

## **Estudio de Mercado – El Salvador**



# **Análisis del Sector Pigmentos y Pinturas**

- ✓ Pigmentos
- ✓ Pinturas en Aerosol



**Proexport Colombia  
Y  
Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN)**

**Proexport – Colombia**  
Dirección de Información Comercial e Informática

[www.proexport.gov.co](http://www.proexport.gov.co)

[www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)

Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36

TEL: (571) 5600100

Fax: (571) 5600118

Bogotá, Colombia

**Banco Interamericano de Desarrollo**

[www.iadb.org](http://www.iadb.org)

Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19

TEL: (571) 3257000

Fax: (571) 3257050

Bogotá, Colombia

**Equipo Consultor**

Consultor Senior: Camilo Concha Gaviria.

Consultores Junior:

Victoria Eugenia Pérez.

María Paula Vargas.

María Teresa Caruso.

Carrera 14 No. 94 A 24 Oficina 302

Teléfono: 57 (1) 6359220

[consultor@cablenet.co](mailto:consultor@cablenet.co)

Bogotá, Colombia.

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACIÓN AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN).

© 2004. Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Las denominaciones empleadas en este documento y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de PROEXPORT ni del BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Si bien se otorgó particular atención para garantizar la exactitud de la información contenida en este Estudio, PROEXPORT y el BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO no asumen responsabilidad alguna por las modificaciones que pudieran intervenir ulteriormente por lo que respecta a los datos presentados o la calidad de los contenidos y/o juicios emitidos por los consultores.

Cítese como: Proexport Colombia. 2004. Estudio de Mercado El Salvador – Sector Pigmentos y Pinturas. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 69 páginas.



## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>8</b>
<b>1. INFORMACIÓN GENERAL</b>	<b>9</b>
1.1. EVOLUCIÓN DEL SECTOR	9
1.2. SUBSECTORIZACIÓN	9
<b>2. COMPOSICION Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO</b>	<b>11</b>
2.1. TAMAÑO DEL MERCADO	11
2.1.1. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO DEL MERCADO	13
2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR	14
2.1.2.1. IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LAS MISMAS	14
2.1.2.2. EXPORTACIONES Y DESTINO DE LAS MISMAS.	18
2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL	22
2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA– EL SALVADOR	22
2.2. CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA	23
2.2.1. PIGMENTOS	24
2.2.2. PINTURAS	25
2.3. DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES	26
2.3.1. PIGMENTOS	26
2.3.2. PINTURAS	28
2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES	29
2.5. CONCLUSIONES DE CARACTERÍSTICAS Y COMPOSICIÓN DEL MERCADO	30
<b>3. ANÁLISIS DE COMPETENCIA</b>	<b>32</b>
3.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA	32
3.1.1. UBICACIÓN DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS	32
3.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS	33
3.2. MEZCLA DE MERCADO	37
3.2.1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS	37
3.2.1.1. PIGMENTOS	37
3.2.1.2. PINTURAS	38
3.2.2. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE PRODUCTOS DE PIGMENTOS Y PINTURAS POR CATEGORÍAS	39
3.2.3. COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DEL SECTOR	39
3.2.3.1. PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS POR SUBSECTOR	40
3.3. CONCLUSIONES DE COMPETENCIA	40
<b>4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION</b>	<b>42</b>
4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	43
4.1.1. FERRETERÍAS GRANDES	43
4.1.2. PEQUEÑAS FERRETERÍAS	47

4.1.3.	DISTRIBUIDORES DE PIGMENTOS	
4.1.4. REPRESENTANTES EN EL CASO DE PIGMENTOS		51
4.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN		52
4.3. IMPORTADORES		53
4.4. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES		54
4.5. CONCLUSIONES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN		56

## 5. ACCESO AL MERCADO 57

5.1. SITUACIÓN DEL SECTOR FRENTE AL ALCAY OTROS ACUERDOS DE COMERCIO PREFERENCIAL	57
5.2. DERECHOS ARANCELARIOS	57
5.2.1 PIGMENTOS	57
5.2.2 PINTURAS EN AEROSOL	60
5.3 RESTRICCIONES A LAS IMPORTACIONES	60
5.3.1 PIGMENTOS	60
5.3.2 PINTURAS EN AEROSOL	62
5.4 IMPUESTOS INTERNOS	63
5.4.2 IMPUESTO SOBRE LA RENTA	64
5.4.3 OTROS IMPUESTOS	65

## 6. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES 67

### INDICE DE TABLAS

TABLA 1. PARTIDAS ARANCELARIAS PARA LOS PRODUCTOS EN ESTUDIO	9
TABLA 2 TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO DE PIGMENTOS Y PINTURAS EN EL SALVADOR, AÑO 2002 EN US\$	12
TABLA 3. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO DE PIGMENTOS Y PINTURAS EN EL SALVADOR, DESDE 1999 HASTA AÑO 2002 EN US\$	13
TABLA 4. IMPORTACIONES POR LÍNEA EN US\$, DESDE 1999 HASTA 2002	14
TABLA 5. EXPORTACIONES POR SUBSECTOR EN US\$, DESDE 1999 HASTA 2002	19
TABLA 6. BALANZA COMERCIAL DE EL SALVADOR POR LÍNEA DE 1999 HASTA 2002	22
TABLA 7. IMPORTACIONES EN EL SALVADOR PROCEDENTES DE COLOMBIA	22
TABLA 8. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS PLANTAS PRODUCTIVAS DE PINTURAS EXTRANJERAS	32
TABLA 9. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS PLANTAS PRODUCTIVAS DE PINTURAS NACIONALES	32
TABLA 10. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS PLANTAS PRODUCTIVAS DE PIGMENTOS EXTRANJERAS	32
TABLA 11. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS PLANTAS PRODUCTIVAS DE PIGMENTOS NACIONALES	33
TABLA 4. CARACTERIZACIÓN DE EMPRESAS PRODUCTORAS DE PINTURA	33
TABLA 12. PRECIOS DE PINTURAS EN AEROSOL EN EL SALVADOR, EN US\$	40
TABLA 13. BASE DE DATOS DE CLIENTES POTENCIALES	54

### INDICE DE GRAFICAS

GRÁFICA 1. PARTICIPACIÓN DE CADA SUBSECTOR EN EL TAMAÑO TOTAL DEL SECTOR, AÑO 2002	12
GRÁFICA 2. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO DE PIGMENTOS Y PINTURAS POR SUBSECTOR EN EL SALVADOR, DESDE 1999 HASTA AÑO 2002 EN US\$	13
GRÁFICA 3. IMPORTACIONES DE PIGMENTOS Y PINTURAS DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	14

<b>GRÁFICA 4. IMPORTACIONES DE PIGMENTOS DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$</b>	<b>15</b>
<b>GRÁFICA 5. IMPORTACIONES PIGMENTOS POR PAÍS DE ORIGEN, AÑO 2002</b>	<b>16</b>
<b>GRÁFICA 6. IMPORTACIONES DE PINTURAS DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$</b>	<b>17</b>
<b>GRÁFICA 7. IMPORTACIONES DE PINTURAS POR PAÍS DE ORIGEN, AÑO 2002</b>	<b>18</b>
<b>GRÁFICA 8. EXPORTACIONES DE PIGMENTOS Y PINTURAS EN US\$</b>	<b>19</b>
<b>GRÁFICA 9. EXPORTACIONES DE PIGMENTOS EN US\$</b>	<b>20</b>
<b>GRÁFICA 10. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PIGMENTOS, 2002</b>	<b>20</b>
<b>GRÁFICA 11. EXPORTACIONES DE PINTURAS EN US\$</b>	<b>21</b>
<b>GRÁFICA 12. BALANZA COMERCIAL DE EL SALVADOR SECTOR PIGMENTOS Y PINTURAS, EN US\$</b>	<b>22</b>
<b>GRÁFICA 13. PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE PIGMENTOS, AÑO 2003</b>	<b>39</b>
<b>GRÁFICA 14. PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE PINTURAS, AÑO 2003</b>	<b>39</b>
<b>GRÁFICA 16: CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE PINTURAS</b>	<b>43</b>
<b>GRÁFICO 17. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LOS COMERCIALIZADORES EN LA VENTA DE PIGMENTOS, AÑO 2003</b>	<b>52</b>
<b>GRÁFICO 18. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LOS COMERCIALIZADORES EN LA VENTA DE PINTURAS, AÑO 2003</b>	<b>53</b>

## **INDICE DE ANEXOS**

<b>ANEXO 1: SOLICITUD DE IMPORTACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	<b>69</b>
---	-----------

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El tamaño del mercado de Pigmentos y Pinturas en Aerosol alcanzó los US\$ 19.6 millones en el año 2002. De estos, el 96% correspondió a pigmentos y el 4% restante a pinturas en aerosol. No obstante se espera que el tamaño del mercado se incremente al firmarse el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

Los países de origen de las importaciones son principalmente Estados Unidos, México, Panamá y Alemania, mientras que las exportaciones se orientada en su mayoría a la región centroamericana.

En el Salvador, existen pocas empresas productoras en este sector. En cuanto a Pinturas la única empresa salvadoreña existente es Pinsal, la cual cuenta con una fuerte presencia en el Salvador. En el caso de Pigmento, solamente hay producción de pigmentos naturales, los cuales son elaborados por la Asociación de añileros de el Salvador. Es por esto, que en el Salvador existe una fuerte competencia de empresas extranjeras, que suplen las demandas del mercado de El Salvador.

La calidad y el respaldo ofrecido por los proveedores, es un aspecto fundamental para los importadores, los cuales son cada vez más exigente con la calidad de los productos que adquieren, especialmente en el caso de pigmentos para alimentos, los cuales deben tener la certificación internacional de la Administradora de alimentos y fármacos (FDA).

Generalmente los importadores trabajan con precios CIF, y reciben de sus proveedores crédito de 60 a 90 días para cancelar la mercancía a través de transferencias bancarias. Frecuentemente los proveedores establecen relación comerciales sólidas con los comercializados brindándoles la representación y la distribución exclusiva de sus productos en el país.

La promoción de los productos estudiados se realiza a través de venta directa en el caso de los pigmentos. En cuanto a pinturas, la publicidad de los productos es compartida entre los productores y los comercializadores, los cuales promocionan los productos a través de revistas en los puntos de venta.



## 1. INFORMACIÓN GENERAL

### 1.1. Evolución del sector

El sector de pigmentos y pinturas en aerosol creció desde 1999 hasta el 2002 un 14.34%. El subsector de pigmentos experimentó una expansión del 14.91%, mientras que las pinturas tuvieron un crecimiento de 11.11%.

De Acuerdo a la producción nacional el sector de pigmentos y pinturas en aerosol representa el 0.002%<sup>1</sup> del Producto Interno Bruto de El Salvador, en el año 2002. En cuanto a importancia del sector en la generación de empleo, se desconoce ya que en El Salvador no existen estadísticas a este respecto.

### 1.2. Subsectorización

Para estudiar el sector de Pigmentos y Pinturas en Aerosol en El Salvador se dividió al mismo en los siguientes subsectores:

- Pigmentos: para alimentos y para uso industrial en general
- Pinturas: exclusivamente aquellas en aerosol

Las partidas arancelarias para los productos que se incluyen en el estudio del sector Pigmentos y Pinturas se muestran en el siguiente cuadro.

**Tabla 1. Partidas Arancelarias para los productos en estudio**

Pigmentos	3201	EXTRACTOS CURTIENTES DE ORIGEN VEGETAL; TANINOS Y SUS SALES, ÉTERES, ÉSTERES Y DEMÁS DERIVADOS
	3202	PRODUCTOS CURTIENTES ORGÁNICOS SINTÉTICOS; PRODUCTOS CURTIENTES INORGÁNICOS; PREPARACIONES CURTIENTES, INCLUSO CON PRODUCTOS CURTIENTES NATURALES; PREPARACIONES ENZIMÁTICAS PARA PRECURTIDO
	32030000	MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL O ANIMAL (INCLUIDOS LOS EXTRACTOS TINTÓREOS, EXCEPTO LOS NEGROS DE ORIGEN ANIMAL), AUNQUE SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA; PREPARACIONES A QUE SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPÍTULO A BASE DE MATERIAS COLORA

<sup>1</sup> PIB de El Salvador (año 2002) \$14,283.9 millones. Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador [http://www.bcr.gob.sv/estadisticas/sr\\_produccion.html](http://www.bcr.gob.sv/estadisticas/sr_produccion.html)

	3204	MATERIAS COLORANTES ORGANICAS SINTETICAS, AUNQUE SEAN DE CONSTITUCION QUIMICA DEFINIDA; PREPARACIONES A QUE SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPITULO A BASE DE MATERIAS COLORANTES ORGANICAS SINTETICAS; PRODUCTOS ORGANICOS SINTETICOS DE LOS TIPOS UTILIZAD
	3206	LAS DEMAS MATERIAS COLORANTES; PREPARACIONES A QUE SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPITULO, EXCEPTO LAS DE LAS PARTIDAS 32.03, 32.04 Ó 32.05; PRODUCTOS INORGANICOS DE LOS TIPOS UTILIZADOS COMO LUMINOFOROS, AUNQUE SEAN DE CONSTITUCION QUIMICA DEFINIDA
	3212	PIGMENTOS (INCLUIDOS EL POLVO Y ESCAMILLAS METALICOS) DISPERSOS EN MEDIOS NO ACUOSOS, LIQUIDOS O EN PASTA, DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA LA FABRICACION DE PINTURAS; HOJAS PARA EL MARCADO A FUEGO; TINTES Y DEMAS MATERIAS COLORANTES PRESENTADOS EN FORMA
Pinturas	32081040	A base de poliésteres presentados en envases tipo aerosol
	32082030	A base de polímeros acrílicos o vinílicos presentados en envases tipo aerosol
	32089050	Los demás presentados en envases tipo aerosol

Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la Secretaría de Integración Económica de Centro América (SIECA)

## **2. COMPOSICION Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO**

En este capítulo se presentan las importaciones y exportaciones de todas las partidas arancelarias incluidas en el estudio, clasificadas por subsector para poder facilitar el análisis. A partir de estas estadísticas de comercio exterior más datos de la producción recabados en entrevistas, se pudo estimar el tamaño del mercado desde el año 1999 hasta el 2002. Lo cual permite observar la evolución del sector.

Así mismo se da a conocer una descripción general del mercado para luego aterrizarla en una descripción del consumidor del sector pigmentos y pinturas en El Salvador y su comportamiento ante este tipo de productos.

### **2.1. TAMAÑO DEL MERCADO**

En los mercados centroamericanos, debido a su escaso desarrollo industrial y su bajo nivel de competitividad interno, impide la recolección de información de la producción local. El precario desarrollo industrial dentro del sector (1 compañía) impide la creación de asociaciones ó agremiaciones que cumplan cabalmente su objetivo de satisfacer las necesidades del sector en el país. En este sector en particular existe la Asociación de Añileros, pero agrupa a los artesanos y no alcanza a satisfacer las necesidades de los productores.

Por su parte el gobierno, aunque mantiene cifras de ventas de las compañías para efectos de controlar los aspectos tributarios, esta información se encuentra restringida al público siendo aun más complejo el levantamiento de información oficial.

A pesar de las anteriores dificultades, en la siguiente tabla se podrá observar como el sector de Pigmentos y Pinturas en Aerosol muestra un comportamiento positivo a lo largo de la tendencia analizada (1999 a 2002).

**Tabla 2 Tamaño Aparente del Mercado de Pigmentos y Pinturas en El Salvador, año 2002 en US\$**

	<b>Importaciones</b>	<b>Producción local<sup>2</sup></b>	<b>Exportaciones</b>	<b>Mercado aparente</b>
Pigmentos	19.309.872	38.294	451.166	18.897.000
Pinturas	524.048	224.592	2.370	746.270
<b>TOTAL</b>	<b>19.833.920</b>	<b>262.886</b>	<b>453.536</b>	<b>19.643.270</b>

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA e información recabada en entrevistas

**Gráfica 1. Participación de cada subsector en el tamaño total del sector, año 2002**



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA e información recabada en entrevistas

En la tabla anterior se puede observar claramente como la producción de pinturas en aerosol en El Salvador corresponde a cerca del 30% del consumo nacional debido principalmente a la existencia de Pinsal en el mercado. Por su parte, en lo que se refiere a Pigmentos, la participación nacional únicamente alcanza al 0,2% del consumo local, siendo cerca del 2,5% del producto importado reexportado a otros países del área.

<sup>2</sup> La producción local del subsector de pigmentos se obtuvo teniendo en cuenta los datos obtenidos en la pagina web, [www.elsalvador.com/hablemos/default.asp?031102-8](http://www.elsalvador.com/hablemos/default.asp?031102-8), en ella se encuentran datos de producción de pigmentos naturales durante el año 2001, razón por la cual se realizó una proyección del crecimiento de producción local para el año 2002, teniendo en cuenta que la económica salvadoreña ha tenido un crecimiento constante del 5%.

### 2.1.1. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO DEL MERCADO

El sector pigmentos y pinturas, no ha sido la excepción y su crecimiento se ha reflejado más en las pinturas de tipo polímeros acrílicos vinílicos que en las de poliéster, debido a que están siendo sustituidas. Es decir, que los consumidores muestran una clara tendencia a preferir los acrílicos vinílicos sobre los poliésteres por razones que se detallan más adelante en comportamiento del consumidor. Esto hace que a futuro las oportunidades en el subsector de pinturas estén para los fabricantes de acrílicos.

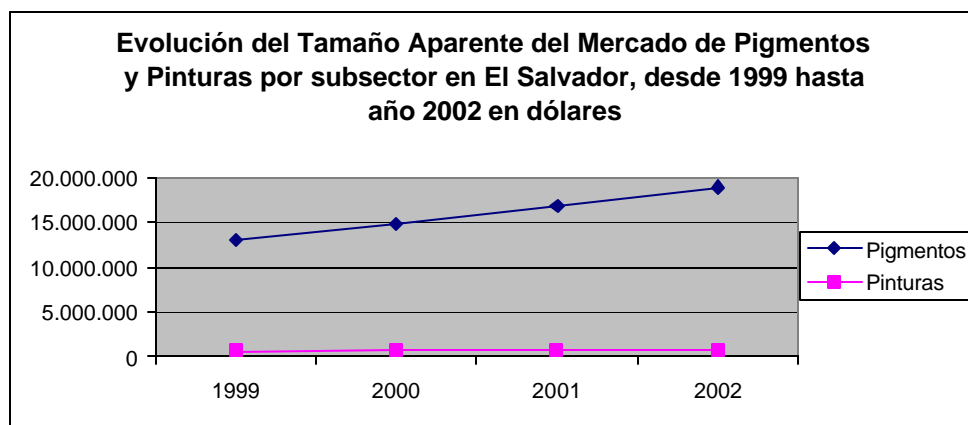
En el caso de los pigmentos, su crecimiento, ha tenido como factor importante las mismas necesidades de los sectores de uso alimenticio que ha sabido explotar el uso de pigmentos para diferenciación y búsqueda de exclusividad de fórmulas para desarrollar una ventaja competitiva, por parte de los clientes y el soporte técnico que esto mismo da dentro del mismo sector. Razón importante, es que los demás pigmentos industriales, siguen marcando su accionar en plásticos y demás necesidades de coloración tradicionales

**Tabla 3. Evolución del Tamaño Aparente del Mercado de Pigmentos y Pinturas en El Salvador, desde 1999 hasta año 2002 en US\$**

	1999	2000	2001	2002
Pigmentos	13.019.007	14.780.002	16.794.818	18.897.000
Pinturas	671.403	741.486	679.487	746.270
<b>Total</b>	<b>13.690.410</b>	<b>15.521.486</b>	<b>17.474.305</b>	<b>19.643.270</b>

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA e información recabada en entrevistas

**Gráfica 2. Evolución del Tamaño Aparente del Mercado de Pigmentos y Pinturas por subsector en El Salvador, desde 1999 hasta año 2002 en US\$**



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA e información recabada en entrevistas

El mercado de Pigmentos y Pinturas muestra crecimiento constante, lo cual constituye una tendencia positiva, remarcada únicamente por el comportamiento ascendente de Pigmentos, cuya mayor utilización en la manufactura de plásticos ha generado un desarrollo progresivo a lo largo de los cuatro años objeto de éste análisis.

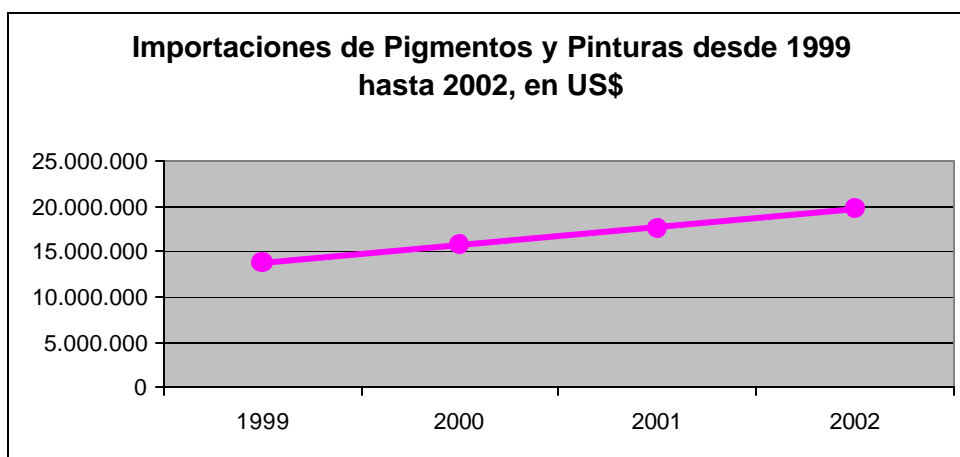
Por su parte, el crecimiento de Pinturas en Aerosol se ha visto restringido y limitado debido a que su uso no se ha expandido a aplicaciones en nuevas industrias o nuevos procesos. Es decir, que los usuarios de aerosoles han sido los mismos a través del tiempo siendo sus mayores usuarios talleristas, amas de casa y estudiantes. En cambio, esta condición que no acompaña al subsector de Pigmentos, cuyo mayor uso se ve influenciado por un mayor desarrollo tanto en el sector industrial como en el alimenticio, incrementándose progresivamente el uso que se da a los pigmentos.

### **2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR**

Las estadísticas que aquí se presentan corresponden a las partidas arancelarias presentadas en la subsectorización.

#### **2.1.2.1. IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LAS MISMAS**

**Gráfica 3. Importaciones de Pigmentos y Pinturas desde 1999 hasta 2002, en US\$**



Fuente: elaborado por el investigador a partir de datos de SIECA

**Tabla 4. Importaciones por línea en US\$, desde 1999 hasta 2002**

	1999	2000	2001	2002
--	------	------	------	------

Pigmentos	13,289,941	15,193,050	17,137,741	19,309,872
Pinturas	477,458	542,820	483,426	523.967
<b>Total Sector</b>	<b>13,767,399</b>	<b>15,735,870</b>	<b>17,621,167</b>	<b>19,833,998</b>

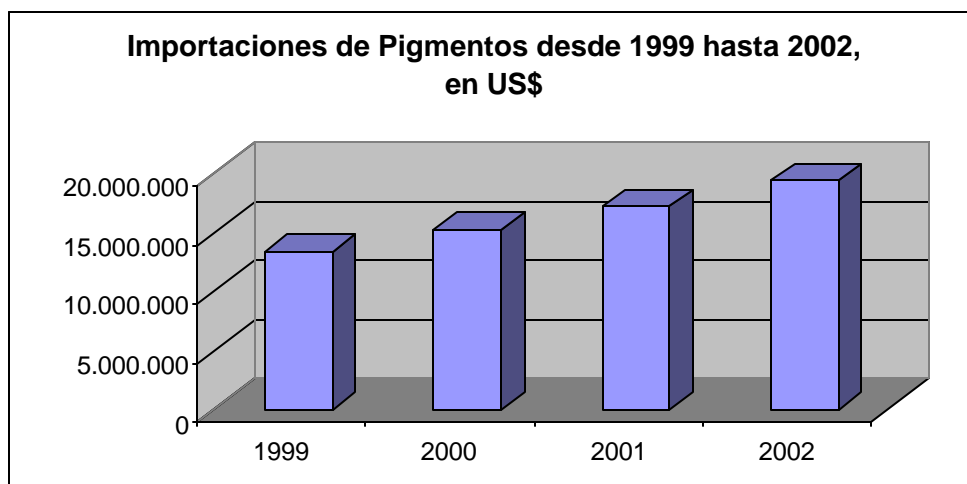
Fuente: elaborado por el investigador a partir de datos de SIECA

Para el año 2002, las importaciones de pigmentos y pinturas alcanzaron una composición de cerca del 97% en pigmentos, mientras que las pinturas en aerosol solamente alcanzaron un 3%.

### **Pigmentos:**

En la siguiente gráfica se puede identificar una clara tendencia de desarrollo del subsector de pigmentos, desarrollo con clara orientación hacia la utilización de pigmentos artificiales debido a su alto diferencial de precio versus los pigmentos de origen natural.

**Gráfica 4. Importaciones de Pigmentos desde 1999 hasta 2002, en US\$**



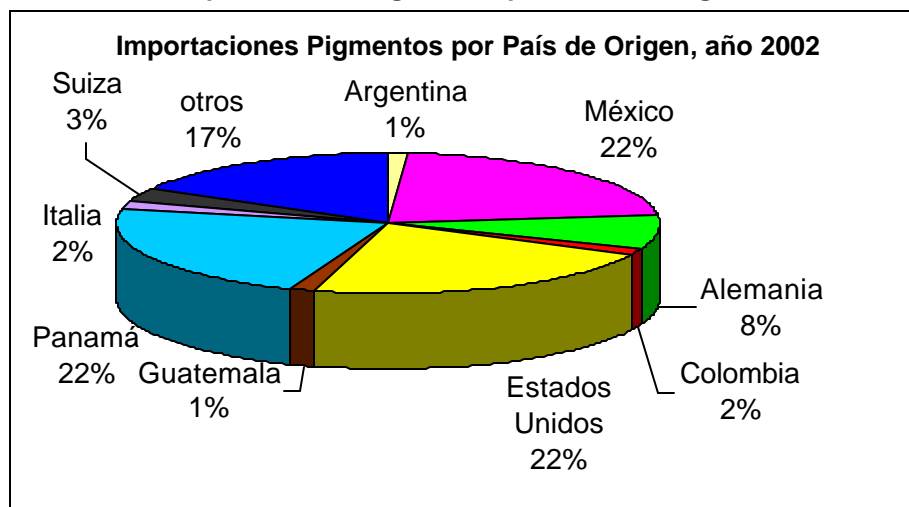
Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

En la importación de pigmentos se observa que los principales países proveedores son México, Estados Unidos y Panamá, compartiendo la misma porción de mercado, 22%.

Los altos volúmenes provenientes de Panamá obedecen a la facilidad que para los empresarios salvadoreños representa el hecho de poder comprar cantidades reducidas de producto, el cual es despachado de manera inmediata siendo sus fletes y tiempos altamente atractivos tanto para el manejo de inventarios como para satisfacer sus necesidades de acuerdo al tamaño de sus empresas. La facilidad de consolidar mercancía en Panamá ayuda a superar las condiciones por compañías proveedoras internacionales ofrecidas. Aunque se desconoce el origen del producto proveniente de Panamá, usualmente los principales

productos encontrados en éste país son de origen ya sea americano o chino, de donde se intuye son originarios los pigmentos.

**Gráfica 5. Importaciones Pigmentos por País de Origen, año 2002**



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

A pesar que Alemania participa con un 8%, es reconocido en el mercado que el producto proveniente de ese país cuenta con una excelente calidad, entrando los empresarios salvadoreños a negociar precio por volúmenes, buscando aumentar la rentabilidad de sus productos.

Las estadísticas muestran claramente como los productos asiáticos, importados a través de Panamá han venido ganando terreno ante proveedores de países vecinos como EEUU y México, buscando una equidad entre precio y calidad. De acuerdo al gráfico anterior las importaciones de Panamá alcanzan 22%, porcentaje que crece año a año por lo que se espera que en los próximos años supere a las importaciones estadounidenses o mexicanas. La razón es el menor precio, pues aunque para la industria salvadoreña, la calidad es un factor importante, los importadores siempre están en la búsqueda de alternativas de menor costo.

### **Pinturas:**

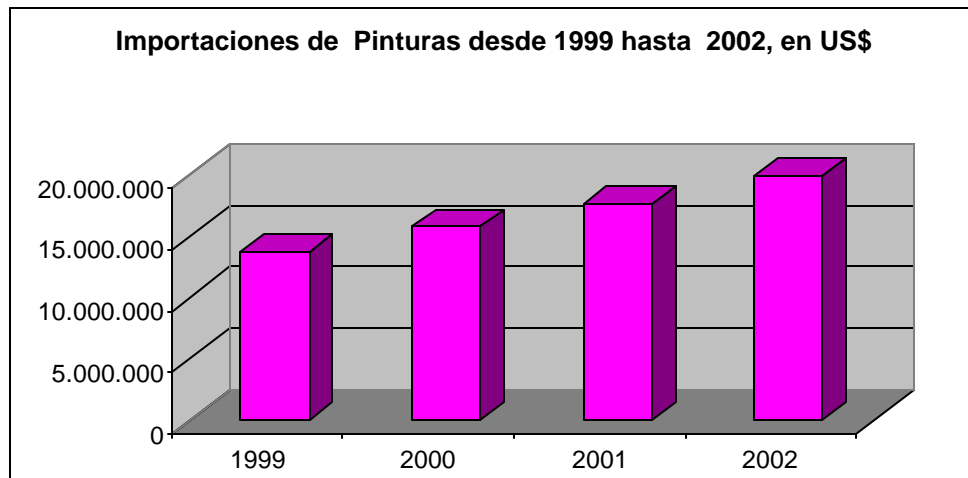
Dentro del sector de Pinturas en aerosol se encuentran tres clasificaciones diferentes, las cuales difieren en su composición química de acuerdo a las siguientes características: pinturas a base de poliéster, pinturas a base de polímeros acrílicos o vinílicos y el resto de pinturas clasificadas como las demás.

La pintura a base de poliéster ha venido experimentando un decrecimiento y sus mayores importaciones provienen de Estados Unidos y México; no obstante en mucho menores cantidades se encuentran países como Reino Unido, Alemania y España. En cambio las pinturas a base de polímeros acrílicos vinílicos, han



experimentado un crecimiento igualmente sensible de parte de los importadores de Estados Unidos y México, mostrando que son fuertes potencialmente.

**Gráfica 6. Importaciones de Pinturas desde 1999 hasta 2002, en US\$**

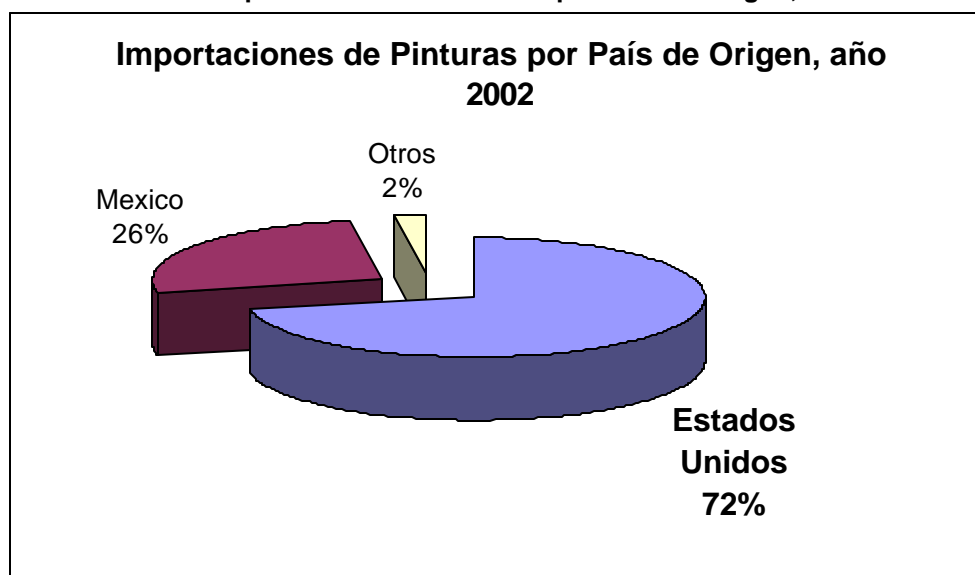


Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

Como puede observarse en los análisis de importación tanto de pigmentos como de pinturas en aerosol, el mercado Salvadoreño presenta oportunidades de desarrollo para el subsector de pigmentos y colorantes sobretodo de origen artificial, marcando una tendencia constante positiva a lo largo de los años bajo estudio. Se espera que las importaciones crezcan de acuerdo al crecimiento de la industria local y del desarrollo e integración vertical de los procesos de maquila.

En cuanto a Pinturas en Aerosol se refiere, históricamente Guatemala había sido uno de los más fuertes proveedores para El salvador; sin embargo, mercados como México y Estados Unidos han capitalizado gran proporción de su volumen debido principalmente a que los productos de estos dos países son considerados como de mayor calidad y mayor durabilidad.

Gráfica 7. Importaciones de Pinturas por País de Origen, año 2002



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

El mercado Salvadoreño ha venido mostrando preferencias por pinturas en aerosol de base vinílica lo cual ha favorecido el comercio con México, quienes históricamente había liderado las exportaciones hacia El Salvador de éste tipo de línea. Estados Unidos que había mostrado fortaleza en productos a base de poliéster ha perdido mercado siendo consistente con el comportamiento del mercado salvadoreño que decreció en un 32% para el 2002. Contrario a éste comportamiento y siendo consistente con el crecimiento en participación de los productos a base de vinilo y del crecimiento en importancia de los proveedores mexicanos, se pudo establecer que el mercado de pinturas en aerosol a base de vinilo creció para el 2002 en un 603%.

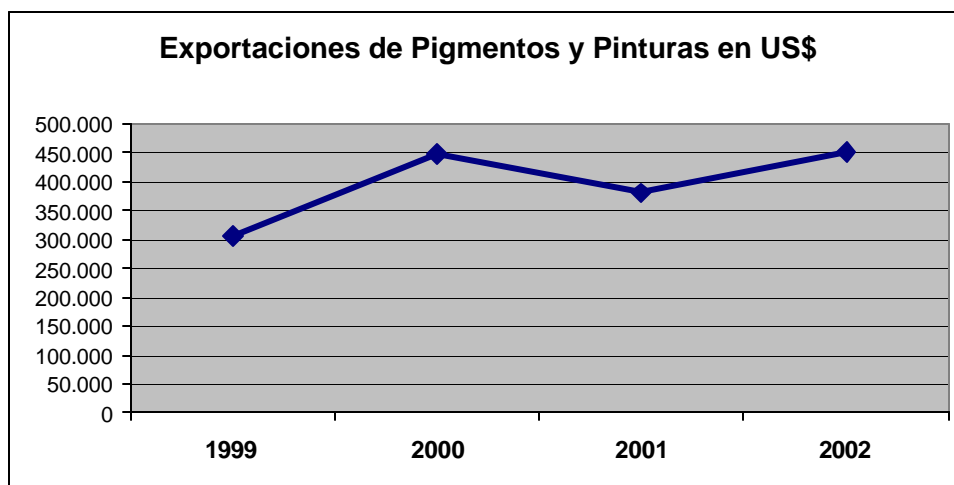
Como se mencionó anteriormente la fortaleza de Estados Unidos se basa en aerosoles con base de poliéster, lo cual le ha otorgado gran participación de mercado significativa desde hace más de diez años aproximadamente, siendo su calidad el atributo mas apreciado. Sin embargo, se observa que en los años más recientes ha cedido participación hacia la competencia mexicana porque aún cuando actualmente ofrece en el mercado pinturas vinílicas, éstas no son su fuerte. De esta manera, se espera que en la medida en la estas pinturas vayan ganando aceptación en el mercado salvadoreño, la participación estadounidense.

#### 2.1.2.2. EXPORTACIONES Y DESTINO DE LAS MISMAS.

Debido a que en El Salvador existe solamente una empresa productora de pinturas en aerosol, las exportaciones adicionalmente a ser de baja cuantía se orientan a países centroamericanos en su mayoría.

Como es observable en la siguiente gráfica, la exportación de los productos de este sector es bastante baja, incluso a Centro América, lo cual se debe a la competencia de otras empresas, principalmente Kativo de Costa Rica.

**Gráfica 8. Exportaciones de Pigmentos y Pinturas en US\$**



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

**Tabla 5. Exportaciones por subsector en US\$, desde 1999 hasta 2002**

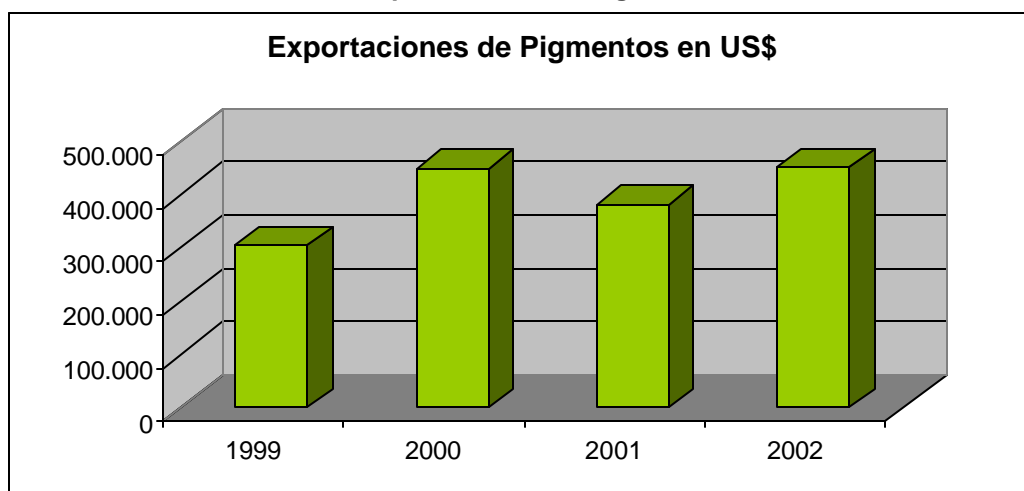
	1999	2000	2001	2002
Pigmentos	305.627	449.476	381.173	451.166
Pinturas	65	5.045	17836	2.370
<b>Total Sector</b>	<b>305.692</b>	<b>454.521</b>	<b>399.009</b>	<b>453.536</b>

Fuente: elaborado por el investigador a partir de datos de SIECA

### **Pigmentos:**

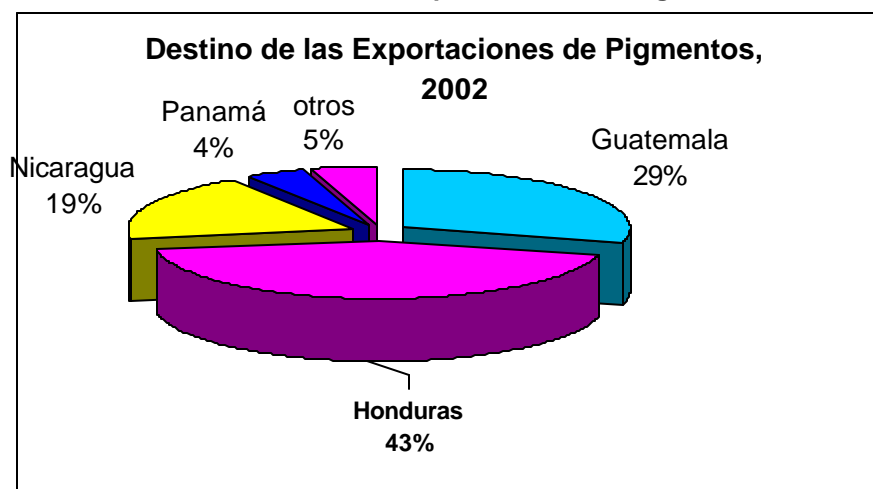
Al interior del subsector de pigmentos existen empresas distribuidoras en el país que son representantes de su casa matriz por lo que en algunos casos se producen re-exportaciones hacia otros países del área centroamericana.

Gráfica 9. Exportaciones de Pigmentos en US\$



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

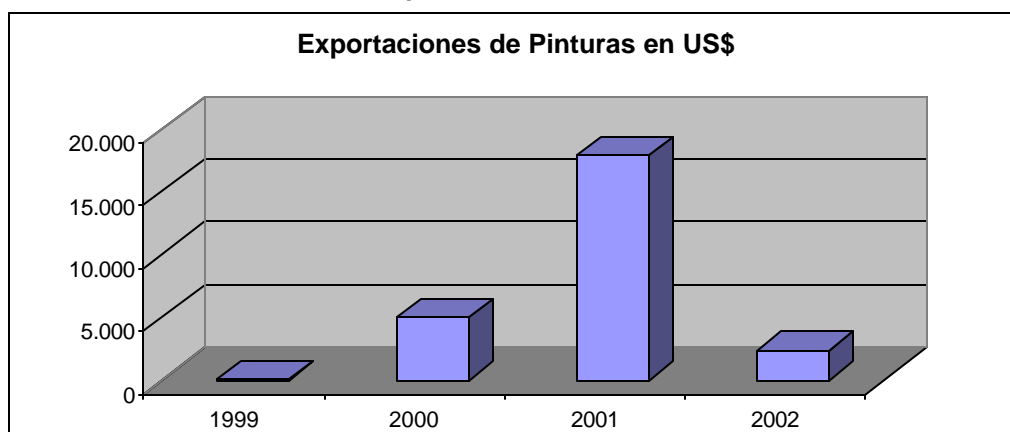
Gráfica 10. Destino de las Exportaciones de Pigmentos, 2002



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

### Pinturas:

Gráfica 11. Exportaciones de Pinturas en US\$



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

En los países centroamericanos es común encontrar estadísticas que no guardan coherencia total. La principal razón que afecta dicha consistencia radica en el hecho que las mercancías entran por diferentes países independientemente de su destino final, cayendo en figuras tales como importaciones temporales o reexportaciones, las cuales afectan el conocimiento real del comportamiento del mercado.

En estos casos, la logística es un factor primordial para el transporte de mercancías que constantemente fluyen a través de los países del mercado triángulo norte (mayoritariamente), impidiendo un claro conocimiento de cada uno de los mercados.

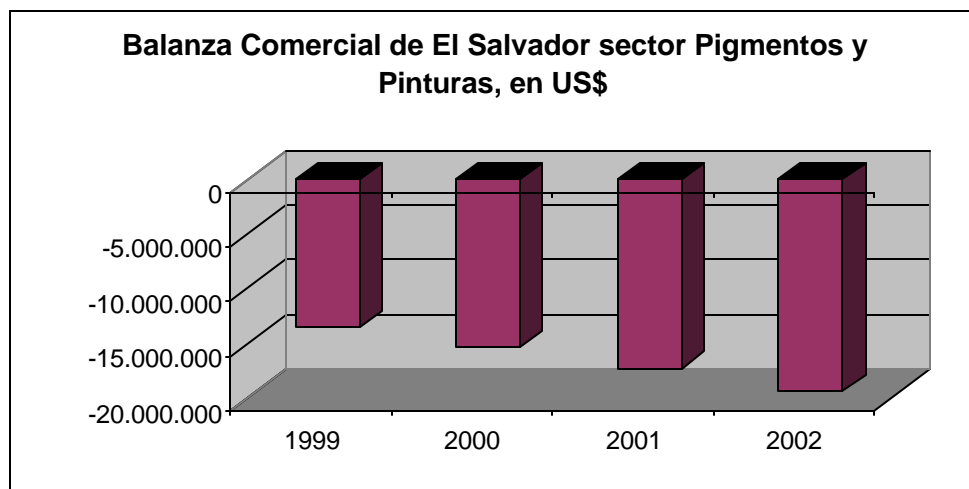
Es importante recalcar que en el caso de los pigmentos, existen empresas locales con alcance regional que necesitan de la importación del producto por un solo puerto, distribuyendo posteriormente el producto a lo largo y ancho del mercado común centroamericano, con especial énfasis en el mercado denominado Triángulo Norte.

Las exportaciones del sector pinturas y pigmentos, corresponden principalmente a reexportaciones, ya que al analizar la **tabla 2** de este documento se puede observar claramente como las exportaciones son mayores a la producción local. Consecuente con lo expresado anteriormente, las exportaciones de producto al área centroamericana son un hecho, sin generar mayor relevancia en el tráfico internacional de mercancías.

### 2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL

La Balanza Comercial de El Salvador, es decir las exportaciones menos las importaciones, es negativa para los años del período analizado. Lo que indica que es un mercado importador eminentemente.

Gráfica 12. Balanza Comercial de El Salvador sector Pigmentos y Pinturas, en US\$



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

Tabla 6. Balanza Comercial de El Salvador por Línea de 1999 hasta 2002

	1999	2000	2001	2002
Pigmentos	-12.984.314	-14.743.574	-16.756.568	-18.817.784
Pinturas	-477.393	-537.775	-465.590	-521.678
<b>Total Sector</b>	<b>-13.461.707</b>	<b>-15281349</b>	<b>-17.222.158</b>	<b>-19.339.462</b>

Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

### 2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – EL SALVADOR

Actualmente existe comercio bilateral entre Colombia y El Salvador. Principalmente en el subsector de pigmentos

Tabla 7. Importaciones en El Salvador procedentes de Colombia

en US\$	Importaciones desde Colombia			
	1,999	2,000	2,001	2,002
Pigmentos	167.919	31.783	121.735	302.543
Pinturas	0	0	0	1.934
Total	167.919	31.783	121.735	304.477

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos obtenidos de la SIECA

Es importante mencionar que en los últimos tres años bajo estudio, el comportamiento de las exportaciones de pigmentos a El Salvador ha ganado relevancia, mostrando un crecimiento promedio del 330% aproximadamente durante los últimos tres años.

El producto colombiano goza de muy buena aceptación entre quienes lo conocen, aunque desafortunadamente no es amplia la lista de quienes lo hacen.

## **2.2. CARACTERISTICAS DE LA DEMANA**

El mercado salvadoreño de pigmentos mantuvo durante décadas pasadas lugares privilegiados en la producción y exportación de azules a diferentes partes del mundo; sin embargo, a raíz del desarrollo tecnológico mundial, los productos artificiales iniciaron su expansión dejando de lado la comercialización de productos naturales. Progresivamente la comercialización de productos naturales en El Salvador ha venido decreciendo, motivado principalmente por el diferencial de precios entre unos y otros. No obstante el gobierno salvadoreño con el apoyo del Gobierno de Alemania a través de la cooperación Técnica alemana (GTZ) e instituciones como el MAG, IICA, CONCULTURA, AGRISAL, y AGRONATURA, busca incentivar a los campesinos en el cultivo del añil, pues es un producto que cuenta con una creciente demanda a nivel internacional que aporta a El Salvador en tecnificación y rentabilización de los cultivos, generación de empleo y apoyo a la economía en general. En los últimos años, El Salvador se ha beneficiado con el cultivo y el procesamiento de este producto, ascendiendo las exportaciones a más de US\$ 30,000 al año siendo sus principales clientes Alemania y Suiza y considerándose como potenciales a Japón Francia, Gran Bretaña, Canadá, Estados Unidos, México, Holanda, Colombia y Guatemala.

Como medida proteccionista y debido a la baja calidad de los productos provenientes de algunos países, especialmente China e India, el gobierno salvadoreño impuso como requisito todos los productos alimenticios importados deben estar certificados internacionalmente por la (FDA).<sup>3</sup>

Este repentino cambio trajo como consecuencia que algunas empresas europeas, especialmente holandesas, abandonaran sus exportaciones a El Salvador por no contar con dicha certificación.

A pesar de la gran cantidad de marcas de pinturas y proveedores extranjeros, el mercado de pinturas en aerosol en El salvador no es significativamente grande,

---

<sup>3</sup> La (FDA), Food and Drug Administración, es una agencia federal dentro del departamento de la Salud y de los servicios humanos de Estados Unidos, la cual es responsable de la calidad y eficiencia de los alimentos, drogas, cosméticos y productos biológicos.

siendo abastecido el mercado por gran cantidad de empresas de diferentes países vecinos o relativamente cercanos a El Salvador.

### 2.2.1. Pigmentos

Por tratarse de una materia prima para la elaboración de alimentos, prendas, plásticos y un sin número de productos, los principales clientes de éste tipo de productos son las industrias de diverso tipo. Existen dos clases de pigmentos o colorantes dentro de los cuales se encuentran los producidos a partir de materias primas naturales y por otra parte los producidos con materias primas artificiales. Actualmente son más utilizados los pigmentos artificiales debido a su menor costo y a que existe mayor cuantía de empresas de fabricación de productos no alimenticios. Sin embargo, a pesar de ser clara la preferencia por los productos naturales, se espera que la industria de los pigmentos desarrolle pigmentos artificiales sin consecuencia alguna para la industria alimenticia.

En el caso de los pigmentos naturales, se hace referencia a especies puras que generalmente son utilizadas en El Salvador para marinar el pollo y las resinas, el carmín, y la cochinilla (para el embutido), cuya presentación viene tanto en polvo o como en pasta.

Los pigmentos o colorantes utilizados para el procesamiento de alimentos cuenta con compradores claves entre los cuales se cuentan:

**Panaderías:** Estos productos son utilizados en la fabricación de los diferentes tipos de pan, galletas, postres y pasteles entre otros.

**Industrias Alimenticias:** Empresas que se encargan de la fabricación de pan a gran escala. Ejemplo de estas se encuentran PAMBI S.A. de C.V., LIDO, MOLSA, Elsy Cakes y Bimbo entre otras.

**Industrias dedicadas a la producción de embutidos:** Son las empresas que se dedican a la producción de jamones, salchichas y otros productos cárnicos que utilizan colorantes como el innato para darle color a este tipo de productos. Dentro de los principales clientes se encuentran: FOOD, Bonamesa, SiHam, La Unica, Alarcón, Productos Deliciosos y Vita entre otros.

Los clientes dedicados a la producción de alimentos y que utilizan colorantes prefieren los de tipo natural pues son sus productos son mayormente aceptados en el comercio si sus ingredientes son naturales.

En el segmento industrial no alimenticio, las empresas que presentan una mayor demanda son las siguientes:

**Industria Plásticas:** Estas son las empresas dedicadas a la producción de materiales plásticos como envases para uso doméstico y envases para



productos de uso industrial. Las empresas que son clientes de este tipo de pigmentos utilizan procesos tanto de inyección como de soplado sobresaliendo empresas como Tacoplast y Plastymet.

**Textiles y Artículos de cuero:** En este grupo de empresas se concentran aquellas dedicadas a la manufactura de prendas de vestir en donde se encuentran empresas dedicadas al desarrollo de prendas para el consumo local y la exportación, y las empresas dedicadas a la producción netamente para la exportación ó maquilas. Entre las nacionales se encuentran empresas como Hilasal, Rayones de El Salvador y St Jack’s entre otras. En los que respecta a la producción orientada a la exportación, se espera que los nuevos esquemas de maquila generen una integración vertical de los procesos aumentando considerablemente la utilización de pigmentos en El Salvador.

Es importante mencionar que la demanda de pigmentos o colorantes en El Salvador guarda estabilidad en su tendencia no generando picos de demanda a lo largo del año. La planeación de la producción de las empresas es realizada en forma sistemática con el fin de satisfacer la demanda de sus productos a lo largo del año lo cual mantiene los niveles de utilización de pigmentos relativamente estable a lo largo del año.

### 2.2.2. Pinturas

Las pinturas en aerosol en la mayoría de los casos están dirigidas al consumidor final pues debido a que su alto costo descarta su utilización en la mayoría de procesos industriales. Ya que estos productos no van a sufrir ningún tipo de cambio en su composición antes de consumirlo. Los mayores consumidores de pinturas en aerosol están prácticamente bien identificados siendo los principales los siguientes:

**Talleristas:** Estos se refieren principalmente a las personas que trabajan en:

- Estructuras metálicas, puertas de metal, defensas, portones, verjas, decoraciones metálicas y todo tipo de obra que se requiera de soldadura, ya que por el tipo de secado rápido de las pinturas en aerosol es muy efectiva para pintar éste tipo de bienes.
- El sector automotor, específicamente los dueños de taller de soldadura autógena y eléctrica, que hacen reparaciones en los automotores y que luego requieren de una pintura que permita dejarlos como estaban antes de la reparación.
- Talleres dedicados a la reparación de bicicletas, ya que con este tipo de pintura se obtiene un mejor acabado al momento de pintar.
- Talleres automotores especializados y de autoservicio de agencia o distribuidores autorizados en la distribución de una marca específica en el país y en este tipo de talleres se utiliza las pinturas con un mejor acabado como Prestone y Ambro.

**Estudiantes:** Este grupo lo conforman adolescentes y jóvenes que se encuentran cursando en educación media y superior. El uso que dado a los aerosoles es básicamente para actividades escolares como decoración en actividades especiales, proyectos escolares o en días festivos a nivel nacional. En educación media hay actualmente 150,000 estudiantes, lo cual representa el 9% de la población; y en educación superior hay 110,000 alumnos que son el 7% de los salvadoreños<sup>4</sup>.

**Amas de casa:** Este grupo lo conforman las señoras que se dedican a trabajar en el hogar, siendo su objetivo el arreglo rápido de utensilios dentro del hogar.

## **2.3 .DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES**

### **2.3.1. Pigmentos**

El cliente de pigmentos, tiene en cuenta los siguientes aspectos en el momento de decidir la compra:

- Calidad en el producto: Se mide a través de varias pruebas de laboratorio en las cuales el factor importante es el porcentaje de concentración que posea el colorante y el precio que se otorga. Por estas razones la mayoría de ellos los importa de países como Estados Unidos, México, España, Panamá, Alemania, Suiza, Bélgica, Honduras, Italia entre los principales
- Capacitación: los proveedores deben estar conscientes que en este tipo de industria la capacitación es uno de los principales valores agregados pues el manejo adecuado de los pigmentos hace del producto lo que se espera de él. Un buen proveedor debe brindar capacitación en cuanto a forma, técnicas de uso y niveles de concentración de los productos.
- Exclusividad en la formulación de los colorantes: su objetivo es mantener su diferenciación frente a otras empresas.
- Asistencia técnica: se requiere asesoría en la parte técnica del producto para aprovechar totalmente sus propiedades.
- Oferta disponible: La continua disponibilidad de producto garantizará la continua demanda de pigmentos; si por el contrario, los pigmentos no están disponibles, es posible que el cliente opte por contactar otras empresas corriéndose el riesgo de ser reemplazado como proveedor.

La tendencia del consumidor final es a ser más exigente en la presentación del producto que compra. El distribuidor de pigmentos, sabe que el cliente que le va a comprar esta siendo muy exigente en la presentación, higiene, aseo y limpieza, esto obliga al proveedor-distribuidor a satisfacer sus exigencias que vienen en cadena.

---

<sup>4</sup> Fuente: Anuario Estadístico del 2002 del Ministerio de Educación de El Salvador

En el caso de la industria textil, el principal factor a tomar en cuenta para los colorantes es la durabilidad del color en la impresión en la tela, que no se decolore rápido, que no se arruine por razones de la inestabilidad del color, que mantenga la intensidad. De acuerdo a la tela que se escoja, la calidad que se requiera y el segmento poblacional al que vaya destinado el producto, las empresas vienen realizando una serie de pruebas de lavado que mide la resistencia de la decoloración.

Para la industria alimenticia el factor más importante en la decisión de compra es que el pigmento sea 100% natural, ya que de esto depende que el producto final sea aceptado tanto en el mercado local como extranjero. Adicional a este elemento, consideran el rendimiento del pigmento en relación a su precio. Es decir, que no es un simple cálculo de peso o cantidad de pigmento por dólar, sino que lo realmente importante para el industrial es cuánto es el rendimiento una vez diluido el producto (rendimiento vs. concentración).

Para los fabricantes de plásticos, un elemento importantísimo es la consistencia en el color. Es decir que en cada compra que realicen el pigmento que reciban sea idéntico al anterior debido a que esto determina el color del producto final, que en definitiva es la imagen del producto. Por lo tanto una vez que seleccionan a un proveedor para un color es difícil que tomen la decisión de cambiarlo. Así mismo, las fabricas cuentan con una amplia gama de proveedores de acuerdo a los colores que sean necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes e incluso llegando a buscar proveedores dispuestos a realizar pruebas de inyección de plásticos, ofreciendo en demostración muestras de pigmentos y ofreciendo asistencia técnica en el manejo y mejor utilización del producto.

Una de las estrategias que los distribuidores manejan para atraer a los clientes son las ventas a crédito. Inicialmente el cliente paga por lo menos 3 veces el producto de contado, solicitando posteriormente crédito para sus compras. Usualmente el término es de 30 días aunque la cultura salvadoreña adicional a los 30 días de crédito se toma 30 adicionales para el pago de las facturas de compra. Esto obliga al importador-distribuidor a buscar crédito a 90 días a fin de manejar los plazos de recuperación y pago.

Una de las estrategias comerciales que las empresas importadoras-distribuidoras manejan es el de tener una muy buena relación comercial a pesar la cartera del cliente sea muy alta, pues no existe fidelidad de marca. La calidad de los productos frecuentemente no es un diferenciador en el mercado, motivo por el cual la atención y el servicio deben hacer la diferencia para mejorar los índices de fidelidad. De acuerdo a lo anteriormente expuesto, las compañías que presentan ventajas comparativas en el mercado son aquellas que pueden constantemente asesorar a los clientes, proveerles de valor agregado y garantizar la disponibilidad del producto.

### **2.3.2. Pinturas**

El mercado de pinturas en aerosol, así como el número de usuarios ha venido creciendo durante los últimos años generando que el consumidor sea cada vez más exigente en términos de calidad y precio dependiendo de los productos que consume. Los aspectos que evalúa el consumidor en el momento de decidir la compra son los siguientes:

- **Calidad:** Es el factor más importante, debido a que los consumidores buscan productos con alta calidad pero no están dispuestos a pagar precios altos.
- **Precio:** Es un factor relevante en el momento de la compra ya que lo que busca el consumidor es un producto bajo en precio pero que cuente con alta calidad.
- **Empaque:** Hace referencia a tamaño, modelos y colores y depende de la necesidad del consumidor.
- **Beneficios Adicionales:** Los consumidores están dispuestos a pagar más por un producto que contenga anticorrosivos, beneficio que en la mayoría de casos marca la preferencia hacia cierto tipo de producto. Para los vendedores al detal de pinturas en aerosol, la rotación del producto ha tendido a aumentar en los últimos años, ya que según sus experiencias los consumidores tratan de buscar artículos que simplifiquen sus tareas por lo que una pintura de aplicación y secado rápido les resulta atractiva.

El mercado salvadoreño no tiene altos niveles de lealtad hacia una marca en específico, lo que genera un alto nivel de competencia en el mercado, siendo el precio como se menciono anteriormente el factor decisivo de compra. Debido a la fuerte competencia que existe, las empresas distribuidoras y comercializadoras se enfrentan a altos niveles de exigencia en términos de la relación costo-precio venta público.

En cuanto a países proveedores, a pesar de no existir fidelidad hacia una marca, los consumidores salvadoreños consideran que un producto que en su etiqueta dice “Hecho en Estados Unidos” es mucho mejor que uno elaborado en El Salvador. Existen definitivamente mayores niveles de confianza en productos de procedencia de Estados Unidos, Japón, Inglaterra, Francia, Alemania, México, España y Brasil que de otros países de economías emergentes como China, Indonesia, Taiwán y Korea, al igual que de sus países vecinos centroamericanos.

Es importante resaltar que el ciudadano salvadoreño maneja una cultura de ofertas, por eso los centros de distribución utilizan ésta estrategia para atraer a sus propios clientes, a clientes nuevos y clientes ocasionales principalmente en momentos que se presenta poca rotación. De esta forma identifican que es el momento de llamar la atención a la cultura del consumismo y del ahorro que se maneja por parte de usuario o consumidor final.

En cuanto a la época de compra de estos productos, los detallistas no especializados en pinturas, dijeron que el movimiento del producto ha sido constante durante los últimos años. No existe un mes o época en la que se venda más producto, sin embargo para unos distribuidores han resultado más productivas las ventas en los meses de Noviembre y Diciembre, por las festividades navideñas ya que son generalmente utilizadas para las decoraciones navideñas.

Los colores disponibles en el mercado se listan a continuación. Fueron ordenados de acuerdo al orden de preferencia de los consumidores:

- Blanco
- Negro
- Rojo
- Azul
- Negro Brillante
- Verde
- Plateado
- Aluminio
- Dorado
- Amarillo
- Gris
- Blanco Brillante
- Fluorescente
- Naranja

De acuerdo a los detallistas, los colores de mayor rotación corresponden al rojo y al negro con cerca de un 50% de participación, seguidos con el rojo, azul y verde con cerca de un 40%, mientras que colores como el negro brillante, plateado, dorado y los demás son vendidos mayormente en época navideña y corresponde su participación al 10% restante.

El empaque de los productos es realizado en cajas de cartón selladas de 12 unidades y del mismo color. Claro está que hay excepciones como el caso de pinturerías COMEX que empaca en cajas de 6 unidades.

## **2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES**

El sector de pigmentos y pinturas se encuentra liderado por Estados Unidos y México, pues a los ojos de los importadores son estos los países que ofrecen la mejor calidad a precios moderados. Así mismo, es importante destacar que estos países realizan una fuerte labor comercial con los importadores y distribuidores salvadoreños, pues los visitan constantemente conociendo claramente cuales son las características y necesidades de los empresarios salvadoreños. Este comportamiento les otorga una ventaja competitiva con respecto a otros países cuya fuerza comercial es débil, pues para el

centroamericano es fundamental el apoyo, la asistencia técnica y la relación directa con sus proveedores.

En el caso de los productos colombianos, éstos son reconocidos por su excelente calidad; no obstante, en el caso de los importadores de pinturas aseguran no haber recibido jamás información o muestras de productos colombianos, al igual que los importadores de pigmentos los cuales incluso aseguran que en repetidas ocasiones han intentado obtener información de empresas colombianas siendo el proceso de búsqueda infructuoso, optando por buscar proveedores en otros países.

En cuanto a los pigmentos para uso alimenticio, es fundamental que éstos cuenten con la certificación de la FDA, pues es un requisito solicitado de importación solicitado por el gobierno salvadoreño. Esto ha generado que algunos pigmentos procedentes de Holanda y China, los cuales no contaba con este requisito salieran del mercado, dando un giro al comportamiento de la demanda exigiéndose mayores niveles de calidad y certificaciones internacionales para la aceptación del producto, aceptación que repercute directamente en la aceptación internacional cuando el producto final es exportado.

## **2.5. CONCLUSIONES DE CARACTERÍSTICAS Y COMPOSICIÓN DEL MERCADO**

El mercado de Pigmentos y Pinturas en El Salvador, tiene un tamaño de de casi US\$ 20 millones anuales, y ha presentado un crecimiento sostenido del 5% en los últimos cuatro años. Esto se debe a que el gobierno esta apoyando a los productores de pigmentos naturales, así como también ha elevado los aranceles a empresas extranjeras productoras de pinturas en aerosol, con el fin de proteger a Pinsal, la única empresa productora de pinturas en el país.

En el Salvador, solamente existe una empresa productora de pintura en aerosol, y una asociación de campesinos que producen pigmentos naturales, esto hace que la producción local represente solamente el 1% del tamaño total del mercado, razón por la que se considera que es un país netamente importador de Pigmentos y Pinturas.

México, es uno de los principales países de los cuales se importan productos de los dos subsectores, debido principalmente a que éste país goza de cero arancel debido al acuerdo que existe entre México y el mercado Triangulo Norte.

Para los consumidores de este tipo de productos, la calidad es un factor fundamental en la decisión de compra, pues cada vez es mayor el nivel de exigencia de los consumidores en los productos que adquiere.

Así mismo, el nivel de calidad exigido por los importadores es cada vez mayor, pues durante el 2002, el Ministerio de Salud, estableció que todos los productos alimenticios que entren en el país, deben estar certificados por el (FDA) “Food and Drug Administration” (por sus siglas en Inglés), lo que generó que muchos de los proveedores de pigmentos para productos alimenticios que no contaban con esta certificación salieran del mercado, dándole paso a nuevo exportadores que contaran con productos que cumplieran con ésta exigencia.

### 3. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

#### 3.1 ESTRUCTURA DE LA OFERTA

##### 3.1.1 UBICACIÓN DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS

Tabla 8. Distribución Geográfica de las Plantas Productivas de Pinturas Extranjeras

Empresa	Marca	Origen
Industrias Kativo	Protecto	Costa Rica
Sherwin Williams	Krylon	Estados Unidos
Fastdry	Fastdry	Estados Unidos
Arbor	Arbor	Estados Unidos
Grupo Solid	Corona	Guatemala / Estados Unidos / Salvador
Comex	Aerocomex	México
Acuario	Acuario	México

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información recolectada en entrevistas

Tabla 9. Distribución Geográfica de las Plantas Productivas de Pinturas Nacionales

	Marca	Origen
Pinsal	Easy-color	El Salvador

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información recolectada en entrevistas

Tabla 10. Distribución Geográfica de las Plantas Productivas de Pigmentos Extranjeras

Empresa	Marca	Origen
Dystar Textilfarben	Dystar	Alemania
Colorquímica	Colorquímica	Colombia
Sensient Color	Warner Jenkinson	Estados Unidos



Hilton Davis	Hilton Davis	Estados Unidos
otros	otros	India
Basf	Pigmosol, Basonyl	México
Clariant	Aluprint, Cerifin, pentasol	México
Su Aroma	Su Aroma	Venezuela

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información recolectada en entrevistas

**Tabla 11. Distribución Geográfica de las Plantas Productivas de Pigmentos Nacionales**

Empresa	Marca	Origen
AZULES	Azules	Salvador

### 3.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

Históricamente, El Salvador, se ha caracterizado por la producción de pigmentos naturales de Achiote y Añil, los cuales habían sido producidos de manera artesanal en su mayoría por campesinos, los cuales se han mantenido en el oficio estimulados por comerciantes que han tomado ventaja de los buenos indicadores de demanda que éstos pigmentos naturales han demostrado en el exterior. Estos campesinos, cuentan con la colaboración del Ministerio de de Agricultura y Ganadería y con el Instituto Americano de Cooperación para la Agricultura, de quines reciben constantemente capacitación para garantizar los mejores resultados en el proceso de preparación de las semillas, siembra, cosecha y manejo de los pigmentos.

Los productores de Añiles, se encuentran reunidos en torno a la Asociación de Añileros de el Salvador “AZULES”, asociación que reúne a cerca de 28 asociados quienes mantienen un área cultivada de aproximadamente 130 Manzanas (91 Hectáreas) en todo el país.

En cuanto a pigmentos artificiales, en el Salvador no existen empresas productoras de este tipo de artículos, razón por la cual el 100% de los pigmentos utilizados en este país, son importados.

**Tabla 4. Caracterización de Empresas Productoras de Pintura**

Empresas	Grupo Solid
Marcas	Corona
Número de empleados	N/D
Ventas totales en \$	N/D
Ventas totales en unidades	N/D

Localización de la planta de producción	San Salvador
---	--------------

Fuente: Elaborado por el grupo consultor

En cuanto a empresas productoras de pinturas, Pinsal es la única empresa 100% salvadoreña, mientras que la compañía Grupo Solid es una empresa Guatemalteca, la cual tiene un centro de producción en la ciudad de San Salvador. Aunque Sherwin Williams, es una de las marcas más importantes y reconocidas en el Salvador, no posee en el Salvador una planta productora.

Las marcas más reconocidas en el mercado por los consumidores son las provenientes de México y Estados Unidos. Los productos norteamericanos son catalogados en el mercado como de excelente calidad, mientras que los bienes mexicanos son evaluados como de buena calidad a bajo precio, mejorando aun más la relación costo-beneficio.

Paradójicamente, la marca de pintura con mayor nivel de rotación es la “easy color” de origen nacional. Su connotación de marca local y de mayor trayectoria en el mercado le ha permitido mantener excelentes niveles de exposición en góndola, acompañado de una buena calidad y de unos buenos márgenes para sus distribuidores y detallistas. El precio impuesto por las marcas extranjeras, a pesar de los tratados mejoró aun mas las condiciones de comercialización de “easy color” aumentando aun más los márgenes de la cadena de abastecimiento.

De acuerdo a lo anterior y en búsqueda de la caracterización de otras marcas y compañías fabricantes, a continuación se enumeran las más importantes.

## **Sherwin Williamns de C.A**

Es una empresa americana, la cual posee una sucursal de distribución y manejo comercial en la ciudad de San Salvador. Esta compañía, produce la pintura en aerosol krylon, la cual puede ser utilizada tanto interiores como exteriores, y en cualquier tipo de material como madera, plástico, vidrio, cerámica, etc. Krylon es distribuido en las principales ferreterías del país gracias a la labor realizada por la oficina de Sherwin Willimas en El Salvador. La promoción de los productos de esta marca se realiza a través de anuncios en el periódico y en vallas de la compañía Sherwin Williams, en la cual se aprecia el nombre y el logotipo de la empresa, así como también se destacan sus principales marcas. Todos los productos de esta marca, poseen código de barras

**Pinturas marca Krylon, de la compañía Sherwin Williams**



Fuente: Tomada por el Grupo Consultor

#### **Pasacalle de la empresa de pinturas Sherwin Williams**



Fuente: Tomada por el Grupo Consultor

#### **PINSAL S.A. de C.V.**

En el subsector pinturas en aerosol, esta es la única empresa salvadoreña productora. Además de surtir el mercado nacional, exporta sus productos a Guatemala, Honduras, Nicaragua y Costa Rica, siendo su principal marca “EASY COLOR”. Su nombre en inglés se debe a la intención de la compañía de eliminar el sesgo hacia productos americanos que pudiesen afectar el nivel de ventas necesario para su subsistencia.

Posee puntos de venta propios, además de mantener presencia en la gran mayoría de ferreterías del país, independientemente de su tamaño.

Entre sus ventajas competitivas se puede mencionar su bajo precio al consumidor final, mientras que para los comercializadores la ventaja radica en los plazos de crédito que otorgan de hasta 45 días (normalmente extensibles a 60), adicional a la disposición de despacho de pedidos pequeños y al constante

apoyo que brinda PINSAL en promociones que mejoren la rotación de sus productos, apoyo que consiste en otorgar descuentos que son transferidos a los clientes finales y algo de material publicitario.

Esta marca promociona sus productos, a través de vallas y anuncios en el periódico, así como también poseen la mayor presencia en los anaqueles, con el 50% del espacio en góndola aproximadamente. Estos niveles de exposición se han logrado gracias a la permanente visita de personal de “merchandising” que visita los puntos de venta, arreglando los productos y asegurándose de ocupar espacio suficiente para impactar a los compradores. Todos los productos de esta marca poseen código de barras.

## **KATIVO H.B. FULLER**

Es una empresa costarricense cuya marca principal es “Protecto”, quien ofrece una amplia gama de colores y de productos para maderas, metales, techos, concreto y construcción entre otros. Esta empresa, posee actualmente en El Salvador 5 almacenes de pintura y 36 distribuidores a nivel nacional, cubriendo aproximadamente el 56% en la zona de San Salvador y sus alrededores.

La promoción de éste producto se lleva a cabo a través de vallas publicitarias ubicadas en distintos puntos de la ciudad y a través de anuncios en la prensa en donde se destacan las diferentes presentaciones en las que vienen las pinturas. Todos los productos de esta marca utilizan código de barras.

## **Warner Jenkinson S. A de C.V**

Es una empresa americana, la cual lidera el mercado de colorantes y pigmentos en el Salvador con su marca sensient color. Warner Jenkinson produce colores sintéticos y naturales para la industria alimenticia. Sus productos son elaborados en diferentes presentaciones de acuerdo con su aplicación, como polvos hidrosolubles, polvos lacas, líquidos granulados, monoblens y dispersiones. Esta marca es distribuida exclusivamente en El Salvador por Droguería Helmer.

## **Clariant**

Es una empresa de origen suizo, la cual cuenta con 130 centros de producción distribuidos en todo el mundo. Desde su planta de producción en México, distribuye sus productos a los países centroamericanos. Clariant ofrece una amplia variedad de pigmentos, en los cuales se destacan las marcas Aluprint, Cerifin, Pentasol entre otros, éstos pigmentos, son utilizados en el sector industrial, para automotores, textiles, plásticos e impresión entre otros.

### **Muestras de Pigmentos de la compañía Clariant<sup>5</sup>**



### **BASF S.A de C.V**

Es un grupo con origen alemán, el cual desde su planta de producción en México, distribuye sus productos a cada uno de los países de Centroamérica, en los cuales existen una sucursal de la compañía que distribuye los productos por todo el país. Esta empresa produce pigmentos de marcas como Pigmosol y Basonyl entre otros, los cuales viene en presentaciones en agua y líquidos, tanto orgánicos como inorgánicos para la industria del plástico, cuero y textiles entre otros.

## **3.2. MEZCLA DE MERCADEO**

Se presenta información de las estrategias promocionales utilizadas por los fabricantes de las marcas de pigmentos y pinturas que se comercializan en El Salvador. Así mismo se presenta la participación de mercado que posee cada marca.

### **3.2.1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS**

#### **3.2.1.1. Pigmentos**

La publicidad se hace más por mercadeo directo y venta directa. Los clientes buscan a sus proveedores-distribuidores y eligen las mejores alternativas de acuerdo a sus necesidades. En el subsector es muy difícil encontrar material publicitario o pauta en medios masivos de comunicación. La publicidad se hace llegar al cliente potencial por medio de mercadeo directo, ya sea en forma de brochures, catálogos u otros medios impresos, así como por medio del envío de

---

<sup>5</sup> Foto tomada de la pagina Web de la empresa Clariant [www.clariant.es](http://www.clariant.es)

muestras con información suficiente sobre sus características y bondades del producto.

Algo importante de resaltar es la publicidad de boca a boca, los mismos clientes se encargan de comunicar a otros clientes potenciales en que lugar es que se distribuye el pigmento y es así como se logra contactar.

### **3.2.1.2. Pinturas**

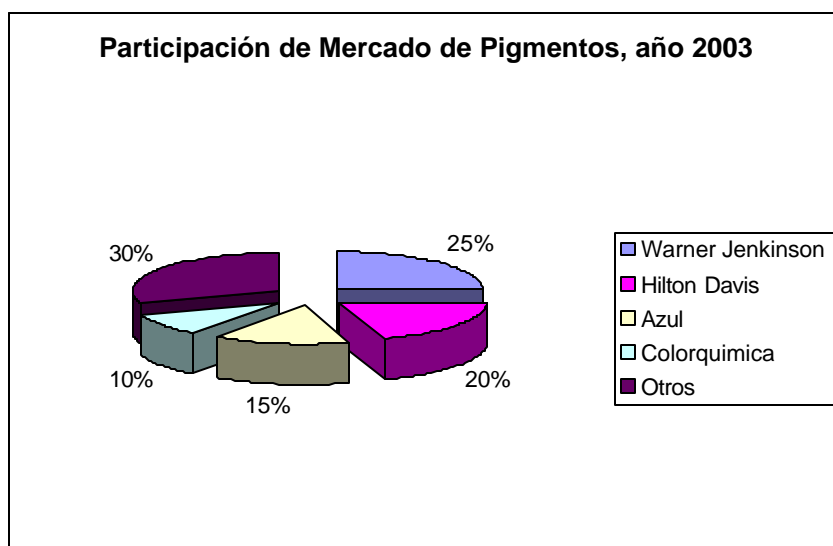
En el marco de la publicidad, no existe publicidad del fabricante, sino que lo que se utiliza es la publicidad compartida, es decir, el canal detallista, normalmente la ferretería, se pone de acuerdo con los proveedores-distribuidores de diferentes productos y obtiene de ellos dinero por sacar su producto en la página publicitaria, permitiendo al detallista, bajar sus costos y obtener apoyo publicitario por parte del distribuidor. Por lo general, el detallista pide el 50% del costo del aviso al distribuidor/productor del espacio que el producto vaya a ocupar en el material publicitario, el cual generalmente incluye productos de diferentes categorías. . Esta publicidad se maneja de tres formas:

- A través del periódico, en página entera o dos páginas a full color en donde se describen las diferentes marcas que apoyaron la publicidad compartida y las ofertas que cada una pueda tener.
- Correo directo: Mediante el levantamiento de una base de datos, preferiblemente de clientes asiduos a las ferreterías, se realizan alianzas que permitan a la publicidad llegar a clientes potenciales mediante el uso de empresas que regularmente envíen correo a sus clientes. Es el caso de tarjetas de crédito, bases de datos propias de los establecimientos, etc.
- Periódicos internos del establecimiento, cuya distribución se lleva a cabo en el mismo establecimiento. El periódico es distribuido en la puerta para enterar a los clientes de las promociones o de productos que se deseen publicitar. En ocasiones se coloca a una persona a fin de entregar en la entrada un ejemplar de la guía para no dejar que ninguna persona deje de conocer lo que se está promoviendo ese día o esa temporada

Estas tres formas de publicidad se manejan de forma simultánea, pues los anuncios en el periódico son utilizados para publicar las promociones de los diferentes productos con el objetivo de atraer a los consumidores a los diversos locales. Los periódicos internos del establecimiento, son entregados a los clientes a la entrada del almacén con el objetivo de que conozcan todas las ofertas vigentes en el momento oportuno, lo que podría llevar a que el consumidor se interesara por algún producto distinto que fue a buscar inicialmente al almacén. El correo directo es utilizado con los clientes frecuentes los cuales acostumbran a realizar sus compras en el almacén con el objetivo de mantener la fidelidad de los mismos.

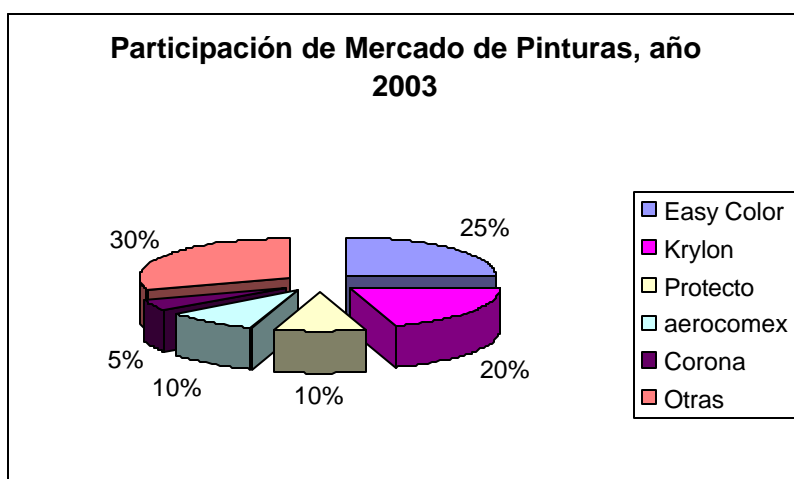
### 3.2.2. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE PRODUCTOS DE PIGMENTOS Y PINTURAS POR CATEGORÍAS

Gráfica 13. Participación de Mercado de Pigmentos, año 2003



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información recolectada en entrevistas

Gráfica 14. Participación de Mercado de Pinturas, año 2003



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información recolectada en entrevistas

### 3.2.3 COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DEL SECTOR

### 3.2.3.1. PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS POR SUBSECTOR

El mercado de Pigmentos es tan competido en El Salvador que el factor precio juega un rol primordial en la decisión de compra del cliente. La calidad es muy importante, siendo la concentración el factor fundamental. Significa esto que si la calidad es similar y la concentración igual, el precio es el factor clave de decisión.

Adicionalmente los consumidores de pigmentos requieren atención en preparación de fórmulas o mezclas para encontrar los colores requeridos. En la siguiente tabla se presenta información de precios en dólares por marca de pinturas en aerosol. Estos precios fueron recopilados en distintos puntos de venta de San Salvador en los meses de enero y febrero del 2004. Las variaciones entre mínimo y máximo se deben a los precios en diferentes puntos de venta pues la presentación por marca es exactamente igual. Sin embargo no se identificó un punto que fuese más barato en todas las marcas, ni uno que fuese el más costoso en todas las marcas. Es decir, que el almacén que ofrece el precio mínimo para la marca Easy-Color no necesariamente es el mismo que ofrece el precio mas bajo para las otras marcas.

**Tabla 12. Precios de Pinturas en Aerosol en El Salvador, en US\$**

Marca	Precio Mín	Precio Máx.
Easy-Color	\$1.65	\$2.06
Protecto	\$1.50	\$2.00
Corona	\$1.61	\$2.00
Krylon	\$1.88	\$1.99

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

Los precios de los pigmentos varían de acuerdo a la base a partir de la cual estén elaborados. De ésta manera, los colorantes naturales tiene un valor que oscila entre US\$ 35 y US\$ 50 por kilogramo, mientras que los precios del kilo de pigmentos sintéticos oscila entre US\$ 5.50 y US\$15.

### 3.3. CONCLUSIONES DE COMPETENCIA

En el subsector de Pigmentos, es importante mencionar que la gran variedad de proveedores que actualmente surten el mercado salvadoreño representan una barrera de entrada al mercado. Importante recalcar igualmente que adicional a la lucha por el precio y la calidad, la presentación de diferentes opciones al cliente podría abrir las puertas a la comercialización por parte de nuevos proveedores que pretendan penetrar el mercado.



Es relevante exponer también que la competencia local se ha incrementado bajo la siguiente figura: Pequeños empresarios han identificado en el mercado las diferentes necesidades de las industrias, quienes frecuentemente no encuentran pigmentos que se adapten a sus necesidades en términos de la gama de color, lo que ha desarrollado microempresas expertas en desarrollar colores a la medida de las necesidades de los diferentes clientes, aumentando la facilidad para las compañías manufactureras y permitiendo vender volúmenes mas pequeños bajo pedido.

En cuanto a pinturas, la principal competencia para el mercado colombiano es PINSAL, empresa salvadoreña con fuerte presencia en el mercado centroamericano. Por otro lado se encuentran las marcas importadas ya que el consumidor tiende a preferir esta clase de productos por considerarlos de mejor calidad dado el respaldo de las marcas. Entre los principales competidores se encuentran Sherwin Williams y Abro, las cuales provienen de Estados Unidos, al igual que “Acuario” que se considera como una fuerte competencia mexicana.

La marca que posee mayor presencia en el mercado de pinturas es “EASY COLOR”, marca producida y distribuida por Pinturas PINSAL, seguida por pinturas PROTECTO que es importada de Costa Rica y distribuida, tanto a nivel mayorista como detallista por industrias KATIVO. Otra de las marcas con mayor presencia de los detallistas entrevistados es Krylon, pintura importada de Estados Unidos por grandes detallistas como Ferreterías FREUND, PANADES y la misma Sherwin Williams. Se considera a estas tres marcas como las principales competidoras, con la mayor presencia en los puntos de venta detallista.

## **4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION**

En El Salvador se identifican varios canales de distribución para estos productos. El canal que se utiliza depende de la marca y de cuál actor realice la importación. Para iniciar este capítulo es necesario exponer de forma explícita los canales de comercialización que se utilizan en el país:

### **Pinturas en Aerosol**

- Las empresas cuentan con representantes locales que importan el producto distribuyéndolo en el mercado local por intermedio principalmente de las ferreterías. De igual manera trabaja PINSAL en su estrategia de distribución.
- Las grandes ferreterías como Freund, Panades, Vidrí entre otros importan directamente los productos desde Estados Unidos, Panamá o México principalmente.
- Las ferreterías pequeñas debido a su escasa capacidad de compra a los pequeños volúmenes que manejan adquieren los productos de ferreterías grandes quienes también operan generalmente como mayoristas o distribuidores. Igualmente mantienen negocios con representantes de empresas extranjeras o con el mismo PINSAL.

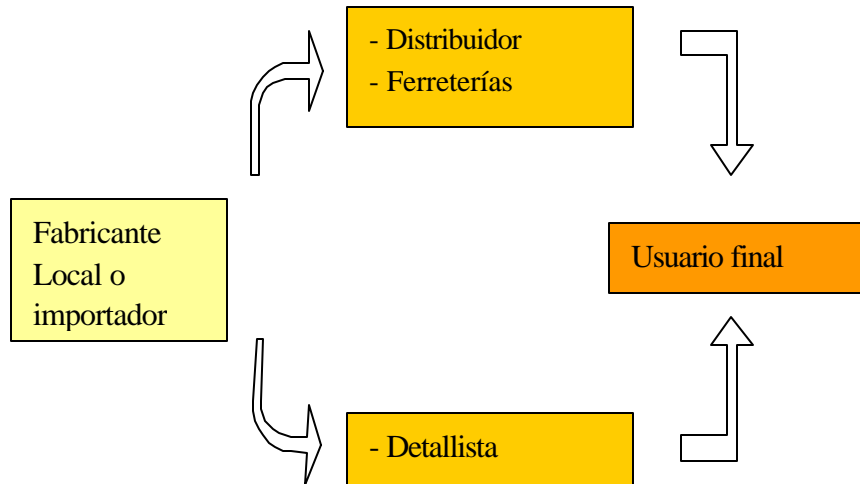
### **Pigmentos o Colorantes**

- Los pigmentos usualmente son importados directamente por la industria que los vaya a utilizar como materia prima, o pueden ser importados por distribuidores los cuales venden a las industrias locales en menores cantidades evitando así el innecesario manejo de inventarios.

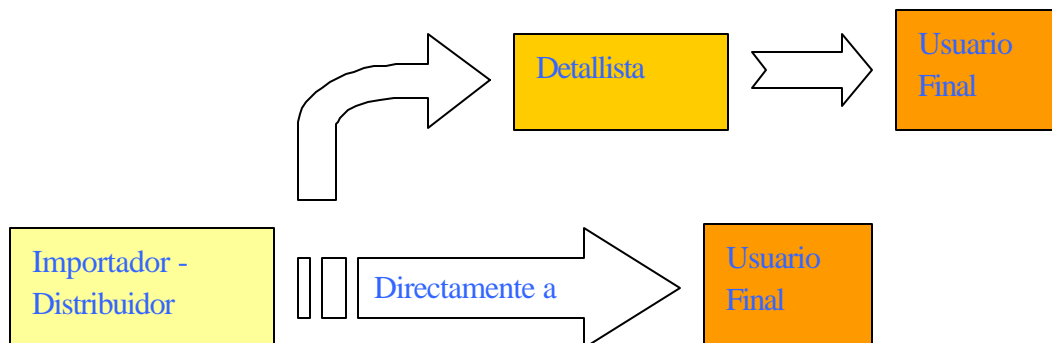
Empresas como Sherwin Williams, Kativo y Grupo Solid importan directamente sus marcas, distribuyéndolas directamente a las ferreterías en el país. Consideran que esta estrategia ofrece la ventaja al comercializador de acarrear menores inventarios y de generar relaciones comerciales cercanas y más sólidas.

A continuación se muestra la cadena de abastecimiento que para el caso de Pinturas en Aerosol es bastante simple.

Gráfica 16: Canal de Distribución de Pinturas



Para el subsector de pigmentos se puede representar la comercialización en el siguiente diagrama



## 4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

### 4.1.1. Ferreterías Grandes

Se identificó que en general el mercado salvadoreño de pinturas no presenta estándares en cuanto a normas técnicas para la adquisición de aerosoles. Los comercializadores asumen que si el producto es vendido en países

industrializados y con regulaciones exigentes como es el caso de Estados Unidos, México ó Europa, la calidad del producto y su control es suficiente para ser vendido en El Salvador.

### **GOLDTREE, S.A. DE C.V.**

Es una empresa de gran trayectoria, fundada en 1888; sin embargo no fue hasta 1995 que pasa a definirse como una ferretería, centro-hogar, ya que es en esta fecha cuando pasa a formar parte del grupo Araujo el cual le da su estructura actual.

Goldtree se dedica a la importación, distribución, mayoreo y venta al detal a través de las 8 sucursales que poseen en todo el país, ofreciendo artículos para el hogar, materiales de construcción, materiales eléctricos, jardinería, pinturas y artículos para la decoración en general. Goldtree se caracteriza por ventas con la modalidad de autoservicio. Actualmente posee planes de crecimiento en El Salvador y proyectos de expansión hacia Honduras y Nicaragua.

GoldTree maneja un stock de 15 a 30 días, el cual varía dependiendo de la rotación del producto y de las condiciones de abastecimiento en caso de proveedores internacionales. La compra de pinturas se realiza en su mayoría a empresas internacionales que poseen sucursales en el Salvador, las cuales le otorgan un plazo de 30 a 60 días para el pago de la mercancía.

GoldTree promociona sus productos, a través de comerciales en televisión, cuñas de radio y anuncios en periódicos locales. En éste último medio se publican las ofertas al público, de todos los productos las cuales se orientan a disminución del precio promedio mediante esquemas “Pague 1 lleve 2”. Adicionalmente se pudo estimar que los márgenes de Goldtree oscilan entre un 35% y un 40% para la mayoría de sus productos, incluido pinturas en aerosol.

Gold Tree maneja productos de Guatemala, México, Estados Unidos y El Salvador principalmente y aunque no ha tenido experiencias con productos colombianos, conoce su excelente calidad guardan interesantes niveles de interés en el estudio y posible importación de productos provenientes de Colombia.

Fachada e interior de la ferretería Goldtree<sup>6</sup>



**Gerencia de Compras:**

**Email:**

**Email (Compras):**

**Teléfono PBX**

**FAX**

**Web:**

Sr. Agustin Robert

arobert@goldtree.com.sv

compras@goldtree.com.sv

(503) 273-7722

(503) 273-0617 Ext. 249

<http://www.goldtree.com.sv/>

## **VIDRI DUCH S.A de C.V**

Es una ferretería, que hace parte del grupo Vidri Duch, la cual a su vez es dueña de las ferreterías Viduc, quien posee solo 4 puntos de venta en el país dirigiéndose a un segmento medio bajo de la población. A su vez, Ferreterías Vidri cuenta con 9 puntos de venta en todo el país, ofreciendo mayores servicios que Viduc, como parqueaderos y servicio a domicilio, orientándose a un segmento medio alto de la población.

El grupo se dedica a la importación, distribución, mayoreo y venta al detal de materiales de construcción, materiales eléctricos, pinturas, ferretería y jardinería.

Esta ferretería recibe de todos sus proveedores nacionales y extranjeros con los cuales trabaja precios CIF, un plazo de 30 a 60 días para cancelar la mercancía. Su inventario oscila entre 15 días y un mes, dependiendo de la demanda que tenga el producto y la ubicación de sus proveedores internacionales.

Las ferreterías del grupo Vidri Duch, promociona sus productos incluyendo las pinturas en aerosol a través de anuncios en televisión y radio en los cuales se destacan el nombre del almacén y las marcas de los productos que ofrecen. Así mismo colocan avisos en prensa los cuales generalmente son de página entera

---

<sup>6</sup> Foto tomada de la pagina Web de Goltree [www.goldtree.com.sv](http://www.goldtree.com.sv)

pudiendo promocionar variados artículos con información de precios y características. Durante el año se llevan a cabo diversas actividades promocionales que en promedio disminuyen el precio del producto en rangos que oscilan entre un 5% y un 10%. Vidrí Duch maneja márgenes de comercialización al detal de entre el 35% al 45%.

Ferreterías Vidrí comercializa productos de Estados Unidos, México, Costa Rica y El Salvador. Y aunque conoce la calidad de los productos colombianos, afirma que nunca ha recibido ninguna propuesta por parte de alguna empresa de pintura para comercializar sus productos.

**Interior de uno de los puntos de venta de la ferretería Vidri**



**Contacto:** Agustín Ernesto Orellana  
**Cargo:** Gerente de Compras  
**Email:** [compras@viduc.com.sv](mailto:compras@viduc.com.sv)

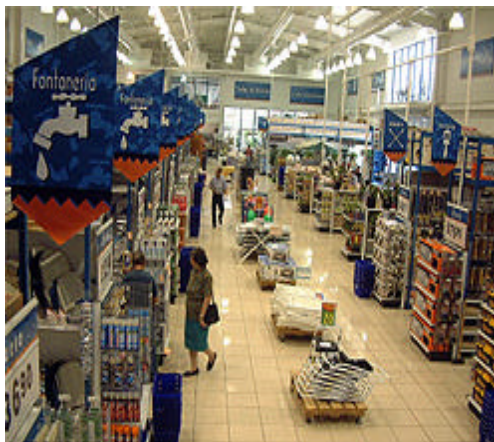
**FREUND S.A. DE C.V.**

Es una de las ferreterías más grandes el Salvador, cuenta con 15 puntos venta distribuidos por todo el territorio nacional. Una de sus principales fortalezas es la atención que provee a sus clientes pues en cada una de sus tiendas se encuentran asesores calificados, los cuales les brindan la información al consumidor acerca de cada uno de los productos que manejan.

Tanto sus proveedores nacionales como internacionales otorgan a Freund plazos de pago que oscilan entre 30 y 60 días. Freund comercializa productos de Estados Unidos, Guatemala, México y El Salvador y aunque esta ferretería posee buenas referencias de los productos colombianos, no han recibido propuestas de empresas colombianas de pinturas, no obstante se encuentran abiertos a cualquier producto que les ofrezca calidad y buen precio.

Esta ferretería promociona sus productos a través de una revista que publica mensualmente, en la cual se exhiben la mayoría de los productos que manejan en las tiendas. La financiación del material publicitario proviene tanto del proveedor como de Freund, quienes generalmente comparten los costos de producción de la revista. El margen de comercialización igualmente oscila entre el 35% y el 40%.

**Ferretería Freund<sup>7</sup>**



<b>Contacto:</b>	Lic. Eduardo Freund
<b>Dirección:</b>	Prolongación Autop Nte y Pasaje Freund No. 3, Colonia Monpegón
<b>Teléfonos:</b>	(503) 276 3333      276 8888
<b>Fax:</b>	(503) 276 3250
<b>e-mail:</b>	freund@freundsa.com

#### **4.1.2. Pequeñas Ferreterías**

El surgimiento de grandes cadenas ferreteras no ha inhibido el desarrollo de ferreterías pequeñas ya que éstas continúan con el servicio de dependiente de mostrador, se ubican a las afueras de San Salvador y en ciudades periféricas geográficamente hablando. En El Salvador existen ciudades a menos de dos horas de distancia en automóvil en donde estas pequeñas ferreterías tienen un nicho de mercado ganado por su alcance geográfico generando excelentes alternativas para los consumidores. Cuando no existe ni el tiempo ni la posibilidad de viajar a los lugares de concentración comercial tanto en la ciudad capital como las ciudades importantes del interior del país, estos establecimientos se convierten en la mejor alternativa para los habitantes de estos apartados lugares. A pesar de no contar con grandes cantidades de

---

<sup>7</sup> Foto tomada de la pagina Web [www.elsalvador.com](http://www.elsalvador.com)

inventario, manejan adecuadamente su negocio para evitar la presencia de agotados en alguna de sus líneas de producto.

Ahora bien, el penetrar la cadena de ferreterías no es complicado, siempre y cuando exista una ventaja competitiva versus otros proveedores, ventajas que entre otras características se refiere a poder brindar variedad de productos, adecuados tiempos de entrega, precio atractivo, alta calidad, respaldo y garantía del producto. La garantía radica en la reposición del producto sin costo alguno para el detallista, pudiendo así cumplir con las expectativas de los usuarios finales. Los detallistas compran sus productos a importadores-distribuidores locales, que normalmente son las ferreterías grandes descritas anteriormente, por lo que al penetrar los grandes almacenes se logra cubrir también a las pequeñas ferreterías, de ahí la idea inicial de que no es complicada la penetración del mercado.

En el caso de las ferreterías se recomienda saber negociar las condiciones de comercialización pues los canales tienden a negociar con el distribuidor o importador publicidad compartida, promociones conjuntas, descuentos por volúmenes, regalías, en fin por contar con diferentes puntos de ventas y muy cerca de poblaciones meta (clientes).

Existen otros establecimientos detallistas con poca incidencia en la comercialización de pinturas de aerosol, tales como las ventas de repuestos automotrices y ventas de madera y yeso, que son ocupados en los acabados de muebles de madera y adornos y figuras de yeso.

**Ferretería Rudy**



Fuente: Grupo Consultor

#### **4.1.3. Distribuidores de Pigmentos**



En el área de los pigmentos, tanto de tipo industrial como alimenticio, los importadores se convierten en el canal de distribución más adecuado, debido a que las empresas dedicadas a la compra (importación) y venta (distribución) de este tipo de producto resulta ser la mejor alternativa para el grueso del mercado que se compone de pequeños y medianos industriales que requieren de facilidades en la adquisición de sus insumos.

### **Sabores Cosco de El Salvador S.A de C.v**

Es una de las empresas más importantes en la importación y distribución de pigmentos en el Salvador, la cual cuenta con el 18% de participación del mercado.

Entre los proveedores con los cuales trabaja esta empresa, se encuentra Milton Davis de Estados Unidos, Su Aroma de Venezuela y otras marcas procedentes de la India, con quienes trabajan precios CIF y de quienes obtienen un plazo de 60 a 90 días para cancelar la mercancía la cual es pagada mediante transferencias bancarias.

Sabores Cosco distribuye los productos importados tanto al interior de El Salvador como a sus países vecinos, siendo sus principales clientes empresas manufactureras de alimentos, industrias productoras de helado y panaderías, las cuales reciben un plazo de 30 a 60 días para pagar a Sabores Cosco el producto, pago que se realiza generalmente a través de cheques.

Sabores Cosco, tiene como política de compra que todos los pigmentos que se van a importar deben contar con la certificación del FDA, pues de lo contrario no pueden ingresar al país.

Esta empresa, se encuentra muy interesada en establecer relaciones comerciales con Colombia, puesto que conoce la calidad y los precios de los productos colombianos, razón por la cual considera que es un producto muy competitivo para el mercado salvadoreño.

Los márgenes de rentabilidad que maneja esta empresa son del 15% al 17%.

<b>Contacto:</b>	Victor Ramirez
<b>Teléfono:</b>	(503) 2289902
<b>e-mail:</b>	<a href="mailto:Victor.ramirez@sabores.com.sv">Victor.ramirez@sabores.com.sv</a>

### **Import Color S. A de C.V**

Es una de las importadoras y distribuidoras mas destacadas en el sector de pigmentos. Posee la capacidad de distribuir los productos importados en todo El

Salvador mediante la prestación de servicio a domicilio, tanto a grandes como a pequeños consumidores y detallistas, dependiendo de la cantidad del pedido. En casos que los clientes son grandes y/o llevan un tiempo prudente de relaciones comerciales, se les otorga un plazo de 30 días para pagar la mercancía.

Así mismo, desde sus oficinas centrales en El Salvador se provee producto al detal a clientes pequeños y medianos como panaderías, pequeñas fábricas de embutidos y demás, clientes que pagan la mercancía usualmente de contado.

Actualmente Impor Color importa pigmentos de Colombia, a través de un broker en Panamá, con el cual trabaja precios CIF y le otorga un plazo de 60 a 90 días para cancelar la mercancía, la cual se hace a través de transferencias bancarias. Los márgenes de rentabilidad manejados por esta empresa son en promedio del 15%

Impor Color solamente importa productos, los cuales se encuentran acreditados por la FDA, pues de no ser así no pueden ingresar al país. Esta empresa cuenta con el 18% de participación del mercado.

**Contacto:** Arturo ferman  
**Teléfono:** (503) 2442763  
**Dirección:** Col y Av Vista Hermosa No 151

### **L.G.L. Representaciones y Distribuciones**

LGL es una compañía importadora y distribuidora de Pigmentos en El Salvador; sin embargo, debido a que los productos manejados por esta empresa provenían en su mayoría de Holanda y no contaban con la certificación de la FDA, la empresa dejó de importar este tipo de productos

Razón por la cual en la actualidad, la empresa se encuentra en busca de nuevos proveedores internacionales de pigmentos, los cuales le puedan garantizar la calidad exigida por la FDA así como también variedad e innovación en los productos. Actualmente esa empresa compra los pigmentos a la Droguería Helmer, quienes distribuyen exclusivamente los productos Warner Jenkinson, los cuales lideran el mercado de pigmentos en el Salvador. Esta droguería le otorga un plazo de 60 días para pagar la mercancía a través de cheque o efectivo, manejando un margen de comercialización del 15%.

Es por esto que LGL, se encuentra muy interesada en establecer relaciones comerciales de manera inmediata, con empresas de pigmentos colombianas, pues conoce de su excelente calidad y de sus precios cómodos.

Esta compañía, cuenta con el 5% de participación del mercado salvadoreño.

**Contacto:** Luis García de León  
**Teléfono:** (503) 286-2063  
**E-mail:** lgl@navegante.com

### **Inquisalva S. A de C.V**

Es una de las empresas más importantes en la importación y distribución de pigmentos de uso industrial.

Esta empresa importa sus productos de países como Alemania y Suiza. Las marcas, Dystar y Claraint son consideradas de excelente calidad adicionalmente por las investigaciones y estudios realizados por equipos altamente capacitados. Inquisalva maneja precios CIF, y recibe de sus proveedores un plazo de 90 días para cancelar la mercancía a través de transferencias bancarias.

Inquisalva exige a todos sus proveedores de pigmentos, que sus productos deben estar certificados por la FDA, de lo contrario no podrán ser introducidos en el país. Esta empresa cuenta con el 14% de participación del mercado.

Los productos importados por esta compañía, son distribuidos a fábricas de tintas, pinturas, textiles y cueros, a los cuales les otorga un plazo de 60 días para pagar la mercancía. Los márgenes de comercialización manejados por esta empresa oscilan entre el 15% y el 17%.

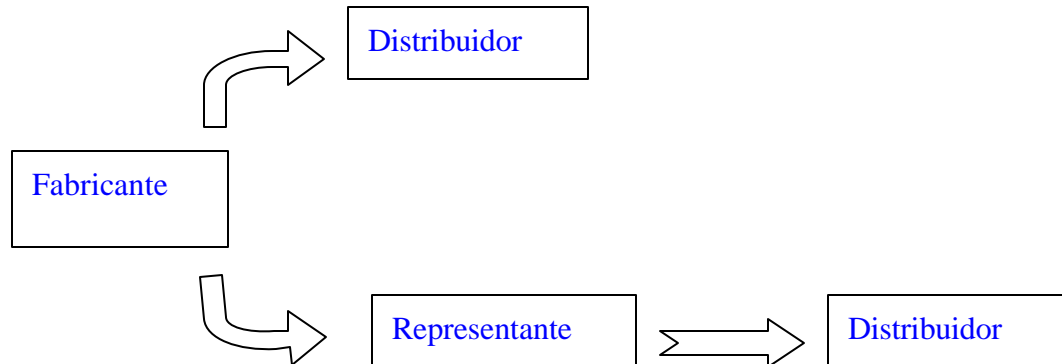
**Contacto:** Ricardo Salazar  
**Teléfono:** (503) 5007000  
**e-mail:** rsalazar@inquisalva.com

#### **4.1.4. Representantes en el caso de Pigmentos**

Algunas empresas fabricantes de pigmentos han optado por contar con representantes en El Salvador, en lugar de mantener oficinas de atención directa a sus clientes. Un caso específico es Droguería Helmer, la cual es la representante y distribuidora exclusiva en el Salvador de los productos Warner Yenkinson.

Las empresas medianas y pequeñas, cuyos procesos de planeación son de alguna manera rudimentarios frecuentemente deben recurrir a importaciones que por su premura y urgencia deben ser solicitadas a empresas que permitan obtener el producto en el menor tiempo posible. Por esta razón, Costa Rica y Honduras se han convertido en proveedores que cumplen con las necesidades anteriormente mencionadas, permitiéndole a medianos y pequeños industriales

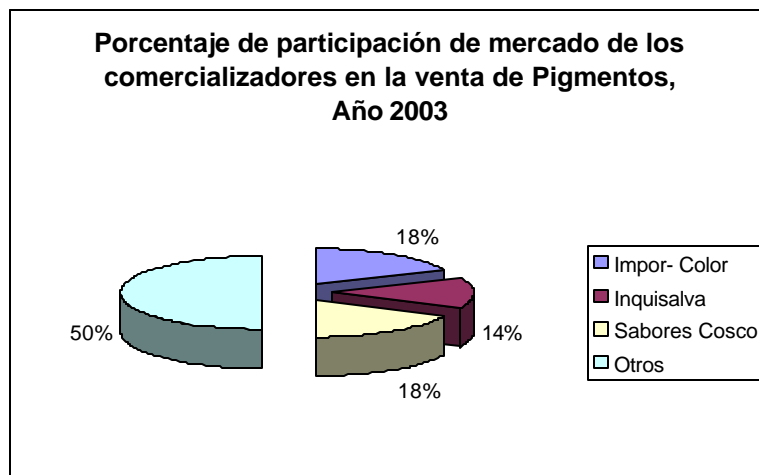
mantener vivo y activo su negocio mediante la rápida y efectiva obtención de insumos.



Es importante resaltar que en El Salvador existen importadores que adquieren colores primarios, combinándolos para ofrecer una amplia gama de posibilidades a los diferentes clientes. Cada uno de ellos, ha desarrollado catálogos propios con diferentes combinaciones de color para la satisfacción de diferentes tipos de clientes, ofreciendo la posibilidad de desarrollar nuevas posibilidades en caso que los ya desarrollados de manera estándar no cumplan con las expectativas del cliente. Al color desarrollado de acuerdo a las necesidades del cliente se le asigna un código único que identifica al cliente y lo hace propietario de la combinación.

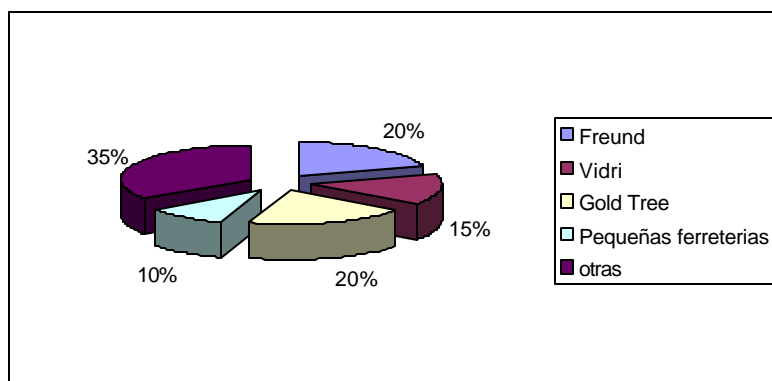
#### 4.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Gráfico 17. Porcentaje de participación de mercado de los comercializadores en la venta de Pigmentos, Año 2003



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información obtenida de fuentes primarias

**Gráfico 18. Porcentaje de participación de mercado de los comercializadores en la venta de Pinturas, año 2003**



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información obtenida de fuentes primarias

### 4.3. IMPORTADORES

Las empresas importadoras pueden dividirse en dos categorías: La primera, son las grandes cadenas ferreteras, las que hoy han desencadenado en la ubicación de mega ferreterías, su característica fundamental es que se desarrollan en autoservicio con góndolas, estantes, islas, y otros instrumentos de exhibición propios del autoservicio. Algo muy importante para tener en cuenta es la diversificación de productos con que estas cuentan, encontrándose productos como aparatos eléctricos, mobiliario de oficina, productos para jardinería, artículos para vehículos, artículos para decorar el hogar, materiales de construcción y pinturas entre otros.

En la investigación realizada al sector de pinturas en aerosol, se constató que todas las empresas a excepción de Pinturas PINSAL, importan su producto.

Importador	Marca
Industrias Kativo	Protecto
Pinturerías Comex	Aerocomex
Jose N. Batarsé	Touch&Tone y Derusto
Freund S.A. de C.V.	Krylon (Sherwin Williams)
Distribuidora Solid	Pinturas Corona

Es muy importante mencionar que las pinturas en aerosol tienen su concentración comercial en las ferreterías grandes del país, que son las que se encargan de la importación y comercialización de las pinturas en aerosol.

#### 4.4. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES<sup>8</sup>

Tabla 13. Base de Datos de Clientes Potenciales

Empresa	Contacto	Dirección	Teléfono	e-mail
Almacenes Vidrí, S.A. De C.V.	Eduardo Antonio Contreras	Avenida España # 515 y Alameda Juan Pablo II, S.S.	(503) 273-4433 FAX (503) 273-4530	<a href="mailto:viducl.com@salnet.net">viducl.com@salnet.net</a>
Castella Sagarra		Alam. Dr. Manuel E. Araujo y pje. Carbonell. San Salvador	(503) 298-3033 FAX (503)279-2830	<a href="mailto:castella@castellasagarra.com">castella@castellasagarra.com</a>
COLORAMA	Ing. Jaime Funes Hartman	Blvd. Del Ejército km. 7 1/2, Calle Antigua Cantón El Matazano, Soyapango	(503) 297-0044	
CRASA S.A. De C.V.	Sra. Santa Ramirez	Séptima Av. Sur # 104, San Miguel	(503)661-0642	
CRUZ Y CO DE C.V. LA CIBERNETICA	Sra. Mélida Cruz de Ríos.	10 Av Sur Calle Lindo # 620, San Jacinto, San Salvador.	270-3108, 270-1563.	<a href="mailto:lacibernetica@cruz.net">lacibernetica@cruz.net</a>
Distribuciones el Quetzal	Omar Jiménez	6ta Av. Nte. Y pasaje Viaud N° 716, Barrio San Miguelito, San Salvador	(503) 225-6036 Fax (503) 225-7825	<a href="mailto:elquetzal@navegante.com.sv">elquetzal@navegante.com.sv</a>
FERRETERIA LA FAVORITA	Sr. Carlos A. Gómez.	6a Av. Sur y 6a C. Pte # 4-1, Nueva San Salvador.	229-0888, 288-0346.	
FERRETERIA SANTA SOFIA	Ing. Carlos Pocasangre Mena.	5a Av Norte, Bo San Francisco, Sonsonate.	450-3133, 451-6508.	<a href="mailto:fsantasofia@integra.com.sv">fsantasofia@integra.com.sv</a>
FERRO MINERA, S.A. DE C.V.	Sr. Walter Sarco Orellana.	Av. Juan Bertis # 144, Ciudad Delgado.	288-2333.	<a href="mailto:acero@eje.com">acero@eje.com</a>
Freund	Lic. Eduardo Freund	Prolongación Autopista Norte y Pje. Freund, N° 3, Colonia Monpegon, S.S.	503) 276-3333 / 8888	<a href="mailto:freund@freundsa.com">freund@freundsa.com</a>

<sup>8</sup> La lista de clientes potenciales se encuentra conformada por los principales importadores y distribuidores del sector, los cuales fueron identificados a través de entrevistas realizadas por el grupo consultor.

GOLDTREE, S.A. DE C.V. - SONSONATE -	Osmaro Chavarria	Blvd. Los Próceres N° 1888. Edif Goldtree fte. A Grupo Gevesa. San Salvador	(503) 451-0488	
JOSE N. BATARSE, S.A. DE C.V.	Sr. Víctor J. Batarse.	661-7199.	6 Calle Ote y 2 Av Norte, San Miguel.	
PANADES, S.A. DE C.V.	Salvador Arturo Olivares y Jose Panades Vidri	Blvd. Los Procéres, frente a la UCA, apartado postal 787. S.S.	(503)273-4433 FAX (503) 273-4530	<a href="mailto:panades@salnet.net">panades@salnet.net</a>
Pinturas SUR de El Salvador	Juana Martínez de Castillo	Blvd. Merliot, Pol. E# 6Col. Jardines de la Libertad	(503) 289-1192	
VICKZA, S.A. DE C.V.	Lic. Víctor Kury.	278-9791, 289-3999.	Zona Ind Sta Elena, Fnal C Chaparrastique L-13 Antiguo Cuscatlán.	<a href="mailto:victorkury@vickza.com.sv">victorkury@vickza.com.sv</a>

**Empresas importadoras y distribuidoras de pigmentos**

<b>Empresa</b>	<b>Contacto</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Dirección</b>
LA CASA DEL PANADERO	Francisco Alfredo Hernandez .	660-0598.	8a Av Norte # 401, Barrio La Cruz, San Miguel.
BASF DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	Ing. Otto Wahn.	264-0770.	89 Av Nte Edif World Trade Center Torre II, 3er Nivel Local 313, Col Escalón, San Salvador.
Arrocera San Francisco, S.A. de C.V. (badia Spice)	Ing. Guillermo Novoa	260-8833	Calle El Progreso No. 2022 y 37 Avenida Sur, Col. Flor Blanca. San Salvador.
PRYEA S.A DE C.V	Lic. Mario Alberto Palencia	288-2067	15 Avenida Sur y 12 Calle Oriente No. 15, Col. Utila. Santa Tecla. La Libertad.
Sabores Cosco de El Salvador, S.A. de C.V.	Ing. Ricardo Gutiérrez Olmedo	228-9902	Km. 12 1/2 Carretera al Puerto de La Libertad. Nueva San Salvador. La Libertad.
L. G. L. REPRESENTACIONES y DISTRIBUCIONES	Sr. Luis García de León	(503) 286-2063	Colonia Toluca Av. B. No. 305 Apartado Postal No. 3117 San Salvador, el Salvador
DROGUERIA HERMEL, S.A. DE C.V.		(503) 274 9644	Resid Montebello Cl Sierra Madre Políg J No 20 Mejic
IMPORT-COLOR, S.A. DE C.V.		(503) 242 2763	Col y Av Vista Hermosa No 151

Prisma Color		(503) 261-1833 Fax (503) 260-5738	1ra. Calle pte. Y 51ª. Av. Nte. # 186, San Salvador
Patronic		(503) 226-4785	Col. Buenos Aires calle Gabriela Mistral n° 354 Residencial Utila 16 calle ote. N° 16

#### **4.5. CONCLUSIONES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

Los canales de comercialización se refieren principalmente a ferreterías, que de acuerdo a su tamaño se han constituido en importadores, mayoristas, detallistas o la combinación de estas condiciones comerciales. A pesar que las cadenas de abastecimiento no son extensas, los márgenes de comercialización son manejados dependiendo de la labor de intermediación de cada uno de los actores, percibiendo en su mayoría márgenes sobre las pinturas del 35% al 45%, mientras que en el caso de los pigmentos en promedio se manejan márgenes de un 15%.

La introducción de grandes ferreterías al mercado salvadoreño, desde finales de los años ochenta, ha permitido que el mercado de pinturas en aerosol se haya diversificado y ha permitido la penetración de nuevas alternativas para los consumidores, pues bajo el esquema de atención con dependientes, los márgenes o las relaciones con el proveedor influenciaban definitivamente la recomendación que el dependiente hacía de ciertas marcas ya existentes en el mercado. El consumidor salvadoreño está muy influenciado por las costumbres de compra americanas por lo que la presencia de almacenes de autoservicio seguirá dominando el mercado como hasta la fecha lo han hecho.

La penetración de los canales representa un reto para cualquier empresa que intente penetrar el mercado; sin embargo, la presentación de ventajas competitivas versus la oferta actual constituirá la base para la codificación de los productos entre las cadenas ferreteras mas importantes. Estas ventajas competitivas se refieren básicamente a calidad, precio, condiciones comerciales, trabajo en equipo con el detallista en la promoción de los productos y garantía de respaldo ante productos defectuosos.



## **5. Acceso al Mercado**

### **5.1. SITUACIÓN DEL SECTOR FRENTE AL ALCA Y OTROS ACUERDOS DE COMERCIO PREFERENCIAL**

El sector de pinturas, específicamente el que hace referencia a los aerosoles, cuenta con un porcentaje de Derechos Arancelarios a la Importación de 15% sobre el valor CIF, esta barrera de tipo arancelaria se ha establecido principalmente para proteger a la industria salvadoreña, ya que en el país existe la empresa Pinturas Pinsal, la cual se dedica a la elaboración de pinturas en general incluyendo dentro de su portafolio la presentación de sus productos en envase aerosol tanto en pinturas como en barnices, entre otras.

Actualmente las importaciones de Costa Rica gozan de libre entrada al mercado salvadoreño debido a que se encuentra dentro de la Zona de Libre Comercio de Centro América ó Mercado Común Centroamericano “MCCA”. Así mismo, México mediante su acuerdo con los mercados pertenecientes al denominado Triángulo Norte (Honduras, El Salvador y Guatemala) goza de exención de pago de impuestos arancelarios.

En el corto plazo, se espera que con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos a finales del 2004, todos los productos del sector gozaran de libre acceso al mercado salvadoreño sin pago alguno de aranceles.

### **5.2. Derechos Arancelarios**

Es muy importante el conocimiento de los impuestos y requisitos para la exportación de pigmentos y pinturas a El Salvador, pues esto le permite al empresario colombiano calcular los montos en que se incrementa el costo de su producto y compararse frente a productos provenientes de otros países.

En este capítulo se describen los impuestos y gravámenes que se aplican a los productos que se importan desde Colombia a El Salvador, así como los requisitos generales y específicos que, por su naturaleza, se exigen para garantizar el bienestar de los consumidores.

#### **5.2.1 Pigmentos**

Los pigmentos incluidos en las partidas 32.01, 32.02, 32.03, 32.04, 32.06 y 32.12 desagregadas a continuación están exentas de arancel para ingresar a El Salvador, excepto para las posiciones arancelarias 32.12.90.10 y 32.12.90.90 cuyo arancel es del 5%. Los principales proveedores son México, Estados Unidos, Panamá, Alemania, Suiza, Italia y Colombia. De estos países, México y Panamá tienen Tratado de Libre Comercio con El Salvador. En el caso de

México, para las posiciones arancelarias 32.12.90.10 y 32.12.90.90 se pagan el 1%, mientras que Panamá está exento de pago de arancel de los productos incluidos bajo este subsector.

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General
<b>3201</b>	<b>EXTRACTOS CURTIENTES DE ORIGEN VEGETAL; TANINOS Y SUS SALES, ÉTERES, ÉSTERES Y DEMÁS DERIVADOS</b>	
3201.10.00	- Extracto de quebracho	0
3201.20.00	- Extracto de mimosa (acacia)	0
3201.90.00	- Los demás	0
<b>3202</b>	<b>PRODUCTOS CURTIENTES ORGÁNICOS SINTÉTICOS; PRODUCTOS CURTIENTES INORGÁNICOS; PREPARACIONES CURTIENTES, INCLUSO CON PRODUCTOS CURTIENTES NATURALES; PREPARACIONES ENZIMÁTICAS PARA PRECURTIDO</b>	
3202.10.00	- Productos curtientes orgánicos sintéticos	0
3202.90.00	- Los demás	0
<b>3203.00.00</b>	<b>MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL O ANIMAL (INCLUIDOS LOS EXTRACTOS TINTOREOS, EXCEPTO LOS NEGROS DE ORIGEN ANIMAL), AUNQUE SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA; PREPARACIONES A QUE SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPÍTULO A BASE DE MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL O ANIMAL</b>	0
<b>3204</b>	<b>MATERIAS COLORANTES ORGÁNICAS SINTÉTICAS, AUNQUE SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA; PREPARACIONES A QUE SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPÍTULO A BASE DE MATERIAS COLORANTES ORGÁNICAS SINTÉTICAS; PRODUCTOS ORGÁNICOS SINTÉTICOS DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA EL AVIVADO FLUORESCENTE O COMO LUMINÓFOROS, AUNQUE SEAN DE CONSTITUCIÓN QUÍMICA DEFINIDA</b>	
<b>3204.1</b>	<b>- Materias colorantes orgánicas sintéticas y preparaciones a que se refiere la Nota 3 de este Capítulo a base de dichas materias colorantes:</b>	
3204.11.00	-- Colorantes dispersos y preparaciones a base de estos colorantes	0
3204.12.00	-- Colorantes ácidos, incluso metalizados, y preparaciones a base de estos colorantes; colorantes para mordiente y preparaciones a base de estos colorantes	0
3204.13.00	-- Colorantes básicos y preparaciones a base de estos colorantes	0
3204.14.00	-- Colorantes directos y preparaciones a base de estos colorantes	0
3204.15.00	-- Colorantes a la tina o a la cuba (incluidos los	0

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General
	utilizables directamente como colorantes pigmentarios) y preparaciones a base de estos colorantes	
3204.16.00	-- Colorantes reactivos y preparaciones a base de estos colorantes	0
3204.17.00	-- Colorantes pigmentarios y preparaciones a base de estos colorantes	0
3204.19.00	-- Las demás, incluidas las mezclas de materias colorantes de dos o más de las subpartidas 3204.11 a 3204.19	0
3204.20.00	- Productos orgánicos sintéticos de los tipos utilizados para el avivado fluorescente	0
3204.90.00	- Los demás	0
<b>3206</b>	<b>LAS DEMAS MATERIAS COLORANTES; PREPARACIONES A QUE SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPITULO, EXCEPTO LAS DE LAS PARTIDAS 32.03, 32.04 ó 32.05; PRODUCTOS INORGANICOS DE LOS TIPOS UTILIZADOS COMO LUMINOFOROS, AUNQUE SEAN DE CONSTITUCION QUIMICA DEFINIDA</b>	
<b>3206.1</b>	<b>- Pigmentos y preparaciones a base de dióxido de titanio:</b>	
3206.11.00	-- Con un contenido de dióxido de titanio superior o igual al 80% en peso, calculado sobre materia seca	0
3206.19.00	-- Los demás	0
3206.20.00	- Pigmentos y preparaciones a base de compuestos de cromo	0
3206.30.00	- Pigmentos y preparaciones a base de compuestos de cadmio	0
<b>3206.4</b>	<b>- Las demás materias colorantes y las demás preparaciones:</b>	
3206.41.00	-- Ultramar y sus preparaciones	0
3206.42.00	-- Litopón y demás pigmentos y preparaciones a base de sulfuro de cinc	0
3206.43.00	-- Pigmentos y preparaciones a base de hexacianoferratos (ferrocianuros o ferricianuros)	0
<b>3212</b>	<b>PIGMENTOS (INCLUIDOS EL POLVO Y ESCAMILLAS METALICOS) DISPERSOS EN MEDIOS NO ACUOSOS, LIQUIDOS O EN PASTA, DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA LA FABRICACION DE PINTURAS; HOJAS PARA EL MARCADO A FUEGO; TINTES Y DEMAS MATERIAS COLORANTES PRESENTADOS EN FORMAS O EN ENVASES PARA LA VENTA AL POR MENOR</b>	
3212.10.00	- Hojas para el marcado a fuego	0
<b>3212.90</b>	<b>- Los demás:</b>	
3212.90.10	-- Polvo de aluminio disperso en un medio no acuoso	5
3212.90.20	-- Los demás pigmentos dispersos en un medio no acuoso	0
3212.90.90	-- Otros	5

Fuente: SIECA

## 5.2.2 Pinturas en Aerosol

Las pinturas en aerosol ingresan a El Salvador pagando un arancel del 15%, como se observa en la tabla a continuación. Los principales proveedores son Estados Unidos y México, este último país ingresa a El Salvador pagando 9% de arancel.

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General
3208	PINTURAS Y BARNICES A BASE DE POLIMEROS SINTETICOS O NATURALES MODIFICADOS, DISPERSOS O DISUELTOS EN UN MEDIO NO ACUOSO; DISOLUCIONES DEFINIDAS EN LA NOTA 4 DE ESTE CAPITULO	
3208.10	- A base de poliésteres:	
3208.10.40	- - Presentados en envases tipo aerosol	15
3208.20	- A base de polímeros acrílicos o vinílicos:	
3208.20.30	- - Presentados en envases tipo aerosol	15
3208.90	- Los demás:	
3208.90.50	- - Presentados en envases tipo aerosol	15

Fuente: SIECA

## 5.3 Restricciones a las importaciones

### 5.3.1 Pigmentos

Para importar pigmentos vistos como materia prima para alimentos se debe solicitar una autorización con el fin de verificar que los productos que se importan se encuentren controlados en el país de origen para garantizar la calidad en el mercado<sup>9</sup>. Los requisitos son los siguientes:

1. Presentar la solicitud en original y copia (Ver Anexo 1)
2. Copia de Certificación de Registro y libre venta del (los) productos, extendido por el Ministerio de Salud o la autoridad oficial respectiva del país de origen. Cuando la copia no sea clara se presentará el original de la certificación.
3. Si el producto se encuentra en trámite en el Departamento de Higiene de los Alimentos, deberá escribir la fecha de presentación de la Solicitud del Registro Sanitario, en la columna No. de Registro El Salvador. Si el trámite lo hace por primera vez indicarlo en la misma columna.
4. No incluir más de 20 productos por solicitud.

A continuación se puede observar el lugar, precio y contacto para realizar este procedimiento.

<sup>9</sup> Ministerio de Salud Pública

<b>Ubicación del lugar</b>	Laboratorio Dr. Max Bloch Av. Roosevelt, frente a Parque Cuscatlán. San Salvador.
<b>Tarifa</b>	Servicio Gratuito.
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:aduran@msp.gov.sv">aduran@msp.gov.sv</a> <a href="mailto:jmachado@msp.gov.sv">jmachado@msp.gov.sv</a>
<b>Número telefónico</b>	Tel.(503) 271-3607 Fax (503) 271-1282
<b>Horario de atención para importaciones</b>	De 8:00 a.m. A 12:30 p.m.
<b>Duración aproximada del trámite</b>	De 10 A 25 minutos.
<b>Responsable de proporcionar información</b>	Licda. Celia de Hidalgo Licda. Marina Panameño Ing. Luis Enrique Parada Ing. Edith Hernández

Fuente: Ministerio de Salud Pública

A su vez, se debe hacer un registro en el Departamento de Saneamiento Ambiental del Ministerio de Salud Pública de El Salvador, dicha solicitud debe ir acompañada de los siguientes requisitos:

- a) Poder a nombre del profesional químico farmacéutico responsable
- b) Composición cuali-cuantitativa del producto:
  - El listado de ingredientes deberá presentarlo en orden decreciente de acuerdo a la formulación del alimento.
  - Se deberán presentar dos originales de la fórmula cuali-cuantitativa, una se incorporará en el expediente y la otra se presenta en el laboratorio al momento de entregar las muestras.
  - La fórmula deberá estar firmada por el profesional responsable de la formulación.
  - Para aquellos productos en los que se dificulta obtener la fórmula de composición, se permitirá que transcriban de la etiqueta los ingredientes, la transcripción debe ser firmada por la persona que la realice.
- c) Etiquetas
 

Deberán presentar dos etiquetas originales para verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la Norma Salvadoreña Obligatoria: Norma General para el etiquetado de los alimentos pre-embalsados R-UAC 67.01.02<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Para consultar la norma se puede ingresar a [www.mifc.gov.ni/docushare/dscgi/ds.py/Get/File-3678/REGLAMENTO\\_T%C3%89CNICO\\_GENERAL\\_PARA\\_EL\\_ETIQUETADO\\_DE\\_LOS\\_ALIMENTOS\\_PREVIAMENTE\\_ENVASADOS\\_\(PREENVASADOS\).doc](http://www.mifc.gov.ni/docushare/dscgi/ds.py/Get/File-3678/REGLAMENTO_T%C3%89CNICO_GENERAL_PARA_EL_ETIQUETADO_DE_LOS_ALIMENTOS_PREVIAMENTE_ENVASADOS_(PREENVASADOS).doc)

d) Certificado de Libre Venta, extendido por las autoridades de salud competentes del país exportador. Cuando el idioma no sea el español deberá presentar diligencias de traducción.

e) Licencia de funcionamiento de la Bodega.

Deberá presentar copia del permiso de funcionamiento de la bodega en la que almacenará los productos, extendida por la Unidad de Salud más cercana; en caso no disponga de bodega deberá comunicarlo por escrito manifestando cual es el mecanismo de comercialización.

f) Identificación y caracterización del producto:

- Nombre del país en donde es fabricado el producto.
- Nombre del producto: especificar el nombre del producto: Refrescos, Colorantes, Galletas, Dulces, Leche, Queso, etc.
- Marca comercial del producto: la marca comercial que de acuerdo al Registro de Comercio le hayan asignado.
- Material del que está fabricado el envase: describir el material con que se ha fabricado el envase que esta en contacto directo con el alimento.
- Contenido neto y peso escurrido por presentación: Deberá declararse el contenido neto en unidades del sistema métrico (Sistema Internacional). El contenido neto deberá declararse de la siguiente forma: i) en volumen, para los alimentos líquidos (lts, mililitros) ii) en masa, para los alimentos sólidos (kgs, gms); iii) en masa o volumen, para los alimentos semisólidos o viscosos.

Además de la declaración del contenido neto, en los alimentos envasados en un medio líquido deberá indicarse en unidades del Sistema Métrico Internacional la masa escurrida de alimentos

g) Muestras de los productos

- Deberá presentar cuatro muestras de cada producto de la siguiente manera: Muestras de alimentos sólidos 200 gramos cada una
- Muestras de alimentos líquidos: 200 mililitros cada una. De licores dos botellas de 750 mililitros.

La duración del trámite de este tipo de registro es de aproximadamente 120 días siempre que los documentos y muestras estén completos.

### **5.3.2 Pinturas en Aerosol**

Para la importación de pinturas en aerosol es necesario realizar un trámite especial, según lo establecido por las autoridades aduaneras del país. Para este tipo de producto es necesario realizar un "VISADO DE FACTURA" que realiza de la manera siguiente:

- La factura original del producto se debe presentar en las oficinas del Consejo Superior de Salud Publica.
- Cancelará el derecho de visado que esta entre ¢25.00 y ¢150.00, que depende del valor del producto. Estos trámites se hacen en el Consejo Superior de Salud

Publica, Paseo Gral. Escalón No. 3551, frente a Selectos Caribe, salvador del mundo.

Es importante resaltar que existe un “Reglamento Especial sobre el control de las Sustancias Agotadoras de la Capa de Ozono”<sup>11</sup>, el cual en este caso aplicaría a las pinturas en aerosol. Este reglamento tiene como objetivo regular en El Salvador la importación y el consumo de las sustancias agotadoras de la capa de ozono, para contribuir a la protección de la capa de Ozono Estratosférica y al cumplimiento de las obligaciones que emanan de los instrumentos internacionales que El Salvador ha ratificado en la materia.

Para los efectos del presente Reglamento se entenderá por SAO a los compuestos químicos, orgánicos, derivados halogenados de hidrocarburos, en estado gaseoso, que se utilizan como refrigerantes, espumantes, propelentes en aerosoles, disolventes, plaguicidas gaseosos y gases para extintores, los cuales son químicamente estables y sus emisiones a la atmósfera destruyen la capa de ozono o la alteran significativamente, listados a continuación:

El importador deberá llenar una solicitud, la que contendrá la siguiente información:

- a. Nombre, denominación o razón social del importador;
- b. Cantidad de las SAO que se importará en kilogramos;
- c. País de origen de las SAO;
- d. Empresa origen de las SAO;
- e. Año en que se realizará la importación; y
- f. Lugar, fecha y firma del importador.

#### **5.4 Impuestos Internos**

La Reforma Fiscal llevada a cabo en El Salvador ha sido orientada a establecer una estructura basada en pocos impuestos, tasas impositivas bajas y una amplia base de contribuyentes. Como resultado de estos esfuerzos, El Salvador ha eliminado el Impuesto al Patrimonio, ha reemplazado el Impuesto del Timbre con un Impuesto al Valor Agregado, se eliminó el Impuesto a las Donaciones y Sucesiones al igual que con el Impuesto sobre la Ganancias de Capital y cuenta con El impuesto sobre la Renta de las empresas (Ingreso Corporativo).

No obstante, existen otros tipos de impuestos internos, como lo son el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles, el Impuesto sobre las Bebidas Gaseosas o Endulzadas y el Impuesto sobre la Bebidas Alcohólicas Nacionales o Extranjeras.

---

<sup>11</sup> [www.marn.gob.sv/legisla/reglamen/sao.htm](http://www.marn.gob.sv/legisla/reglamen/sao.htm)

En este capítulo se describen los impuestos que afectan a las importaciones hacia El Salvador, su tasa de imposición y las condiciones de pago. Estos gravámenes son recaudados por el Gobierno Central.

#### **5.4.1 Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios (IVA) <sup>12</sup>**

El Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios (conocido en muchos países como el Impuesto al Valor Agregado), fue introducido a El Salvador en Septiembre de 1992. Comenzó con una tasa proporcional del 10% sobre la transferencia, importación, internación (en el área centroamericana), y el consumo de bienes muebles y corpóreos, y sobre la prestación, importación, internación y consumo personal de servicios. El impuesto fue incrementado en un 3%, por lo que actualmente la tasa es del 13%.

Como un incentivo a las exportaciones, todas las operaciones de exportación tienen un impuesto del 0%. Sin embargo, los impuestos se recolectan cuando los productores compran bienes y servicios requeridos para la manufactura de los productos o para la prestación de los servicios exportados, pero tienen el beneficio de una devolución del 6% por una exportación FOB.

Las personas naturales, jurídicas, sucesiones, fideicomisos, asociaciones cooperativas, instituciones, organismos y empresas de propiedad del Gobierno Central y de instituciones públicas descentralizadas o autónomas, cuando realicen cualquier acto que genere este tipo de Impuesto.

#### **5.4.2 Impuesto Sobre la renta**

La Ley de Impuesto sobre la Renta determina que todas las personas naturales, sucesiones y fideicomisos domiciliados en el país y que obtengan ingresos superiores a ¢22,000.00 (US\$ 2,514.29) anualmente, que provengan de rentas diversas, deberán pagar el impuesto de conformidad con los porcentajes determinados en una tabla progresiva que varía entre el 10%, 20% y 30%.

En el caso de personas naturales, sucesiones y fideicomisos no domiciliados en el país, calcularán el impuesto aplicando a su renta neta o imponible una tasa proporcional del 25%. En el caso de las personas jurídicas, sin perjuicio de su domicilio o nacionalidad, éstas deben pagar impuestos sobre la renta consistentes de un tasa proporcional del 25% sobre las cantidades que excedan los ¢75,000.00 (US\$8,571.43). Es preciso señalar que en el caso de las personas jurídicas, deben de retener en concepto de anticipo a cuenta el 1.5% sobre los ingresos brutos.

---

<sup>12</sup> Decreto legislativo No 296 de 1 de septiembre de 1992.



Para cualquier pago recibido por actividades realizadas en el territorio por una persona natural o jurídica, sucesión o fideicomiso, que no esté domiciliado en el país, procede la retención del 20%.

Las regalías por asesoría técnica quedan sujetas al Impuesto sobre la Renta siempre y cuando dicha asesoría se realice en el país o en el territorio y, en todo caso, quedan sujetas a IVA.

Las personas jurídicas no domiciliadas en el país, están obligadas a constituir representante o apoderado ante la Dirección General de Impuestos Internos. De no acreditar representante o apoderado ante dicha entidad, se considerará como tal al representante legal de la persona jurídica.

La tabla de los impuestos efectivos sobre las ganancias en El Salvador es la siguiente:

De	A	Tasa impositiva
	¢22,000.00 (\$2,514)	Exento
¢22,000.01 (\$2,514)	¢80,000.00 (\$9,143)	10% sobre el exceso de ¢22,000.00 (\$2,522) más ¢500.00 (\$57)
¢80,000.01 (\$9,143)	¢200,000.00 (\$22,857)	20% sobre el exceso de ¢80,000.00 (\$9,143) más ¢6,300.00 (\$720)
¢200,000.01 (\$22,857)	Y más	30% sobre el exceso de ¢200,000.00 (\$22,857) más ¢30,300.00 (\$3,462)

**Tipo de Cambio: US\$1= \$8,75**

### 5.4.3 Otros Impuestos

En adición a las tres grandes fuentes de ingresos del Estado<sup>13</sup>, existen otros impuestos que generan el 2% del ingreso en El Salvador. Por ejemplo, el Impuesto a los Bienes Raíces tasa la transferencia de bienes inmuebles cuando su valor excede ¢250,000.00 (US\$28,571.43), con una tasa fija del 3%. Como este impuesto se encuentra sujeto al valor del inmueble que la Administración Tributaria determine como valor real del inmueble, su aplicación está sujeta a criterios técnicos de evaluación.

También existe un impuesto a la circulación de vehículos, el cual es anual y se cancela cada vez que el propietario renueva la tarjeta de circulación del vehículo o cuando lo introduce del extranjero.

Finalmente, El Salvador posee impuestos específicos que corresponden a las Bebidas Alcohólicas, Cigarrillos y Bebidas Gaseosas. Tomando en consideración que un porcentaje bajo de los ingresos del Estado provienen de

<sup>13</sup> Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios (IVA), Impuesto sobre la Renta y los Aranceles.

este tipo de impuestos, no son considerados como una fuente importante en el sistema impositivo.

## **6. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES**

Para definir las perspectivas y oportunidades de los dos subsectores bajo estudio, se llevará a cabo un análisis por separado para cada uno de ellos.

En el caso de pinturas en aerosol, se puede concluir que a pesar que el mercado no es muy amplio en volumen ni valor, éste ha sido atacado por gran cantidad de proveedores quienes han cubierto los canales de manera eficiente, estando PINSAL con su producto “Easy Color” presente en la gran mayoría de establecimientos detallistas del país que por supuesto manejan dentro de su portafolio pinturas en aerosol.

Las oportunidades de penetrar el mercado salvadoreño existen siempre y cuando el productor ofrezca a los importadores y comercializadores ventajas competitivas que permitan diferenciar el producto y que por ende se traduzcan en mayores beneficios económicos para ellos. Como se mencionó en el cuerpo del estudio, no existen nuevas industrias usando éste tipo de productos al igual que nuevas aplicaciones de consumidores independientes lo que ha limitado el crecimiento del subsector en el mercado salvadoreño, a la vez que el precio se ha convertido en el factor decisivo en compra. Por esto, cualquier productor que desee penetrar el mercado deberá hacerlo con precios bajos, ya que el mercado cuenta con una amplia gama de productos en los diferentes rangos de precio cumpliendo a cabalidad con los requisitos de calidad exigidos por el cliente.

La penetración de los canales de comercialización para pinturas en aerosol se da al lograr vender a las grandes ferreterías, ya que las mismas son detallistas distribuidoras y mayoristas de ferreterías de menor tamaño. Para que esta penetración sea efectiva, lo principal es enviar información del producto y hacer visitas personales cuya intención no sea solo conocer al cliente sino brindarle información y asesoría en la utilización del producto, sus ventajas y las diferentes industrias en las cuales el producto podría llegar a ser utilizado. Igualmente, los comercializadores esperan un compromiso por parte del exportador en su intención de apoyar la labor publicitaria mediante disminución en el precio o aportes de capital que permitan exhibir de mejor manera los productos e incentivar su compra. Sumado a esto, una característica importante es el cumplimiento en los despachos y la agilidad con que estos se lleven a cabo, pues el mantenimiento de un menor nivel de inventarios se convierte en mayores niveles de rentabilidad para los comercializadores.

Quien esté interesado en exportar deberá estar en condiciones de manejar volúmenes pequeños de producto, al igual que a revisar su sistema de costos y su operación logística para satisfacer las necesidades del cliente en El Salvador.

En el caso de Pigmentos, a pesar que el mercado cuenta con diversos proveedores internacionales y algunos locales que desarrollan mezclas

exclusivas para sus clientes, existen nichos de mercado en los cuales Colombia podría entrar a participar.

Colombia es un país reconocido en diversos sectores de la economía como un país con alto potencial de desarrollo y como un país que produce con altos estándares de calidad. Teniendo este posicionamiento en la mente del industrial y comerciante salvadoreño y centroamericano en general, nos lleva a cuestionar sobre la intención de los mercados centroamericanos de integrar verticalmente los procesos de maquila, necesitando a futuro desarrollar conocimiento e industrias orientadas a satisfacer las condiciones de demanda de los clientes americanos, abriéndose una clara oportunidad para empresas de pigmentos en Colombia entre otras industrias que se podrían ver beneficiadas.

El valor agregado a los clientes es un punto que hay que revisar cuidadosamente, pues los industriales centroamericanos están orientando sus intereses comerciales hacia productores que garanticen su calidad y que ante todo garanticen cumplimiento y rapidez en el manejo logístico del producto, de manera de garantizar la oportuna presencia del producto en las instalaciones del cliente.

La estrategia no debe enfocarse estrictamente a precio aunque no deja de ser un factor importante. La concentración, la facilidad de utilización del producto en términos de estabilidad, facilidad de ser diluido, niveles de absorción, nivel de desgaste en el mediano y largo plazo, etc, hacen de los pigmentos un mercado que hay que trabajar fuertemente en la labor comercial con el fin de sobrepasar las expectativas del cliente el cual cada día es más exigente fijándose en temas como los expuestos anteriormente.

El trabajo comercial sobre las bondades del producto y sus ventajas sobre la competencia permitirán al exportador colombiano contar con herramientas sólidas de negociación.

Se recomienda llevar a cabo intensivos programas de investigación sobre las características de los pigmentos actualmente utilizados en El Salvador con el fin de identificar posibles debilidades que nuestros productos no tengan, ofreciéndole al industrial salvadoreño una comparación real de los beneficios de lo que compra actualmente versus los productos colombianos. Quien no conoce la competencia, no conoce lo que debe vender de su producto.

ANEXO:

ANEXO 1: Solicitud de Importación de alimentos y bebidas

MINISTERIO DE SALUD PUBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL

Modelo de solicitud para importación de alimentos y bebidas.

Sr. Director General de Salud,  
Presente.

\_\_\_\_\_, mayor de edad,

(Nombre del Solicitante)

portador del Documento de Identificación No. \_\_\_\_\_

(No. de DUI o NIT)

en calidad de \_\_\_\_\_

(representante, distribuidor, propietario, etc.)

de la empresa, \_\_\_\_\_

(nombre de la empresa)

con domicilio en \_\_\_\_\_

(el del solicitante)

con todo respeto solicito, la Autorización de Importación del (los) producto (s)

precedente (s) de \_\_\_\_\_, que detallo a continuación:

(país de origen)

No.	TIPO DE PRODUCTO	MARCA DEL PRODUCTO	No. REGISTRO EL SALVADOR	PESO / VOLUMEN		PRECIO EN DOLARES O COLONES
				Kg	Lt	
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
TOTAL						

Lugar y fecha \_\_\_\_\_

Firma del solicitante \_\_\_\_\_