www.sieca.org.gt

Superintendencia de Administración Tributaria –SAT- www.sat.gob.gt

Asociaciones locales

Cámara de Comercio www.negociosenguatemala.com

Cámara de Productores de Leche www.lecheros.org

Estadísticas

Ministerio de Economía www.mineco.gob.gt

Banco de Guatemala www.banguat.gob.gt

Normas

Comisión Guatemalteca de Normas -COGUANOR: www.coguanor.org

Ministerio de Economía www.mineco.gob.gt

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social www.mspas.gob.gt

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación www.maga.gob.gt

Marcas y competencia

www.adgpl.com.au

www.nestle-centroamerica.com

www.bordenonline.com

www.dospinos.com

www.foremost.com.gt

Tiendas y canales de distribución

www.unisuper.com.gt

www.misuper.com

www.lafragua.com,

www.walmart-centroamerica.com

www.pricemart.com

