
Estudio de Mercado Duraznos en conserva en Guatemala

Julio 2011

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 Países con Ventajas Arancelarias:	7
4. Otros Impuestos:	7
5. Barreras Para – Arancelarias	8
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	8
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	8
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	11
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	12
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	14
1. Estadísticas 2010	14
2. Estadísticas 2009	14
3. Estadísticas 2008	14
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	15
1. Potencial del producto	15
1.1. Formas de consumo del producto	18

1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	18
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	20
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	20
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	20
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>21</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	<i>26</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia.....</i>	<i>27</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>29</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	<i>30</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>31</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	<i>32</i>

PRODUCTO:

- 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:**
2008.7019
- 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:**
Melocotones (duraznos) incluidos griñones y nectarinas
- 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:**
2008.7000: melocotones (duraznos) incluidos griñones y nectarinas.
2008.70.00AA: únicamente en envases menores a 1kg
2008.70.00BB: únicamente en envase superior o igual a 1kg

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

- 1. ARANCEL GENERAL:**
El arancel general (o arancel aduanero base) para la partida 2008.7000 es **15%**
- 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):**

Desde marzo del 2010 está vigente el Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Chile. Los melocotones en almíbar con envases menores a 1kg se sitúan bajo la categoría **G** con preferencia arancelaria de 20% en donde los aranceles aduaneros sobre mercancías corresponden a desgravaciones porcentuales fijas en el tiempo. Para el presente año la partida **2008.70.00AA** se encuentra sujeta a un DAI de **12%**.

Categoría G (Preferencia arancelaria):

Preferencia arancelaria	Arancel aduanero base	Arancel aduanero a pagar
20%	15%	12%

Por otro lado, la partida **2008.70.00BB** que representa los melocotones con envase superior o igual a 1kg, se encuentra bajo categoría **D**, es decir que los aranceles aduaneros se eliminarán en 15 etapas anuales iguales, y dichas mercancías quedaran libres de arancel aduanero a partir del 1ero de enero del año 15. Actualmente ésta partida se encuentra sujeta a un DAI del **13%** ya que este es el segundo año de vigencia del tratado:

Partida 20087000 BB	
Arancel aduanero base	15%
TLC Chile-Guatemala	Arancel aduanero a pagar
Entrada en vigencia	14.00%
1 de enero del año 2	13.00%
1 de enero del año 3	12.00%
1 de enero del año 4	11.00%
1 de enero del año 5	10.00%
1 de enero del año 6	9.00%
1 de enero del año 7	8.00%
1 de enero del año 8	7.00%
1 de enero del año 9	6.00%
1 de enero del año 10	5.00%
1 de enero del año 11	4.00%
1 de enero del año 12	3.00%
1 de enero del año 13	2.00%
1 de enero del año 14	1.00%
A partir del 1 de enero del año 15	0.00%

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

País beneficiado	ARANCEL	ACUERDO
EE.UU	0%	TLC
República Dominicana	0%	TLC
Taiwán	9%	TLC
México	0%	TLC
Panamá	0%	TLC
Colombia	12%	TLC

4. 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 5% s/valor de la mercadería (100 x 0,15)	5
Total a pagar en aduana *	117

*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.

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

En Guatemala no existen barreras para arancelarias o políticas de importación adicional o específica, así que para la importación de productos con la partida 2008.7000 no se pueden citar ningún tipo de barreras. 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

Requisitos de importación:

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

- **Licencia de importador:** Los importadores deben de registrarse y obtener una licencia de importador otorgada por el Ministerio de Economía e inscribirse en el Padrón de Importadores.
- **Licencia sanitaria** (el importador debe de contar con una licencia para poder comercializar productos alimenticios dentro de la región): Los distribuidores y/o importadores de productos alimenticios deben registrarse y deben obtener una licencia sanitaria del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Dirección General de Servicios de Salud. Este trámite se realiza en la Unidad de Autorizaciones Sanitarias – Departamento de Control de Alimentos, dependencia del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. Este trámite 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).
- **Factura comercial:** legalizados por la Embajada de Guatemala en el país de origen de la mercancía.
- **Lista de empaque**
- **Registro de importadores**
- **Certificado de origen:** documento indispensable para que puedan ser aplicados los beneficios del Acuerdo Comercial.
- **Documento de embarque:** legalizados por la Embajada de Guatemala en el país de origen de la mercancía.
- **Certificado Sanitario avalado por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social** - Registro Sanitario- (más adelante se explicará el proceso del trámite)

Para la tramitación de la importación se requieren los servicios de un agente de aduanas en Guatemala. Las importaciones antes de proceder a su desaduanaje estarán depositadas en Almacenes Generales de Depósito y para poder ser distribuidos en el país se requiere la tramitación de la declaración aduanera de importación y el pago de los derechos arancelarios correspondientes. Ver el siguiente link para mayor información:

www.portal.sat.gob.gt/portal/index.php?option=content&task=section&id=5&Itemid=48

Regulaciones Sanitarias – Registro Sanitario:

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

Presentar el Formulario **DRCA32-2006** (el cual incluye formulario de solicitud, requisitos e instructivo de uso) con los requisitos solicitados, en una carpeta, en la Ventanilla del Ministerio de Salud ubicada en 5ta. Avenida 13-27 zona 9, Ciudad Guatemala.

Documentos que acompañan la solicitud:

- Comprobante de pago por derecho de trámite de registro sanitario.
- Formulario DRCA 32-2006 debidamente llenado, firmado y sellado.
- Fotocopia de la licencia sanitaria como fabricante y distribuidor emitida por los Servicios de Salud
- 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 normativa correspondiente.

Para todos los distribuidores distintos al fabricante, se debe adjuntar una fotocopia simple de la Licencia Sanitaria como Distribuidor, emitida por los servicios locales de salud.

Si el Producto es Importado, debe presentar:

- 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.
- No se deben de presentar muestras ya que el producto se encuentra catalogado como de bajo riesgo.

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 los melocotones en conserva es “C” 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 baja posibilidad de causar daño a la salud. Ver el siguiente link para más información:

http://www.mspas.gob.gt/DGRVCS/DRCA/documentos/REG_SANITARIO/Clasificacion%20Registro.pdf

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

Requisitos de etiquetado:

En Guatemala la entidad encargada de dictar las normas de etiquetado para melocotones en almíbar es COGUANOR:

La norma a evaluar sobre melocotones en almíbar es la NGO 34 110 82-07-14 seguir link www.coguanor.org

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:

1. **Las Condiciones Generales de las Etiquetas:** El capítulo indica que las etiquetas no deben dejar dudas respecto a la verdadera naturaleza de los productos alimenticios, ni a su composición, calidad, cantidad, origen o procedencia, tratamiento general a que ha sido sometido y otras propiedades esenciales de los mismos. Describe las características generales de los materiales de las etiquetas, de sus inscripciones, así como el tamaño mínimo de las mismas en relación con el tamaño del envase. También establece que las etiquetas deben ser redactadas en idioma español y no deben tener leyendas de significado ambiguo o ilustraciones y adornos que induzcan a engaño, ni características que no se puedan comprobar. Asimismo establece que no se permiten indicaciones que atribuyan al producto una acción curativa o preventiva.
2. **Las Características de la Información de la Etiqueta:** describe la información mínima que debe contener la etiqueta de un producto alimenticio, esta información incluye la siguiente :
 - **Nombre del Producto:** nombre específico del producto, la marca de fábrica o comercial o la denominación de fantasía; se debe presentar con letras de tamaño y color sobresaliente, indicándose es estado físico en que se encuentra el producto o el tratamiento específico al que ha sido sometido.
 - **Imitación de un Producto:** La norma establece que cuando este sea el caso, deberá indicarse en la sección principal de la etiqueta la palabra imitación en tamaño de letras igual al del nombre del producto.
 - **Alimento Artificial:** Esta información debe indicarse en la sección principal de la etiqueta en tamaño de letras igual al nombre de producto.
 - **Marca Registrada:** La marca registrada debe indicarse también en la parte principal de la etiqueta.
 - **Contenido Neto:** De acuerdo con la norma, el contenido neto debe presentarse dentro del 30% de la parte inferior de la etiqueta, expresado en el Sistema Internacional de Unidades. Esta sección también detalla el tamaño de las letras y de los números que deben usarse para los diferentes tamaños de etiqueta.
3. **Información Adicional:** la norma establece que debe declararse cualquier información relevante relacionada con la formulación o el procesamiento del alimento.

Para una información más detallada se recomienda ver el siguiente link:

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

Según el Standard de Etiquetado # 34039 de la COGUANOR, lo básico que debe contener el etiquetado, entre otra, 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 congelado", si fuera necesario.
10. "Modo de preparación", si se requiere.

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:

Para alimentos de origen animal, sin procesar:

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA Y ALIMENTACION (MAGA): www.maga.gob.gt

Para alimentos procesados:

MINISTERIO DE SALUD PUBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL (MSPAS): Departamento de Control de Alimentos, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social www.mspas.gob.gt

Registro de importadores: Bancasat www.sat.gob.gt

Entidad para consultar normas de etiquetado:

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 Sanitaria:

Registro Sanitario: Unidad de Autorizaciones Sanitarias – Departamento de Control de Alimentos, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social www.mspas.gob.gt drca@intelnet.net.gt

Dirección: 5ª. Ave. 13-27 zona 9 Tel: 502-23394886 y 87

Pago de impuestos:

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

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

Se puede observar el etiquetado de la lata de melocotones en almíbar, en la cual se muestran los ingredientes, origen, nombre del producto, registro sanitario para Guatemala, peso y datos del distribuidor, indicaciones sobre la fecha de fabricación y de vencimiento.



En la siguiente foto se puede observar el etiquetado de la lata de melocotones de la marca Arcor, indicando el país y dirección del fabricante (Chile por Indal, S.A.), el importador y distribuidor en varios países como Ecuador, Paraguay, entre otros. Se observa en una etiqueta blanca adherida a un costado, la dirección y nombre del importador y distribuidor para Guatemala (Grupo Alza), con su debido registro sanitario, ingredientes y fechas de vencimientos y fabricación.



La siguiente etiqueta es del producto marca Sabemas (marca privada de Walmart), en la cual se puede observar el nombre del fabricante y país de origen (Seneca Foods, EE.UU.) así como los importadores y distribuidores de cada país de Centroamérica con su correspondiente registro sanitario y un código de barras para su comercialización en supermercados.



IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
CHILE	1.306.803	1.339.878	63,55
ESPAÑA	327.880	343.087	16,27
EE.UU	270.926	274.777	13,03
Subtotal	1.905.609	1.957.742	92,86
Total	2.053.564	2.108.295	100

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
CHILE	450.803	495.345	36,98
ESPAÑA	395.533	411.280	30,7
EE.UU	266.712	266.712	19,91
Subtotal	1.113.048	1.173.337	87,6
Total	1.280.036	1.339.489	100

3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
EE.UU	281.256	400.920	98,83
EL SALVADOR	35.335	4.746	1,17
Subtotal	316.591	405.666	100
Total	316.591	405.666	100

Fuente: Banco de Guatemala, Depto. de 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.

V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Se llama conserva el resultado del proceso de manipulación de alimentos de tal forma que se evite su deterioro (pérdida de calidad o de sus valores nutricionales). Las conservas también incluyen procesos que inhiben la decoloración natural que puede ocurrir durante la preparación de los alimentos. Los alimentos en conserva pueden encontrarse en envases de vidrio, latón y bolsa hermética, denominada doy-pack.

Los melocotones en almíbar enlatados se encuentran mercadológicamente clasificados como productos de conveniencia, es decir que su precio es relativamente bajo y requiere poco esfuerzo de compra. En este caso, el cliente para adquirirlo, no está dispuesto a emprender una búsqueda extensa, se basa en precio y no le es leal a una marca en especial. Actualmente, la distribución se puede considerar selectiva ya que solamente se encuentran en ciertos puntos de venta. Según la continua aceptación, su distribución llegará a ser masiva.

Los melocotones en almíbar son consumidos, por lo general, por personas de los niveles socioeconómicos B, C-, C y C+. El resto de la población es de escasos recursos por lo que no se encuentra familiarizado con este producto que es vendido solamente a través de supermercados y tiendas especializadas. No existe un hábito de consumo de este tipo de alimento sin embargo la demanda se encuentra en crecimiento debido a la disponibilidad, fácil manejo y uso.



Ahora, en relación a la demanda industrial, ésta básicamente se refiere a la demanda de hoteles, cadenas de restaurantes, restaurantes independientes, panaderías, cadenas de pastelerías, pastelerías independientes, heladerías, entre otros. Todos realizan los pedidos a sus proveedores, los cuales han elegido con atención, según los criterios o especificaciones que consideren importantes. Existen empresas distribuidoras enfocadas a este tipo de mercado que cuentan con los canales de distribución adecuados para cubrir a nivel de toda la Republica.

Las marcas que se pueden encontrar en el mercado son:

MARCA	EMPRESA	ORIGEN
Del Monte	Norteamericana	E.E.U.U.
Miguel's	Guatemalteca	Chile
Killio's	Guatemalteca	Chile
Arcor	Argentina	Chile
San Jose	Guatemalteca	Chile
Ducal	Guatemalteca	Chile
Del Maipo	Chilena	Chile
Helios	Española	España
Dulcinea	Guatemalteca	Guatemala
Montesol	Guatemalteca	Chile
S.W.	Norteamericana	EE.UU.
Ya esta!	Guatemalteca	Guatemala y Chile
Sabemas	Guatemalteca	EE.UU.
Corina	Chile	Chile

La mayoría de empresas guatemaltecas maquilan los melocotones en almíbar en Chile bajo sus propias marcas para después comercializarlos en el mercado local. Hay distribuidores que representan a marcas chilenas en el territorio guatemalteco como Del Maipo y Corina.

Producción:

Conservas y Alimentos S.A., marca Miguel's,

Inbesa, marca Dulcinea y

Conservas y Congelados, S.A. – Coco - marca Ya esta!

Las anteriores son las únicas tres grandes empresas que, dentro de su gama de productos, manejan producción de duraznos enteros en almíbar, no los comercializan en mitades. Las presentaciones son en envases de vidrio de 32 onzas. Procesan también higos, peras, guayabas y manzanillas en conserva o en almíbar.

Además de producir duraznos enteros en almíbar, la marca Miguel's también importa producto de Chile, cocktail de frutas y melocotones en almíbar, los cuales se comercializan en latas de 29onzas y de 3000 gramos.



En la imagen se puede observar los melocotones enlatados de origen Chileno y los duraznos producidos localmente.

Coco, S.A. es una empresa procesadora de alimentos enfocada al mercado internacional. Su principal segmento es el mercado nostálgico, es decir, orientado a la comunidad de guatemaltecos que viven en Estados Unidos; son productos que van dirigidos principalmente a los migrantes. En lo que a los duraznos se refiere, esta empresa produce duraznos enteros en almíbar y una mezcla de duraznos con cerezas en almíbar.



Duraznos con cereza marca Ya esta! Duraznos enteros en almíbar marca Ya esta!



Duraznos enteros marca Dulcinea en supermercados La Torre en envase de vidrio de 650grms.

Productos sustitutos:

Se puede tomar como un producto sustituto toda aquella fruta en conserva que cumpla la misma función para el consumidor final como para el consumidor industrial. Estas frutas pueden ser: piñas, guayabas, peras, higos y cocketeles de frutas en almíbar. Sin embargo, desde su introducción en el mercado guatemalteco, los melocotones han sido los de mejor aceptación.



Cockteles de fruta de la marca Miguel's y marca San Jose.

Piñas en rodaja, marca Dole.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los melocotones en almíbar, enlatados, se distinguen por su textura y sabor característico, siendo bastante utilizados en repostería y para el consumo en el hogar.

En el hogar se consume como un postre, como merienda y/o para la preparación de postres caseros.

A nivel industrial se utiliza en la repostería.



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

En lo que a comercialización se refiere, no se han detectado estrategias relevantes, únicamente el sistema de compra Online en los supermercados (con membresía) "Price Smart". Por otro lado, se puede mencionar la suscripción a la página de supermercados La Torre para recibir, al correo electrónico personal, las ofertas y promociones, así como también se puede mencionar la promoción de la tarjeta de fidelidad con la cual se obtienen diversos beneficios.



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



En la imagen: Latas de melocotones marca Ducal, el precio unitario – etiqueta amarilla- Q22,35 (US\$2,86) y de 4 unidades en adelante – etiqueta naranja- el precio es de Q20,75 (US\$2,66) – (Tipo de cambio Q7,80 por 1US\$).

Por otra parte, en lo que a la presentación del producto se refiere, se puede mencionar que la marca Helios de España maneja también la versión “sin azúcar”. El precio es el mismo para los melocotones regulares que para los melocotones en conserva, sin azúcar.

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

Para los importadores potenciales entrevistados, los requisitos con los cuales debe contar el proveedor son:

Calidad: el factor más importante según los importadores entrevistados es la calidad del melocotón. El producto debe conservar su color, debe ser consistente, o sea, que no se ablande ni se deshaga con el almíbar. Si el producto es utilizado para la decoración o para la elaboración de postres, tanto en el mercado institucional (restaurantes) o para consumo (en el hogar) y el melocotón posee esos desperfectos, el cliente se decepcionará y no existirá recompra.

Servicio al cliente: según entrevistas realizadas, el servicio al cliente es fundamental y de suma importancia. Hacen énfasis en la comunicación fluida y constante, el abastecimiento puntual y el valor del seguimiento en la venta.

Procedencia: es ideal que la empresa exportadora sea responsable sobre el producto que ha ofrecido y sobre el producto que finalmente entrega. Las compañías de Estados Unidos cuentan con un sistema de monitoreo de calidad con la cual brindan confianza y respaldo al cliente, entregando lo ofrecido.

Empaque y etiquetado: la etiqueta debe ser elaborada de acuerdo a las normas del país de destino y de preferencia que sean impresas y colocadas en el país de origen. Para el consumo a granel las importadoras

requieren que los melocotones sean empacados en latas #10, es decir, la que corresponde a un peso de 3kgs. Para el consumo retail se valoran las innovaciones en el empaque (Ejemplo, utilización de doy pack).

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Este tipo de productos mantiene una demanda constante a lo largo del año, con picos de ventas en épocas festivas como febrero por el día de San Valentín, mayo por el día de la Madre, y diciembre por las vacaciones y fiestas de fin de año.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Dentro de las zonas de mayor consumo de melocotones en almíbar según situación geográfica de la industria, se pueden mencionar:

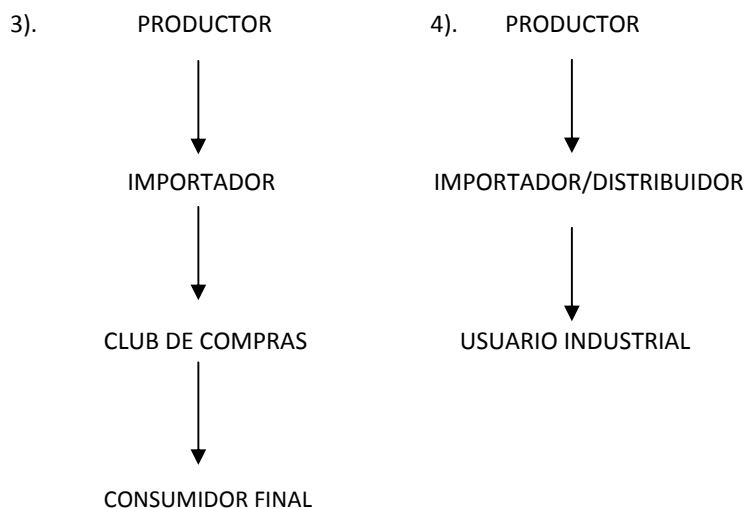
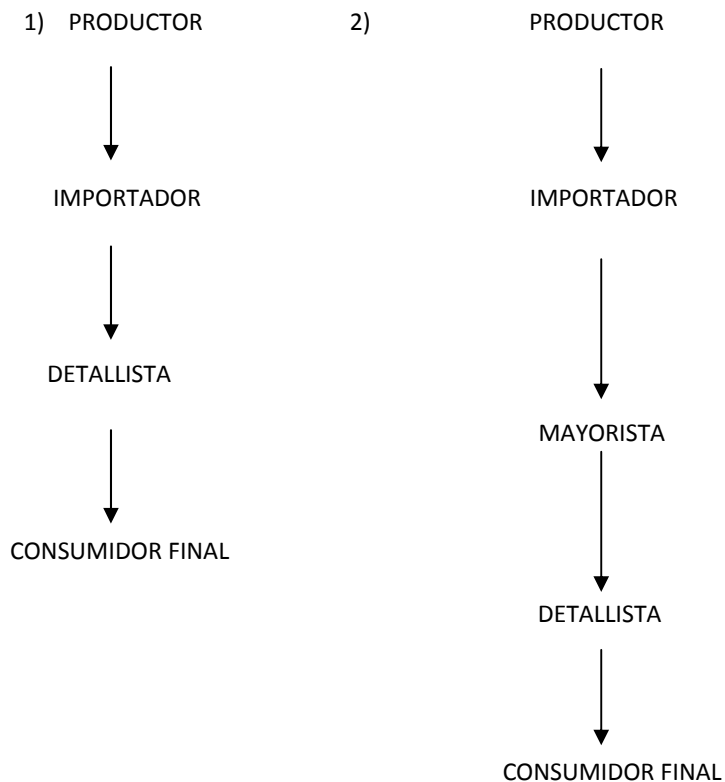
- El área metropolitana
- Principales ciudades en regiones donde se encuentran ubicados puntos de venta de supermercados

En las aldeas no se encuentra presente dicho producto ya que la demanda en estos puntos es muy baja.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La cadena de distribución del mercado de melocotones en conserva está formada por importadores, distribuidores, mayoristas y supermercados. El exportador puede vender directamente a cualquiera de ellos dependiendo de sus relaciones y de su capacidad. Por otro lado, es importante considerar que el distribuidor posea sus propios y amplios canales de distribución o bien alianzas con empresas que tengan un canal de distribución consolidado. En el último caso que tenga su propio canal de distribución al interior del país, enfocándose en las principales ciudades.

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



La información sobre los márgenes es confidencial.

PRINCIPALES DETALLISTAS:

Los canales de distribución en Guatemala son:

- Walmart Centroamérica: En Guatemala cuenta con 5 formatos de tiendas distintas, según el segmento y las necesidades de los clientes, haciendo un total de 175 supermercados.
 - **Supermercados Paiz:** cuenta con 30 establecimientos. Están enfocados 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 las marcas privadas (Suli y Sabemas).
 - **Walmart:** 7 establecimientos. Hipermercado donde 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, restaurante).
 - **Maxi Bodegas:** con un total de 15 establecimientos, donde ofrecen mayores descuentos. Con mayor surtido de productos a precios competitivos. Ubicados en distritos urbanos.
 - **Club Co:** tienda formato club de compras (membresía). Cuentan con 2 establecimientos. Las compras pueden ser por volumen (en paquetes institucionales) y están ubicados cerca de las entradas a la ciudad capital.

- Cadena de supermercados Unisuper, a la cual pertenecen los supermercados La Torre y Econosuper:
 - La Torre: 36 establecimientos
 - Econosuper: pequeño supermercado con 11 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 con 6 locales.
- Supermercados La Barata: enfocado a segmento popular, pequeñas tiendas con surtido limitado.
- Super24 (propiedad de Cervecería Centroamericana): 21 establecimientos, surtido limitado y están abiertos las 24hrs.
- Supermercado Puerta del Sol: supermercado de especialidades y productos importados. 1 establecimiento.
- Supermercados de cadenas familiares
- Mercados y abarroterías de barrio

Principales distribuidores y/o importadores:

- **CODICASA:** www.codicasa.com
- **CODISA:** www.codisa.com.gt
- **MONTESOL**
- **PRICE SMART:** club de compras enfocado al consumidor final y consumidor institucional como las pymes. www.pricesmart.com
- **GRUPO ALZA:** www.grupoalza.com
- **SUMINISTROS & ALIMENTOS**
- **INDUSTRIAS ALIMENTICIAS KERN'S**
- **CONSERVAS Y ALIMENTOS:** empresa nacional dedicada a la industria de conservas, su marca es Miguel's. Procesa, envasa y exporta sus productos a Centroamérica, México y Estados Unidos. www.productosmiguel.com
- **COLOMBINA – PROCALIDAD**
GARESA: www.garesaweb.com

Por lo general la mercadería es transportada en camiones, furgones o tráileres (plataformas).

Para el transporte de las conservas en envase de vidrio, el embalaje es de la siguiente forma:

Durazno en Almibar Peach

INGREDIENTES
Durazno, agua, azúcar, ácido cítrico, canela y benzoato de sodio 0.1%

INGREDIENTS
Peach, water, sugar, citric acid, cinnamon and sodium benzoate 0.1%

Unidad
Peso Neto : 2 lbs (32 oz)
Peso Bruto : 2.88 lbs (46 oz)

Caja
Contenido : 12 unidades
Alto (A) : 7"
Largo (B) : 13.5"
Fondo (C) : 7.5"
Peso bruto : 34.5 Kg

Pallet 100x120
Contenido en palet : 56 cajas
Cajas x manto : 8 cajas
Mantos x palet : 7 mantos
Peso bruto (palet+caja+producto) : 1971.8 lbs
Altura (A) x palet : 53.7"

Diagram labels: A, B, C, YAESTA, MANTOS X PALET, CAJAS X MANTO, ALTURA EN CENTIMETROS

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 Maritimas	Oceano
Puerto Quetzal	Pacifico
Santo Tomas	Atlantico
Puerto Barrios	Atlantico

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Los siguientes son precios de melocotones (duraznos) en almíbar de los principales detallistas del país:

MARCA	PRESENTACION	PRECIO Q	PRECIO US\$	ORIGEN
Del Monte	lata de 432gram.	19,15	2,45	EE.UU.
Miguel's	lata de 820gram.	23,20	2,97	Chile
Sabemas	lata de 820gram.	21*	2,69	EE.UU.
Killio's	lata de 820gram.	23,20	2,97	Chile
Del Monte	lata de 820gram.	28,45	3,65	EE.UU.
Del Monte	lata de 241gram.	13,85	1,77	EE.UU.
Arcor	lata de 820gram.	23,5	3,01	Chile
San Jose	lata de 820gram.	25,75	3,3	Chile
Dulcinea	envase de vidrio de 650gram.	32,65	4,18	Guatemala
San Jose	lata de 820gram.	22,90	2,93	Chile
Ducal	lata de 820gram.	23,35	2,99	Chile
Del Maipo	lata de 820gram.	20,85	2,67	Chile
Helios	lata de 820gram. sin azucar	29,05	3,72	España
Helios	lata de 820gram.	29,05	3,72	España
Montesol	lata de 820gram.	18,70**	2,40	Chile
Arcor	lata de 820gram.	21,90	2,81	Chile
San Jose	lata de 820gram.	24,45	3,13	Chile
Del Monte	lata de 125 onzas	17,95	2,3	EE.UU.
S.W.	8 pack de 425gram. c/u	94,95	12,17	EE.UU.
S.W.	lata de 3kgs ***	46,95	6,02	EE.UU.
Del Monte	lata de 15ozs.	16,75	2,15	EE.UU.
Del Monte	lata de 8,5ozs,	12,15	1,56	EE.UU.
Del Monte	4 pack de 32ozs. c/u	40,7	5,22	EE.UU.
Ducal	cocktel, lata de 820gram.	23,01	2,95	Chile
Del Monte	cocktel, lata de 820gram.	28,95	3,71	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 US\$1.00.

*estrategia de precio bajo en supermercados Paiz

**producto ofertado, precio normal US\$2,79

*** Producto mayorista –precio mayorista

Los siguientes son precios de productos sustitutos:

MARCA	PRODUCTO	PRESENTACION	PRECIO Q	PRECIO US\$
Ducal	Cocktel de frutas	lata de 820gr	23,50	3,01
Del Monte	Cocktel de frutas	lata de 820gr	28,95	3,71
Del Monte	Cocktel de frutas	lata de 15,25 oz	17,95	2,30
Sol	piña rodajada	lata de 480gr	14,70	1,88
Montesol	higos	lata de 800gr	26,40	3,38
Montesol	piña rodajada	lata de 850gr	22,70	2,91
Del Monte	piña rodajada	lata de 577gr	25,30	3,24

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 x US\$1.00

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Publicidad:

La publicidad que se ha observado es de la marca en general, no solamente para los melocotones. Esta publicidad ha sido en programas de cocina en televisión nacional, donde parte de los ingredientes pertenecen a una marca en especial. Por otro lado no se ha percibido publicidad en medios impresos ni medios 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 del Ministerio de Salud, para su conocimiento y aprobación. www.mspas.gob.gt

Promoción:

El mercado de Guatemala es particularmente sensible a las ofertas o promociones y descuentos. Esta 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 de 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 se pueden mencionar las siguientes:

- Rebaja en precios
- Presencia en ferias y eventos gastronómicos.
- Patrocinio en programas de concursos.

- Patrocinio en programas de cocina.
- Degustaciones
- Presencia en publicaciones especializadas.



En la imagen se puede observar la oferta de melocotones marca Montesol, lata de 820grms., a US\$2,40 (Q18,70) en supermercados La Torre www.supermercadoslatorre.com

Supermercados Walmart aplica una estrategia de precios bajos en ciertos productos durante tres meses rotando así su mercadería.



En la imagen melocotones marca Sabemas (marca privada de Walmart) presentación en lata de 820grms. a Q21 (US\$2,7), el precio de regular es Q22.55 (US\$2,89)

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Los empaques utilizados para melocotones son recipientes metálicos (latas) y para los productos nacionales se observaron envases de vidrio. Algunas marcas como Dole, Del Monte, Del Maipo y Helios contienen en la parte superior del latón, un abre-fácil.

Las presentaciones que se observaron en el mercado son las siguientes:

- Lata de 8,5 oz
- Lata de 15 oz
- Lata de 125 oz
- Lata de 240 gr
- Lata de 432 gr
- Lata de 820 gr
- Lata de 3kgs siendo esta presentación la que se comercializa a nivel institucional
- Caja que contiene 4 paquetes de 4 oz c/u
- Caja que contiene 8 paquetes de 8,5 Oz c/u



Latas de la marca S.W. de 3kgs.



Cajas de 6 latas de 3kgs c/1



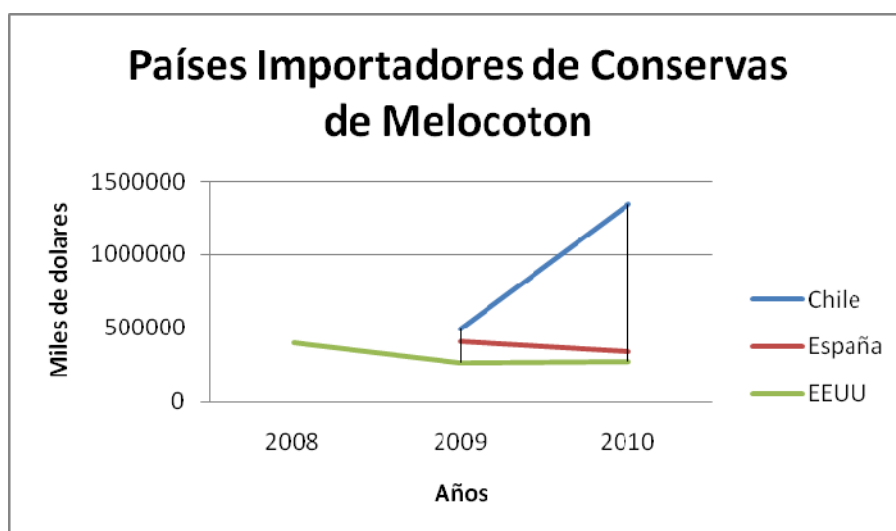
Caja de 8 pack de 425gr c/u marca S.W.

Venta personal:

Herramienta utilizada para la venta institucional. Vendedores o representantes de las empresas distribuidoras visitan a sus clientes ofreciendo los precios, beneficios y cualidades de las marcas.

X ■ SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

El mercado de melocotones en conserva se encuentra en crecimiento desde hace dos años, su demanda ha crecido de tal forma que demuestra que se sitúa en la etapa de introducción. En la gráfica siguiente se puede observar la aceptación del producto chileno en Guatemala, separándose sustancialmente desde el 2009 de sus competidores Estados Unidos y España.



Del año 2009 al año 2010, se percibe un fuerte aumento (170%) en las importaciones provenientes de Chile demostrando dos situaciones:

- El crecimiento del mercado por un aumento de la demanda (efecto de la introducción del producto nuevo).
- Posicionamiento, tomando un porcentaje del mercado ocupado por el producto español el cual reportó una baja del 16% .

Esta es una situación que se debe de aprovechar ya que existe el interés de varias empresas interesadas en la importación de estos productos, ya sea para abastecer el mercado institucional o para diversificar el mercado retail.

Es necesario tomar en cuenta las observaciones de los importadores, tales como la calidad y el servicio al cliente. El mercado institucional es exigente en cuanto a la calidad, por ser un producto alimenticio utilizado en la repostería, y el gremio de restaurantes es muy riguroso al momento de hacer sus pedidos. Estos exigen como normas de calidad:

1. Color naranja intenso,
2. Consistencia y rigidez para fácil manipulación,
3. Acidez adecuada,
4. Textura y sabor característico de los melocotones de calidad Premium.

En cuanto al servicio al cliente, es importante destacar que el seguimiento es una de las principales variables apreciadas por los importadores, así como también el abastecimiento continuo y a tiempo. Con estos factores logrados, la introducción y mantenimiento del producto chileno en Guatemala lograría perpetuar su liderazgo en las importaciones de melocotones en almíbar.

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

Feria Alimentaria: del 25 al 27 de julio del presente año en el Grand Tikal Futura Hotel. Es un evento totalmente nacional enfocado al gremio alimenticio, que están vinculados al desarrollo de la buena cocina en Guatemala. Crea una plataforma en donde se exhiben los mejores productos, servicios, equipos y adelantos con que cuentan distintas empresas locales especializadas en el área de alimentos.

Este año el país invitado al evento de la Feria Alimentaria es [Ecuador](#).



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

XIII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

ARANCELES

Secretaría de Integración Económica Centroamericana www.sieca.int

Ministerio de Economía www.mineco.gob.g

Superintendencia de Administración Tributaria www.sat.gob.gt

TRATADOS COMERCIALES

Ministerio de Economía de Guatemala www.mineco.gob.gt

ASOCIACIONES LOCALES

Cámara de Comercio de Guatemala www.negociosguatemala.com

ESTADISTICAS

Ministerio de Economía de Guatemala 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

Productos del Monte www.delmonte.com

Montesol www.montesol.com.gt

Corina www.bebidasyconservas.com

SW www.swfinefoods.com

Miguel's www.productosmiguel's.com

Tiendas y canales de distribución

Unisuper www.unisuper.com.gt

Codicasa www.umbral.com.gt

Codisa www.codisa.com.gr

Garesa www.garesaweb.com

Walmart www.walmart-centroamerica.com

Price Smart www.pricesmart.com

Documento Elaborado por: PROCHILE GUATEMALA Correo electrónico: prochile@prochile.org.gt