

.....

Estudio de Mercado – El Salvador



Análisis del Sector Aparatos Eléctricos

- ✓ Línea Comercial
- ✓ Línea Industrial

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
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
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@cable.net.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).

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. Estudio de Mercado El Salvador– Sector Aparatos Eléctricos. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 116 páginas.

Tabla de Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	1
1. INFORMACION GENERAL	3
1.1. EVOLUCION DEL SECTOR	3
1.2. SUBSECTORIZACIÓN	3
2. COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	6
2.1. TAMAÑO DEL MERCADO	6
2.1.1. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO DEL MERCADO	7
2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR	11
2.1.2.1. IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LA MISMAS	11
2.1.2.2. EXPORTACIONES Y DESTINO DE LAS MISMAS.	26
2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL	36
2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – EL SALVADOR	37
2.2. CARACTERISTICAS DE LA DEMANADA	38
2.2.1. DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO POR SEGMENTOS	39
2.2.1.1. LÍNEA COMERCIAL	39
2.2.1.2. LÍNEA INDUSTRIAL	45
2.3. DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES	46
2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES	51
3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	53
3.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA	53
3.1.1. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS	53
3.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS	55
3.2. MEZCLA DE MERCADEO	63
3.2.1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PROMOCIÓN UTILIZADAS	63
3.2.2. PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE APARATOS ELÉCTRICOS POR CATEGORÍA	68
3.2.3. COMPORTAMIENTO DE PRECIOS DEL SECTOR	70
3.2.3.1. PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DEL SECTOR	71
3.3. CONCLUSIONES ANALISIS DE LA COMPETENCIA	73
4. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	75
4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	75
4.1.1. LÍNEA COMERCIAL	75
4.1.1.1. FERRETERÍAS	78
4.1.1.2. SUPERMERCADOS	82

4.1.2. LÍNEA INDUSTRIAL	82
4.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	90
4.3. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES	90
4.4. CONCLUSIONES CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	91

5 CONDICIONES DE ACCESO Y LOGISTICA 93

5.1 ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES Y PERSPECTIVAS	93
5.2 DERECHOS ARANCELARIOS	94
5.3 BARRERAS NO ARANCELARIAS	98
5.4 ETIQUETA	98
5.5 IMPUESTOS INTERNOS	99
5.5.2 IMPUESTO SOBRE LA RENTA	100
5.5.3 OTROS IMPUESTOS	101

6. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES 102

7. ANEXOS 103

INDICE DE TABLAS

TABLA 2 CONSUMO APARENTE DEL MERCADO DE APARATOS ELÉCTRICOS EN EL SALVADOR, AÑO 2002 (CIFRAS EN US\$)	7
TABLA 3 EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO DE APARATOS ELÉCTRICOS EN EL SALVADOR, EN US\$	8
TABLA 4. IMPORTACIONES EN EL SALVADOR PROCEDENTES DE COLOMBIA, EN US\$	37
TABLA 5. EXPORTACIONES DE EL SALVADOR HACIA COLOMBIA EN US\$	38
TABLA 6: ESTRUCTURA DE LA OFERTA DEL EXTERIOR LÍNEA COMERCIAL	54
TABLA 7: TIPOS DE PUBLICIDAD UTILIZADA POR EMPRESAS IMPORTADORAS	66
TABLA 8: TIPOS DE PROMOCIONES UTILIZADAS POR EMPRESAS IMPORTADORAS	66
TABLA 9: TIPOS DE PUBLICIDAD UTILIZADA POR EMPRESAS DETALLISTAS	66
TABLA 10: TIPOS DE PROMOCIONES UTILIZADAS LAS EMPRESAS DETALLISTAS	67
TABLA 11: TIPOS DE PROMOCIONES UTILIZADAS POR EMPRESAS DISTRIBUIDORAS	67
TABLA 12: PRECIOS DE BOMBILLAS EN US\$	71
TABLA 13: PRECIOS DE PORTALÁMPARAS EN US\$	71
TABLA 14: PRECIOS DE TOMAS CORRIENTES EN US\$	71
TABLA 15: PRECIOS DE BOMBILLAS EN US\$	72
TABLA 16: DIRECTORIO DE EMPRESAS	90

INDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Tamaño del Sector de Aparatos Eléctricos en El Salvador, 1998-2002, en US\$	9
Gráfica 2. Importaciones de Aparatos Eléctricos en US\$	12
Gráfica 3. Importaciones de Bombillas en US\$	13
Gráfica 4. Importaciones de Bombillas por País de Origen, año 2002	14
Gráfica 5. Importaciones de Interruptores y Enchufes en US\$	15
Gráfica 6. Importaciones de Interruptores y Enchufes por País de Origen, año 2002	16
Gráfica 7. Importaciones de Transformadores en US\$	17
Gráfica 8. Importaciones de Transformadores por País de Origen, año 2002	17
Gráfica 9. Importaciones de Armarios y Cajas en US\$	18
Gráfica 11. Importaciones de Fusibles en US\$	19
Gráfica 12. Importaciones de Fusibles por País de Origen, año 2002	20
Gráfica 13. Importaciones de Pararrayos en US\$	20
Gráfica 14. Importaciones de Pararrayos por País de Origen, año 2002	21
Gráfica 15. Importaciones de Disyuntores en US\$	21
Gráfica 16. Importaciones de Disyuntores por País de Origen, año 2002	22
Gráfica 17. Importaciones de Cables en US\$	22
Gráfica 18. Importaciones de Cables por País de Origen, año 2002	23
Gráfica 19. Importaciones de Aisladores Eléctricos en US\$	24
Gráfica 20 Importaciones de Aisladores Eléctricos por País de Origen, año 2002	24
Gráfica 21. Exportaciones de Bombillas en US\$	27
Gráfica 22. Exportaciones de Bombillas por País de Destino, año 2002	27
Gráfica 23. Exportaciones de Interruptores y Enchufes en US\$	28
Gráfica 24. Exportaciones de Interruptores y Enchufes por País de Destino, año 2002	28
Gráfica 25. Exportaciones de Transformadores en US\$	29
Gráfica 26. Exportaciones de Transformadores por País de Destino, año 2002	29
Gráfica 27 Exportaciones de Armarios y Cajas en US\$	30
Gráfica 28. Exportaciones de Armarios y Cajas por País de Destino, año 2002	30
Gráfica 29. Exportaciones de Fusibles en US\$	31
Gráfica 30. Exportaciones de Fusibles por País de Destino, año 2002	31
Gráfica 31. Exportaciones de Pararrayos en US\$	32
Gráfica.32. Exportaciones de Pararrayos por País de Destino, año 2002	32
Gráfica 33. Exportaciones de Disyuntores en US\$	33
Gráfica 34. Exportaciones de Disyuntores por País de Destino, año 2002	33
Gráfica 35. Exportaciones de Cables en US\$	34
Gráfica 36. Exportaciones de Cables por País de Destino, año 2002	34
Gráfica 37. Exportaciones de Aisladores Eléctricos en US\$	35
Gráfica 38. Exportaciones de Aisladores Eléctricos por País de Destino, año 2002	36
Gráfica 39. Balanza Comercial de EL Salvador sector Aparatos Eléctricos	36
Gráfica 40. Importaciones procedentes de Colombia sector Aparatos Eléctricos, año 2002 en US\$	37
Gráfica 41: Distribución del Consumo de Portalámparas	41
Gráfica 42: Demanda del Consumo de Bombillas, año 2.003	42
Gráfica 43: Demanda del Consumo de Interruptores, año 2.003	43
Gráfica 44: Distribución del Consumo de Tomas Corrientes, año 2003	44
Gráfica 45: Distribución del Consumo de Fusibles, año 2.003	45
Gráfica 46 Fusibles – Marcas en el mercado, 2003.	68
Gráfica 47 Interruptores – Marcas en el Mercado, 2003.	69
Gráfica 48 Portalámparas – Marcas en el Mercado, 2003.	69

Gráfica 49 Tomas Corrientes – Marcas en el Mercado, 2003.	69
Gráfica 50 Bombillas – Marcas en el mercado, 2003.	70
Gráfica 51 Esquema de Canales de Distribución Utilizado en El Salvador para Aparatos Eléctrico	75

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Solicitud de Importación de alimentos y bebidas.....	103
---	-----

RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de Aparatos Eléctricos en el Salvador muestra una dinámica sin precedentes en otros países de Latinoamérica debido a fenómenos naturales (terremotos) que han modificado durante los últimos años la tendencia normal del comportamiento del sector, observándose incrementos significativos sobre todo en el año 2001.

La tendencia del sector es positiva en términos de las importaciones debido a la escasa producción local y a la inversión que el gobierno ha realizado en infraestructura y desarrollo de vivienda a favor de la población menos favorecida.

Gracias a la instauración del Mercado Común Centroamericano (MCCA), gran diversidad de productos, dentro de los que se incluyen Aparatos Eléctricos, se han beneficiado debido a la eliminación de aranceles de importación y a la reducción de los aranceles de productos competencia de fabricantes locales.

Costa Rica, proveedor de gran variedad de Aparatos Eléctricos, concentra volúmenes significativos de exportación a El Salvador y a otros países del área debido al desarrollo y establecimiento de grandes multinacionales en este país, generando beneficios inmediatos al interior de la región al ser parte y estar cobijados por el MCCA que les otorga los beneficios sujetos a este acuerdo.

Aun cuando Estados Unidos ha sido históricamente el principal proveedor de este tipo de productos, durante los últimos años se ha venido afectando su participación debido a la introducción de nuevos competidores que han penetrado el mercado con estrategias más alineadas con las necesidades del mercado Salvadoreño. Estas estrategias de penetración hacen referencia al mejor manejo de precios y al estudio de la relación costo-beneficio asumida por el consumidor local.

Este sector se divide en dos líneas: línea comercial e industrial. La *Línea Comercial* de Aparatos Eléctricos es manejada en mas de un 90% por ferreterías lo cual no muestra atípicos dinamismo si no fuese por la aparición de grandes ferreterías que con su expansión geográfica han atesorado gran parte del mercado de aparatos eléctricos, desplazando a los pequeños comerciantes a áreas retiradas de la ciudad o incluso obligándoles a concentrarse en las afueras de las principales ciudades.

San Salvador, como capital y centro industrial y de negocios de El Salvador concentra a los principales importadores, mayoristas, distribuidores y detallistas del sector de aparatos eléctricos dada la facilidad de distribución a ciudades intermedias por su extrema cercanía.

El consumidor salvadoreño se ha caracterizado por ser un consumidor preferente de los productos importados, restándole interés y confianza a los productos que localmente se fabrican, lo que ha llevado a los productores locales a no invertir en tecnología ni infraestructura protegiendo únicamente los nichos de mercado históricamente liderados por ellos, sin pretensión alguna de competir con los productos importados que a los ojos del consumidor le brindan calidad, respaldo, variedad y precio mas atractivos.

En la *Línea Industrial*, los grandes importadores han optado durante los últimos años por probar productos de la región debido principalmente al respaldo y servicio posventa que reciben de estos proveedores, reforzado y entendido bajo la experiencia que productos de países lejanos carecen de soporte local lo que implica demoras y problemas en el soporte recibido. Importadores requieren de representantes, mayoristas y distribuidores que se encarguen de cubrir el territorio nacional y que garanticen el total respaldo y la respuesta inmediata ante requisiciones o reclamos por parte del cliente.

Sin duda alguna, El Salvador ofrece alternativas de negocio a Colombia en términos del crecimiento sostenido que durante los últimos años ha mostrado el sector, reforzado por los inquietantes proyectos de crecimiento en infraestructura y generación de vivienda por parte del gobierno, quien actualmente desarrolla proyectos de infraestructura regional con el objeto de convertir a El Salvador en un mercado atractivo para la inversión extranjera. Además se conoció que existe un plan de electrificación dentro del marco del Plan Puebla Panamá que será financiado con fondos del BID y que pretende elevar el índice de cobertura de El Salvador, así como de todos los países de la región.

El Salvador es un país pequeño, donde las principales ciudades son San Salvador, San Miguel, Santa Ana y Santa Tecla. La participación que la producción nacional del sector de Aparatos Eléctricos tiene en el Producto Interno Bruto del país llega al 0.002 %¹

¹ PIB de El Salvador año 2.002 \$14.283,9 millones. Fuente Banco Central de Reserva del Salvador. http://www.bcr.gob.sv/estadisticas/sr_produccion.html

1. INFORMACION GENERAL

1.1. EVOLUCION DEL SECTOR

Para definir el comportamiento del sector, este debe ser analizado separando los dos grandes grupos que lo componen, que por sus características de utilización y comercialización pertenecen a dos grupos distintos de productos. De esta manera, este estudio analizara el comportamiento de los productos comerciales, así como el comportamiento de la línea industrial.

Cuando se habla de productos o línea comercial, se hace referencia a todos aquellos productos que por sus características se encuentran disponibles en canales tradicionales de comercialización y que por su funcionalidad y utilización hacen parte de los productos disponibles para consumidores finales y constructores. Cuando se hace referencia a la línea industrial, se habla de productos que por sus características y funcionalidad son básicamente utilizados para la transmisión y distribución de energía al interior del país, razón por la cual su modalidad de comercialización, así como sus clientes finales son completamente diferentes a los de la línea comercial. Es así como el gobierno y las empresas distribuidoras de energía se convierten en los principales consumidores de este tipo de productos.

1.2. SUBSECTORIZACIÓN

Como se explicó en el punto anterior, para fines de este estudio se dividió al Sector de Aparatos Eléctricos en los subsectores siguientes:

- Línea Comercial
- Línea Industrial

Línea Comercial:

Definida como aquella en la que el producto se vende a personas individuales o jurídicas cuyo fin no es el de producir, transmitir o distribuir electricidad. En esta línea se incluyeron los siguientes productos:

- Bombillas o focos: de diferentes voltajes y con luz blanca, amarilla o en otros tonos.
- Interruptores: Son las placas que se colocan en la pared u otras superficies duras y sirven para encender o apagar la luz al presionarlas. Este producto es para uso doméstico o de oficinas.
- Cables y otros: cintas fabricadas a partir de metal para conducir electricidad de bajo voltaje, Las cuales normalmente están recubiertas por material aislante. Se incluyen los cables que se venden por yardas en los puntos de

venta al consumidor final y los cables que poseen enchufe y que son conocidos como extensiones.

- Toma corriente: Placa que se coloca en las paredes, posee dos o tres agujeros y dentro de la pared se haya conectada a un cableado que conduce electricidad. Se utiliza para introducirle enchufes y pasar corriente.

Línea Industrial

En este subsector se incluyen los aparatos eléctricos que se venden a empresas encargadas de producir, transmitir, o distribuir electricidad. Los productos incluidos en este grupo son utilizados para estos fines, y se incluyen en el estudio los siguientes:

- Transformadores
- Postes de luz: en esta categoría solo se registran los postes de luz metálicos. Son torres al final de las cuales se colocan cables para conducir electricidad o lámparas para iluminación, normalmente de alumbrado público.
- Armarios de luz y cajas: son estructuras metálicas, usualmente rectangulares, en las cuales se almacenan cables, interruptores y aparatos eléctricos utilizados en la distribución de energía eléctrica.
- Fusibles
- Soportes para distribución de energía eléctrica: Estructuras metálicas para la distribución de energía eléctrica. En la parte superior se coloca el cableado.
- Herrajes: Son los tramos entre poste y poste, entre un conductor a otro conductor que sirve de puente.

En la siguiente tabla se presentan las partidas arancelarias estudiadas y su descripción. Debe mencionarse que se presentan a cuatro dígitos porque dentro de cada una de ellas se incluyeron todas las existentes con mayor nivel de detalle. Por ejemplo la partida 8504 corresponde a Transformadores, se estudiaron entonces todos los tipos de transformadores.

Partida Arancelaria	Descripción
8504	TRANSFORMADORES ELECTRICOS, CONVERTIDORES ELECTRICOS ESTATICOS (POR EJEMPLO) RECTIFICADORES) Y BOBINAS DE REACTANCIA (AUTOINDUCCION)
8530	APARATOS ELECTRICOS DE SEÑALIZACION (EXCEPTO LOS DE TRANSMISION DE MENSAJES), SEGURIDAD, CONTROL O MANDO, PARA VIAS FERREAS O SIMILARES, CARRETERAS, VIAS FLUVIALES, AREAS O PARQUES DE ESTACIONAMIENTO, INSTALACIONES PORTUARIAS O AEROPUERTOS (EXCEPTO
8535	APARATOS PARA CORTE, SECCIONAMIENTO, PROTECCION, DERIVACION, EMPALME O CONEXION DE CIRCUITOS ELECTRICOS (POR EJEMPLO: INTERRUPTORES, CONMUTADORES, CORTACIRCUITOS, PARARRAYOS, LIMITADORES DE TENSION, SUPRESORES DE SOBRETENSION TRANSITORIA, TOMAS DE CORRIENTE (ENCHUFES)

Partida Arancelaria	Descripción
8536	APARATOS PARA CORTE, SECCIONAMIENTO, PROTECCION, DERIVACION, EMPALME O CONEXION DE CIRCUITOS ELECTRICOS (POR EJEMPLO: INTERRUPTORES, CONMUTADORES, RELES, CORTACIRCUITOS, SUPRESORES DE SOBRETENSION TRANSITORIA, CLAVIJAS Y TOMAS DE CORRIENTE (ENCHUFES))
8537	CUADROS, PANELES, CONSOLAS, ARMARIOS Y DEMAS SOPORTES EQUIPADOS CON VARIOS APARATOS DE LAS PARTIDAS 85.35 U 85.36, PARA CONTROL O DISTRIBUCION DE ELECTRICIDAD, INCLUIDOS LOS QUE INCORPOREN INSTRUMENTOS O APARATOS DEL CAPITULO 90
8538	PARTES IDENTIFICABLES COMO DESTINADAS, EXCLUSIVA O PRINCIPALMENTE, A LOS APARATOS DE LAS PARTIDAS 85.35, 85.36 U 85.37
8539	LAMPARAS Y TUBOS ELECTRICOS DE INCANDESCENCIA O DE DESCARGA, INCLUIDOS LOS FAROS O UNIDADES "SELLADOS" Y LAS LAMPARAS Y TUBOS DE RAYOS ULTRAVIOLETAS O INFRARROJOS; LAMPARAS DE ARCO
8540	LAMPARAS, TUBOS Y VALVULAS ELECTRONICOS, DE CATODO CALIENTE, CATODO FRIO O FOTOCATODO (POR EJEMPLO: LAMPARAS, TUBOS Y VALVULAS, DE VACIO, DE VAPOR O GAS, TUBOS RECTIFICADORES DE VAPOR DE MERCURIO, TUBOS CATODICOS, TUBOS Y VALVULAS PARA CAMARAS DE TELEVISION)
8541	DIODOS, TRANSISTORES Y DISPOSITIVOS SEMICONDUCTORES SIMILARES; DISPOSITIVOS SEMICONDUCTORES FOTOSENSIBLES, INCLUIDAS LAS CELULAS FOTOVOLTAICAS, AUNQUE ESTEN ENSAMBLADAS EN MODULOS O PANELES; DIODOS EMISORES DE LUZ; CRISTALES PIEZOELECTRICOS MONTADOS
8544	HILOS, CABLES (INCLUIDOS LOS COAXIALES) Y DEMAS CONDUCTORES AISLADOS PARA ELECTRICIDAD, AUNQUE ESTEN LAQUEADOS, ANODIZADOS O PROVISTOS DE PIEZAS DE CONEXION; CABLES DE FIBRAS OPTICAS CONSTITUIDOS POR FIBRAS ENFUNDADAS INDIVIDUALMENTE
8546	AISLADORES ELECTRICOS DE CUALQUIER MATERIA
8547	PIEZAS AISLANTES TOTALMENTE DE MATERIA AISLANTE O CON SIMPLES PIEZAS METALICAS DE ENSAMBLADO (POR EJEMPLO: CASQUILLOS ROSCADOS) EMBUTIDAS EN LA MASA, PARA MAQUINAS, APARATOS O INSTALACIONES ELECTRICAS, EXCEPTO LOS AISLADORES DE LA PARTIDA 85.46

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

2. COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

2.1. TAMAÑO DEL MERCADO

La economía de El Salvador ha mostrado una tendencia dinámica durante los últimos años, originada principalmente por tres factores a saber: la dolarización de la economía, las remesas del exterior y la inversión extranjera.

A la dolarización² se le atribuyen diferentes beneficios, siendo uno de ellos el desarrollo económico alcanzado durante el 2002 cuando se reportaron crecimientos del 2.1%, esperándose crecimientos cercanos al 2,0 a finales del 2003. Por su parte, las remesas progresivamente han venido ganando importancia presentándose un incremento significativo³ que han favorecido la economía nacional, mejorando la balanza de pagos en por lo menos US\$ 1,2 millones anuales, cifra que continúa creciendo dados los altos índices de emigración y, finalmente la inversión extranjera realizada principalmente por México y Guatemala, ha brindado a El Salvador una mayor dinámica económica mediante sus inversiones en infraestructura y comercio.

El crecimiento específico del sector proviene del crecimiento poblacional natural del país, reforzado por el interés del gobierno de proveer de vivienda a un gran sector de la población y a su vez por la alianza regional para el desarrollo en infraestructura de eléctrica de Centroamérica, la cual esta basada en la expansión de la cobertura de la red eléctrica nacional e internacional.

El gobierno de El Salvador ha venido trabajando en la reconstrucción de la infraestructura del país y la construcción de nuevas obras de infraestructura vial, construcción de hospitales, nuevas escuelas, grandes centros comerciales y especialmente en la reedificación de escuelas afectadas por los terremotos del año 2001.

El mercado de aparatos eléctricos en El Salvador ha sido tímido en su desarrollo, llegándose a producir en las empresas nacionales volúmenes mínimos de algunos productos, caracterizados por su escasa necesidad de tecnología para su producción. En la siguiente tabla se puede observar que la producción nacional escasamente alcanzó en el 2002 el 0,59% del consumo aparente del país.

Por su parte, parecería ilógico que las exportaciones superen los datos de la producción nacional; sin embargo, en los países pertenecientes al Triangulo Norte compuesto por El Salvador, Honduras y Guatemala, es frecuente encontrar este tipo

² Conocido como Ley de Integración Monetaria, la cual consiste en permitir la libre circulación del dólar en la misma vía de circulación del colón salvadoreño.

³ Las remesas son los envíos de dinero que realizan los salvadoreños residentes en el exterior a familiares en El Salvador

de comportamiento, comportamiento generado por dos condiciones principales en estos mercados, la baja producción nacional y las reexportaciones de la gran mayoría de productos del sector.

Tabla 2 Consumo Aparente del Mercado de Aparatos Eléctricos en El Salvador, año 2002
(Cifras en US\$)

	Importaciones	Producción local	Exportaciones	Tamaño Aparente del Mercado
Bombillas o focos	7,051,699	141,034	139,071	7,053,662
Interruptores	2,952,547		9,283	2,943,264
Portalámparas, clavijas y enchufes	2,309,009	115,450	3,600	2,420,859
Transformadores	11,725,405		875,951	10,849,454
Armarios y cajas metálicas	6,012,605		231,151	5,781,454
Fusibles	664,794		3,953	660,841
Pararrayos	451,841		6,894	444,947
Disyuntores	2,590,717		2,604	2,588,113
Cables	12,758,361		2,798,555	9,959,806
Aisladores	888,893		52,022	836,871
Total sector	47,405,871	256,484	4,123,084	43,539,271

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

La tabla anterior muestra como cerca del 90% de las importaciones realizadas a El Salvador durante el 2002, se destinaron al consumo interno, comportamiento que es similar para la mayoría de productos objeto de este estudio.

Para estimar la producción local, el Grupo Consultor en todas las entrevistas realizadas en El Salvador, indagó por la participación de mercado de los productos nacionales versus los productos importados por cada línea. Por ejemplo, para bombillas o focos se identificó que sí existía producción local y que la misma suplía menos del 2% del mercado. Los datos de importaciones se obtuvieron de SIECA, así como el de las exportaciones. Entonces conociendo la participación de mercado de los productos importados y el monto que los mismos representan se pudo establecer cuál era la producción local, y así el tamaño aparente del mercado.

2.1.1. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO DEL MERCADO

Previo al año 2000, la actividad presentada al interior del sector de aparatos eléctricos mostraba síntomas de estabilidad con leves crecimientos normales generados básicamente por el desarrollo demográfico del país; sin embargo durante el 2000 y el 2001, la importación de este tipo de productos mostró crecimientos importantes debido al desarrollo de vivienda promovido por el gobiernos central (2000), reforzándose en el 2001 por los terremotos acontecidos durante los meses de Enero y Febrero de ese año, lo cual propició la mayor demanda de este tipo de

productos, orientados a la reconstrucción de la infraestructura eléctrica y la construcción de vivienda de los sitios afectados por este fenómeno natural.

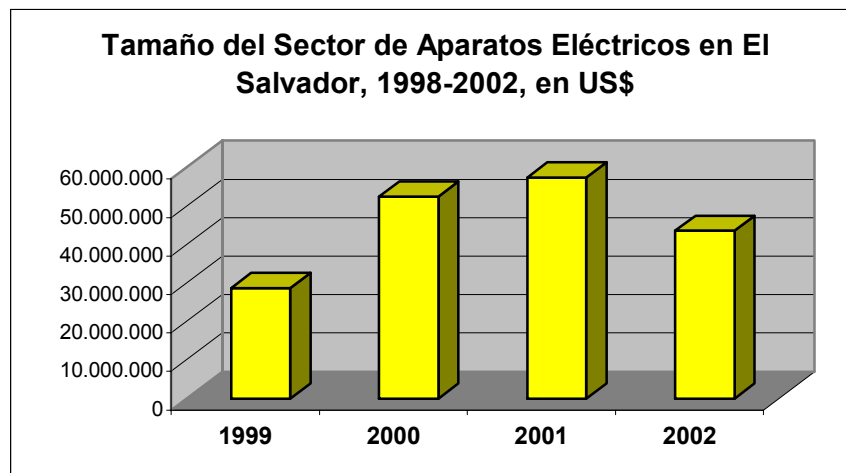
El tamaño del mercado creció en cerca de un 51% entre 1999 y 2002, año en que se ha venido recuperando la tendencia normal que venía presentando el mercado hasta 1999 como se informó anteriormente. Igualmente, es importante mencionar que el crecimiento del 51% es significativamente superior a lo esperado por un crecimiento demográfico natural, lo cual se explica por el desarrollo no solamente de vivienda e infraestructura, sino por el desarrollo comercial e industrial que El Salvador ha presentado a lo largo de los últimos años, desarrollo que no sido promovido por el gobierno y aceptado por los inversionistas por los climas de estabilidad política, social, al igual que por las ventajas que el país ofrece a los inversores internacionales.

En la siguiente tabla y grafica se puede observar la tendencia del mercado desde 1999 hasta 2002, observándose una estabilidad en la producción local, mientras son las importaciones la que dinamizan el comportamiento del sector. Así mismo se puede observar como cuando las exportaciones representaban cerca de un 24% en 1999, para el 2002 corresponden a solo cerca de un 9% indicando que el crecimiento del sector ha sido generado por demanda interna del país, ante la cual los productores locales no han reaccionado.

Tabla 3 Evolución del Tamaño Aparente del Mercado de Aparatos Eléctricos en El Salvador, en US\$

	1999	2000	2001	2002
Importaciones	39,325,804	65,139,061	60,312,178	47,405,871
Producción local	232,244	261,663	252,421	256,484
Exportaciones	10,816,393	12,935,623	3,105,023	4,123,084
Tamaño Aparente del Mercado	28,741,655	52,465,101	57,459,576	43,539,271

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

Gráfica 1: Tamaño del Sector de Aparatos Eléctricos en El Salvador, 1998-2002, en US\$

Fuente: elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA

Durante el año 2000 y 2001 se cristalizaron las privatizaciones de las empresas distribuidoras de energía en El Salvador, iniciándose así una carrera por conquistar la mayor participación de mercado posible, así como por llevar a cabo reparaciones inaplazables de las redes para ese momento “descuidadas por la entidad pública”. Esto generó crecimientos sin precedentes en el consumo de aparatos eléctricos. Adicional a lo anterior, el alto nivel de importaciones generó inestabilidad en el manejo de los inventarios, rezagos que podrían estar afectando el comportamiento de las importaciones para el 2002.

Se espera un crecimiento continuo, mas acelerado que los años previos al 2000 debido a las necesidades de mantenimiento de las redes, la ampliación de infraestructura y el desarrollo de proyectos comerciales y de vivienda que generaran el crecimiento del sector.

El comportamiento, aplica para la gran mayoría de productos del sector y su variabilidad dependerá del manejo del inventario en los años 2000 y 2001, lo que impide acertadamente pronosticar el futuro inmediato, no hasta que la tendencia recupere sus tendencias normales que están influenciadas por el desabastecimiento de los grandes importadores.

A pesar que a partir de estadísticas no se pueden separar el mercado de la línea comercial de la industrial. Mediante entrevistas se estableció que la línea industrial es la que más aporta al total del sector con aproximadamente un 73% del monto del mercado. Mientras que la línea comercial tiene una participación de 27%.

De acuerdo a lo observado durante los últimos años y a las perspectivas de gobierno actuales, se esperaría que las curvas tendieran a recuperarse dados los indicios de mayores inversiones en infraestructura para los próximos años no solamente a nivel

local sino como parte integral del desarrollo del cluster Centroamericano. Por otra parte, el desarrollo de entidades gubernamentales orientadas a incentivar la inversión extranjera en El Salvador, actualmente está desarrollando planes para el desarrollo de infraestructura que facilite la importación, producción y exportación de bienes desde El Salvador.

Aún cuando las tendencias tanto de la línea industrial como de la comercial mantienen similar dinámica, es claro que el gobierno central esta destinando mayores recursos al desarrollo de la infraestructura y a la cooperación para el desarrollo de Centroamérica, que a la destinación de fondos adicionales para la construcción de vivienda de interés social.⁴ Esto no significa que la inversión social este disminuyendo, sino que mayores recursos se orientan al desarrollo industrial y comercial del país, con el objeto de atraer la mirada de inversionistas extranjeros.⁵

De acuerdo a las cifras observadas al interior de este capítulo y considerando los intereses del gobierno, se espera que en el transcurso de los próximos 5 años, el Salvador se constituya en el eje central del mercado centroamericano, liderazgo que hasta el momento ha sido capitalizado por Costa Rica y cuyo ejemplo planea seguir El Salvador.⁶

⁴ Ministerio de Economía y Fonavipo (Ingeniero Raul Antonio Rivas Montalvo; Asesor de Planeación, Innovación y Desarrollo).

⁵ Proesa (Juan Zepeda: Senior Investment Advisor).

⁶ Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (Ingeniero Roxana Araheta de Rauda: Gerente de Comercio Internacional e Inversiones).

2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR

Las partidas arancelarias analizadas en el sector de Aparatos Eléctricos se presentaron en el primer capítulo de este informe, en subsectorización. Debe destacarse que cuando se presenta una partida a nivel de 4 dígitos es porque todas las subpartidas con mayor detalle están incluidas y que su desglose⁷.

El desarrollo del mercado de Aparatos Eléctricos en El Salvador ha estado enfocado a la importación, habiéndose reducido significativamente las re exportaciones a lo largo de los últimos tres años.

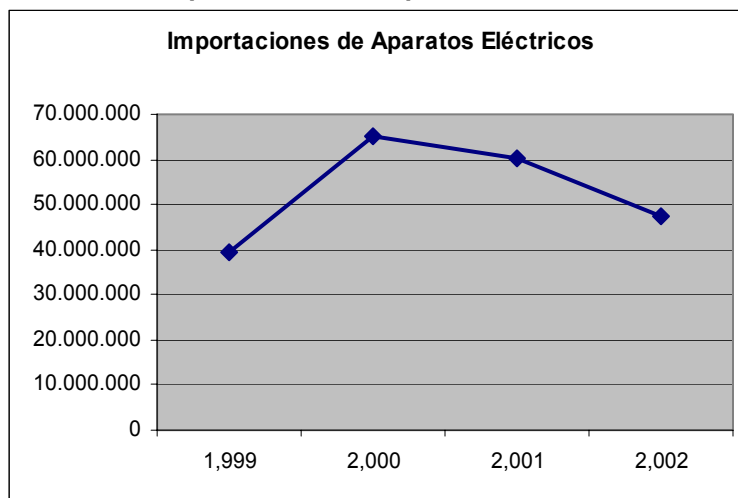
2.1.2.1. IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LA MISMAS

Para el análisis de importaciones y/o exportaciones no se puede separar la línea comercial de la industrial, cuando se trata del mismo producto. Por ejemplo al referirnos a cables en la misma partida arancelaria se registra el total de cables importados, indistintamente del uso que se le de al mismo.

El análisis de las estadísticas, volúmenes versus montos, permite observar que a pesar del crecimiento sostenido de las importaciones del sector en volúmenes, los valores de las mismas no crecen al mismo ritmo. La continua búsqueda y la presencia de grandes exportadores internacionales han generado cambios en el mercado mediante la obtención de mejores condiciones comerciales de los países del lejano oriente, que dadas sus economías de escala y mano de obra barata, permiten penetrar los mercados bajo condiciones altamente competitivas.

En el período analizado las importaciones se incrementaron en 20.5%. Sin embargo, el siguiente gráfico muestra una disminución en el año 2002 de 21.4% en comparación con el año anterior. El decrecimiento surge por dos razones básicas, primero debido al pico generado por el incremento de inversión en vivienda en el 2000 y la reconstrucción de las ciudades en el 2001, disminuyendo las prioridades para el 2002 y segundo, debido a que los salarios no perciben incrementos desde hace 10 años. Adicionalmente, la inflación aunque presenta bajos índices, ha obligado a la población a adoptar una cultura de ahorro, dándole prioridad a la canasta básica, disminuyendo el gasto en artículos que no son de primera necesidad.

⁷ Para mayor información y desglose de las partidas arancelarias, consulte la página de la "Secretaría de Integración Económica Centro Americana". SIECA.

Gráfica 2. Importaciones de Aparatos Eléctricos en US\$

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

Los pronósticos con respecto a las importaciones se centran en la estabilización de la curva para el año 2003, retomando una curva de crecimiento superior a los índices de crecimiento poblacional dado el desarrollo que el gobierno está incentivando en los diferentes sectores productivos.

El origen de las importaciones aunque ha cambiado en los últimos años, siguen existiendo proveedores constantes dentro del sector. La entrada al mercado de productos asiáticos ha ocasionado que las curvas de volumen y valor se dispersen debido a los precios competitivos que los mercados asiáticos ofrecen a los mercados centroamericanos. Por otra parte, los importadores o representantes locales, basados en su experiencia, han decidido mantener un amplio portafolio de proveedores intentando optimizar el balance entre mínimos inventarios y rentabilidad sobre la inversión.⁸ De esta manera, los grandes importadores optan por traer los productos de diferentes países mediante una evaluación exhaustiva de tiempos de tráfico, nivel de inventarios y precio CIF.

A pesar de los mayores precios obtenidos por mercados geográficamente cercanos, estos proporcionan ventajas directas sobre los niveles inventarios y la velocidad de respuesta principalmente.

Bombillas o Focos:

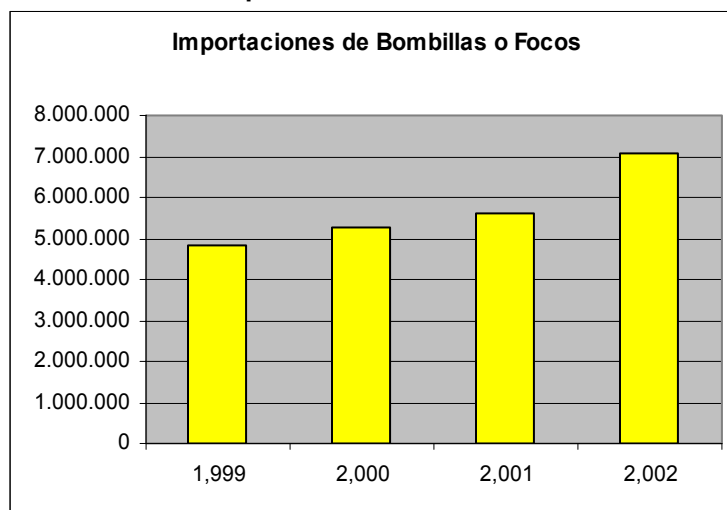
Las importaciones de bombillas, a diferencia del resto de productos del sector presentan crecimiento constante debido a, primero, a la necesidad de las empresas distribuidoras de energía de hacer mantenimiento a las redes de iluminación y segundo, al crecimiento constante de la inversión en vivienda e infraestructura comercial entre otros. Por otra parte, la importación de bombillos de ahorro energético ha contribuido a generar una mayor oferta en variedad y

⁸ Ferretería Freund (Ingeniero Saúl Rivas: Gerente de Producto Materiales de construcción)

cantidad, demanda que si hasta hace un par de años fue tímida, en los últimos años ha tomado relevancia.

Las bombillas o focos se registran en la partida arancelaria 8539. Como puede observarse en la gráfica siguiente las importaciones de este producto aumentaron en todo el período de análisis un 46.6%. Para el 2002 las importaciones de bombillos fue de US\$ 7,051,669 presentando un crecimiento de 25.3% con respecto al 2001.

Gráfica 3. Importaciones de Bombillas en US\$



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

Como se dijo anteriormente, la importación de los diferentes tipos de bombillas, ha generado un incremento considerable en los valores de importación debido a que cada día el consumo de bombillos ahorradores de energía, lámparas fluorescentes y bombillos decorativos es mayor. A su vez, las construcciones de centros comerciales y de viviendas han incentivado aún más las importaciones de este tipo de producto.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, los principales proveedores de las importaciones de bombillas son: Estados Unidos con una participación de 33%, seguido por China con 18%), Colombia con 13%, Panamá con 8,1% y Taiwán con 7%, concentrando el 79% del mercado.

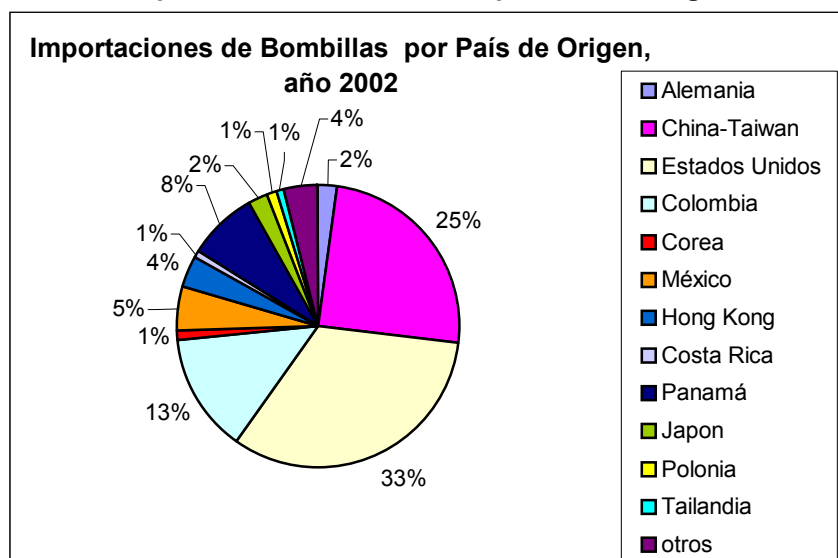
Los países que presentaron un comportamiento dinámico en sus exportaciones de bombillas hacia El Salvador durante el período 2000-2002 fueron: Panamá con un crecimiento promedio anual de 301.9%, le sigue México con un 94.1%, China con un 71.6% y Colombia con un 39.1%. Esto muestra la sustitución de productos importados de Estados Unidos.

Importante resaltar que al interior del subsector de Bombillas, China ha venido incrementando sus exportaciones hacia El Salvador debido principalmente a su

costo, lo que permite a los distribuidores aumentar sus márgenes de ganancia, y algunas veces, presentar ventajas competitivas de precio vs su competencia.

En el sector de bombillas como se menciono anteriormente es líder absoluto Estados Unidos con las marcas de Philips, General Electric y ACE. A partir del año 2000 las importaciones de este país tienden a decrecer debido a que las diferentes empresas importadoras en El Salvador comienzan a demandar productos de otros países como China, Taiwán y Colombia, por sus menores precios, países que han mantenido un constante crecimiento a lo largo de los últimos años.

Gráfica 4. Importaciones de Bombillas por País de Origen, año 2002

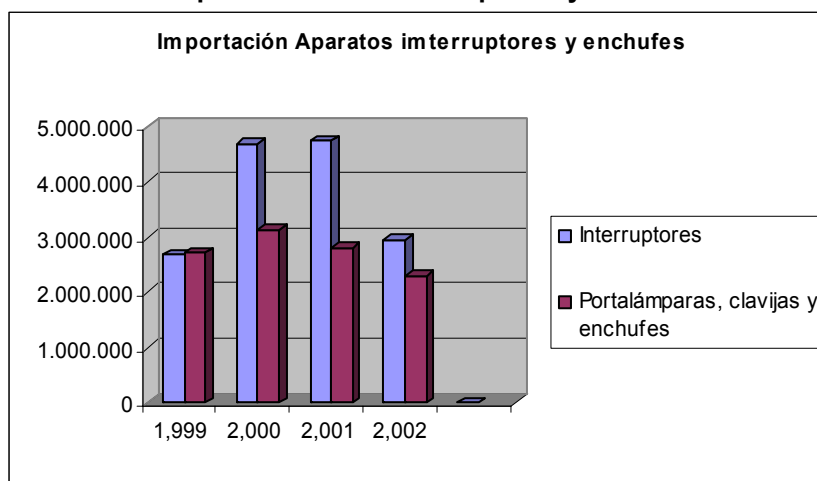


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Interruptores y Tomacorrientes:

Se registran en las partidas arancelarias 85353000, 853650 y 853660.

Para 2002, las importaciones de interruptores fueron de US\$ 2,952,547, presentando un comportamiento creciente de 10% desde 1999. Con relación al año anterior (2001), se presentó un decrecimiento de 37.8% debido a la reducción de construcciones de viviendas y priorización de los consumidores en otros gastos de primera necesidad.

Gráfica 5. Importaciones de Interruptores y Enchufes en US\$

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

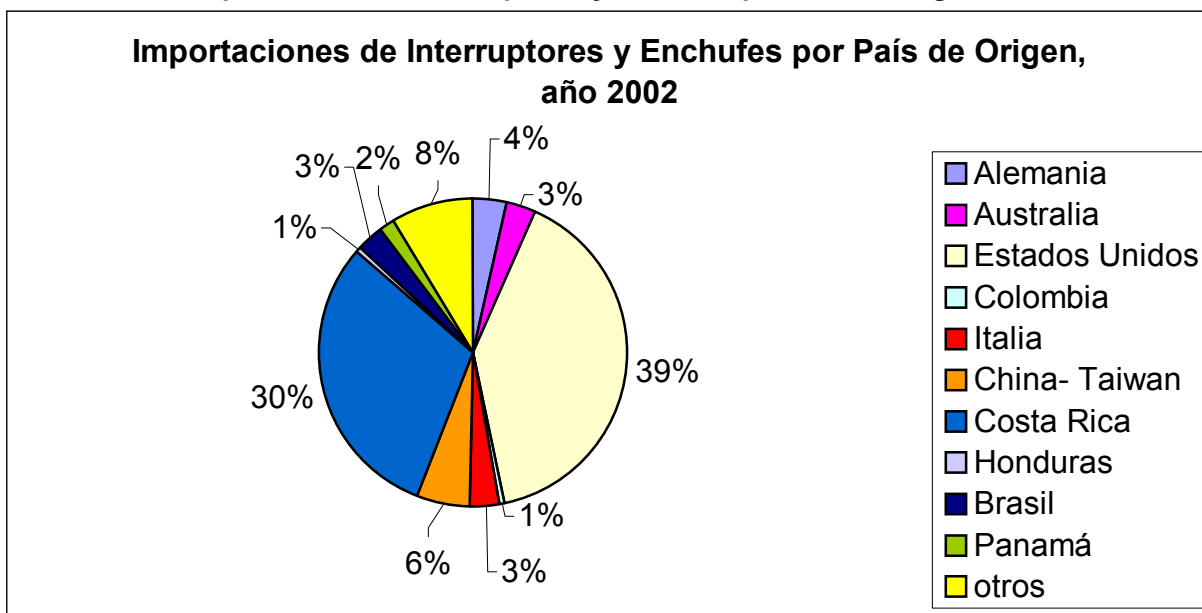
Se puede observar en la grafica anterior que a pesar de los decrecimientos del 2002 en lo que respecta a Interruptores, la tendencia se mantiene creciente si se comprara vs. 1999. Considerando el 2000 y el 2001 años atípicos, se espera que el sector continúe un crecimiento normal y pausado como el observado históricamente.

Los países que presentaron un comportamiento dinámico en sus exportaciones de toma corrientes hacia El Salvador durante el periodo 2000-2002 fueron: Honduras quien a pesar de su poca participación esta haciendo esfuerzos para tomar ventaja competitiva dada su cercanía, Italia en las líneas mas costosas y Alemania con crecimientos de 2.364,9%, 528.7% y 245.9% promedio año respectivamente.⁹

Las importaciones de interruptores y enchufes son provenientes de Estados Unidos y Costa Rica con una participación de 39% y 30% respectivamente.

⁹ Los crecimientos son escandalosos de acuerdo a las tasas promedio observadas; sin embargo, se sugiere a los lectores manejar cuidadosamente las cifras debido a que se trata de volúmenes relativamente pequeños, ante los cuales cualquier variación por pequeña que sea, magnifica los índices de crecimiento y decrecimiento. Al igual que en este producto, los demás del sector son objeto de la misma observación.

Gráfica 6. Importaciones de Interruptores y Enchufes por País de Origen, año 2002



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

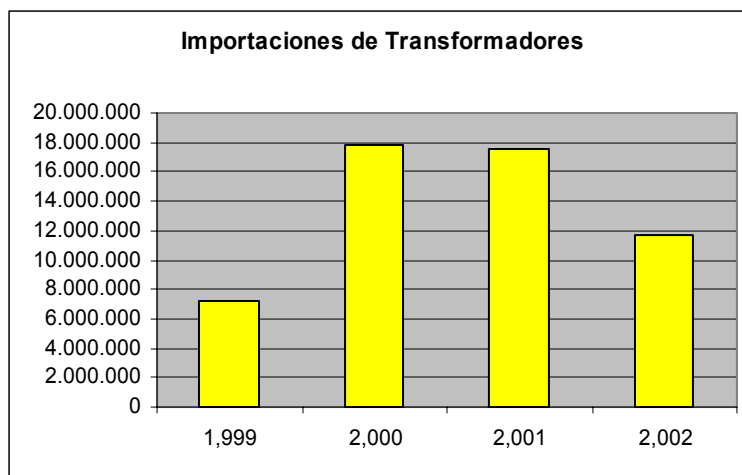
Es muy importante recalcar que las importaciones de Costa Rica han venido creciendo a pasos agigantados desde 1998 debido a que la firma Bticino abrió su planta en ese país, proveyendo no solamente a Centroamérica sino a las islas del Caribe y algunos países de Sur América. Adicional a esto, en el año 2001 se abre la firma que manufactura la marca Águila o Eagle, la cual de acuerdo a sus esfuerzos ha logrado capitalizar parte del mercado centroamericano no siendo El Salvador una excepción.

De esta manera como los productos que antes proveía Estados Unidos, han venido siendo desplazados por productos manufacturados dentro de la región, bajo los beneficios que otorga el pertenecer a grupo que conforma el denominado Mercado Común Centroamericano, el cual libera de aranceles a los productos manufacturados al interior de la región y que por obvias razones reduce significativamente el valor de los fletes y de los seguros.

Transformadores: Se registran en la partida arancelaria 8504.

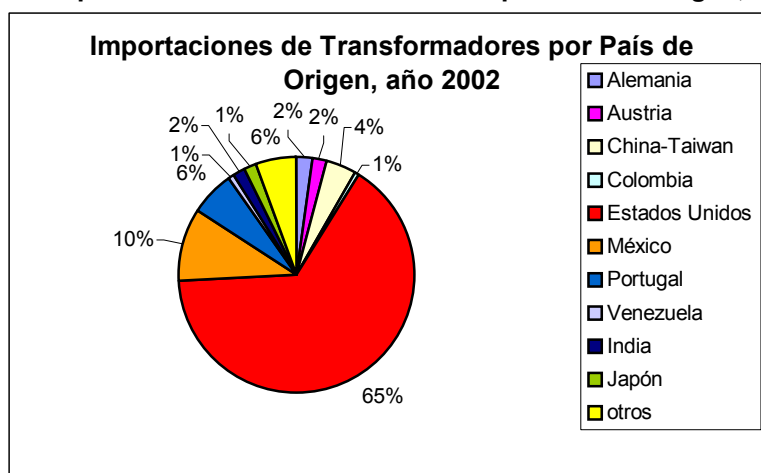
Las importaciones de transformadores durante el 2002 disminuyeron en 33.2% en comparación con el año anterior presentando cifras cercanas a los US\$ 11,7 millones. Al igual que los demás aparatos eléctricos, los transformadores en su tendencia muestran un crecimiento del 63.5% si se compara con 1999.

La distribución de energía eléctrica fue un factor importante en los altos índices de crecimiento de las importaciones de este producto dada la construcción de vivienda, demandando mayores volúmenes de producto durante el 2000 y el 2001.

Gráfica 7. Importaciones de Transformadores en US\$

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

Los principales proveedores de las importaciones salvadoreñas de transformadores son: Estados Unidos con un 65%, seguido por México con un 10%, Portugal con 6% y China con 3%, concentrando estos cuatro países el 84% de las importaciones.

Gráfica 8. Importaciones de Transformadores por País de Origen, año 2002

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

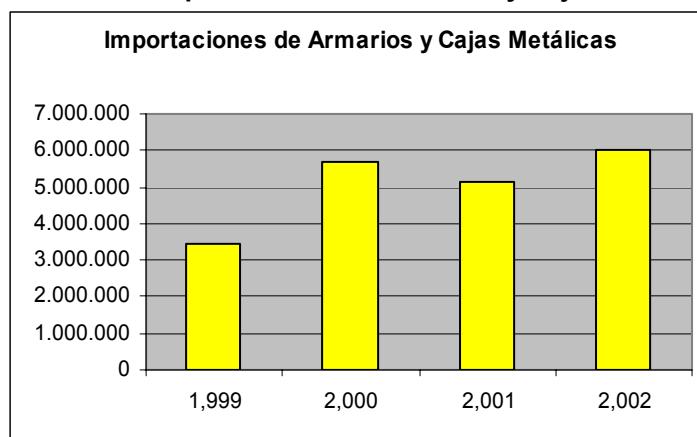
Se espera que en el transcurso de los próximos años y bajo la premisa de un incremento en la demanda, los productos de China tomen mayor protagonismo en el mercado, debido a su bajos precios, su buena calidad y la competitividad en fletes vs. Países como Estados Unidos a pesar de su lejanía.

Adicional a esto, se observa que los países proveedores de transformadores, son países que han desarrollado adecuados niveles de tecnología, niveles que son requeridos para la producción de ciertos elementos que así lo demandan,

generando mayores índices de confianza en los importadores y distribuidores locales.

Armarios y Cajas Metálicas: Se registran en la partida arancelaria 8537 -8538. En el año 2002 muestran un crecimiento de 16.6% en comparación con el año anterior, como se observa en el siguiente gráfico. El crecimiento sostenido en la importación de este producto se debe a cambios de armarios realizados por la empresa eléctrica, no relacionados únicamente con la expansión de la infraestructura sino con la renovación y mantenimiento de este tipo de productos, razón por la cual este producto no se ha visto afectado por la disminución en los índices de crecimiento de la construcción.

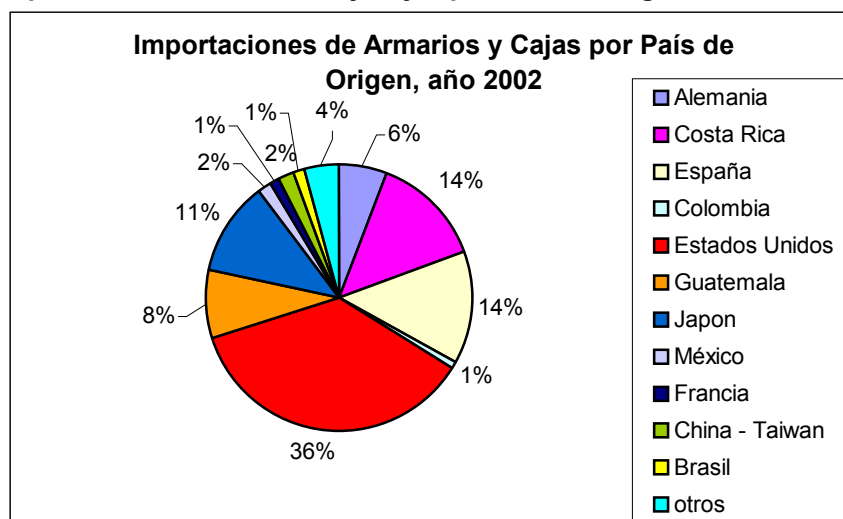
Gráfica 9. Importaciones de Armarios y Cajas en US\$



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

Las importaciones de Armarios y Cajas Metálicas provienen principalmente de Estados Unidos 36%, España y Costa Rica con 14% cada uno. Estas proporciones no han presentado variaciones significativas a través del período estudiado.

Gráfica 10. Importaciones de Armarios y Cajas por País de Origen, año 2002



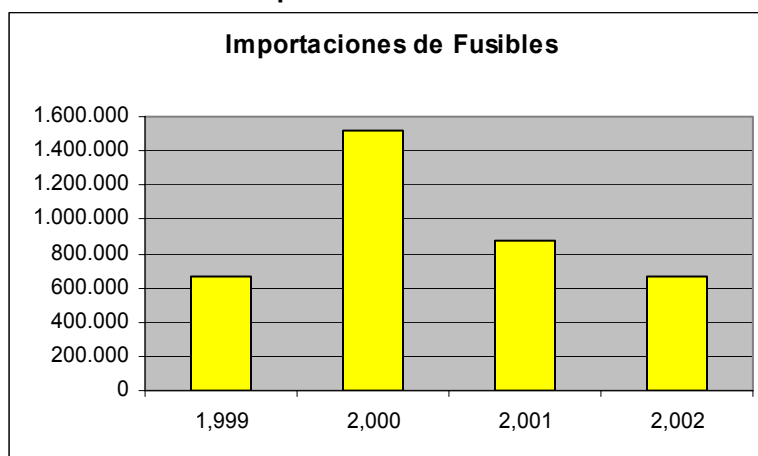
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Fusibles

Se registran con la partida 85351000 – 853610. Las importaciones de fusibles han descendido en un 24.3% vs. 2001 alcanzando los US\$ 664,794. Comparativamente, entre el 2002 y el año 1999, se ve una aparente estabilidad, que debido a los bruscos cambios del 2000 y 2001, hace imposible prever el futuro de este producto en el mercado salvadoreño. Sin embargo

Sin embargo, una de las posibles razones por las cuales este mercado ha mostrado el comportamiento de los tres últimos años en estudio, es por la introducción en El Salvador del sistema de la caja térmica con contactos de polo a tierra, lo cual permite que si existe energía eléctrica excesiva el dado de la caja térmica sea apagado automáticamente fundiéndose si es necesario y la energía se descarga en el suelo a través del polo. Esto, al parecer ha generado aparente decrecimiento en sus niveles históricos de importación.

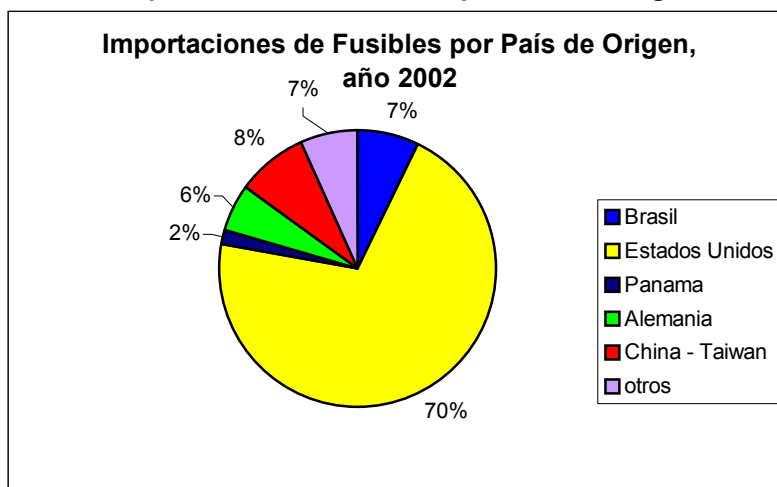
Gráfica 11. Importaciones de Fusibles en US\$



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

Los fusibles provienen principalmente de Estados Unidos, como se observa en el siguiente gráfico, este país provee el 70% de los fusibles importados y utilizados en El Salvador.

Gráfica 12. Importaciones de Fusibles por País de Origen, año 2002

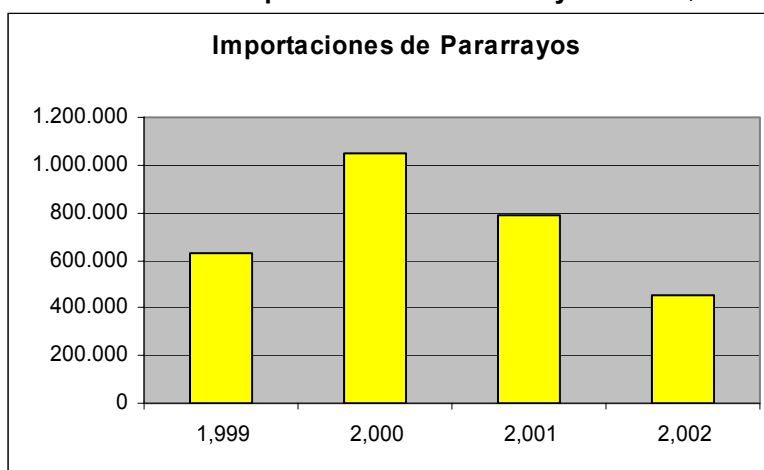


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Pararrayos

Se registran con la partida 853540. Las importaciones de Pararrayos decrecieron en el año 2002, 42.5% en comparación con el año anterior cuya principal razón es la disminución en los niveles de construcción. Igualmente, en el año 2000 el motivo del incremento es el mismo que causó el crecimiento en las importaciones de los otros productos del sector, auge en la construcción y ampliación de la red eléctrica. La cantidad de pararrayos que se importen depende de la expansión en la red eléctrica, que a su vez es consecuencia de la construcción de nuevas viviendas. Al disminuir las construcciones disminuyeron las importaciones

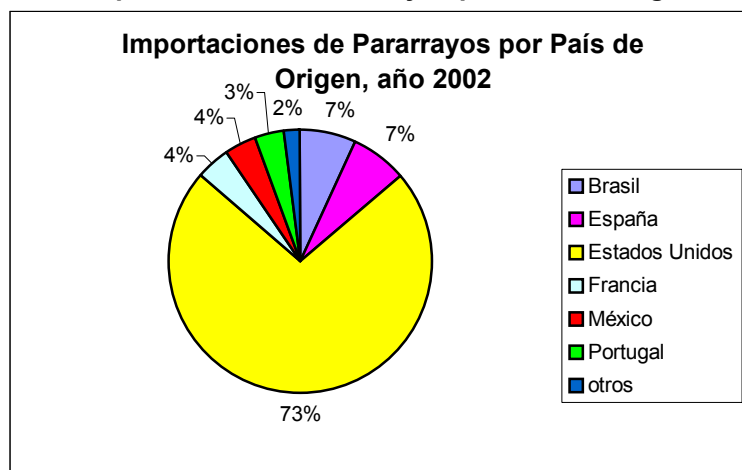
Gráfica 13. Importaciones de Pararrayos en US\$



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

El principal país de origen de Pararrayos es Estados Unidos con 73%, seguidos de España y Brasil con 7%. Históricamente, el comportamiento se ha mantenido estable sin mayores variaciones para la industria americana quien a pesar de haber sacrificado algunos puntos de participación, mantiene el absoluto liderazgo.

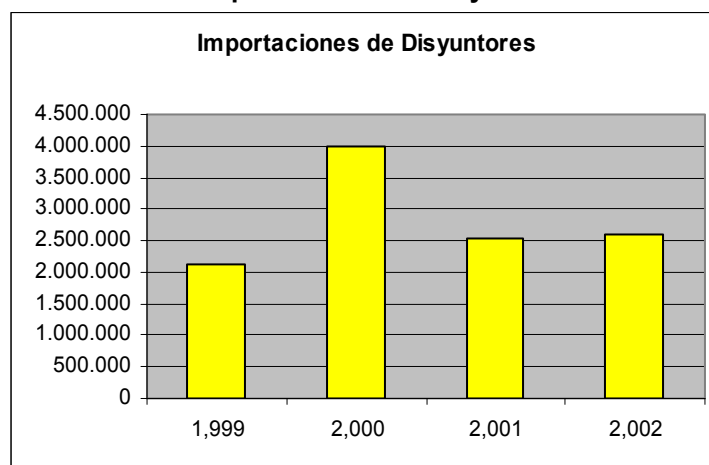
Gráfica 14. Importaciones de Pararrayos por País de Origen, año 2002



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

Disyuntores : Se registran con la partida 85352 – 853620. Desde el año 1999 hasta el 2002, la importación de disyuntores aumentó en 21.6%, crecimiento que se dio principalmente en el año 2000, donde se observa el pico del período. En el 2001 las importaciones disminuyeron 36.25% en comparación con el año anterior, como se observa en el siguiente gráfico. Este comportamiento se debe a la reducción en la construcción ya que sus importaciones se vieron afectadas en el 2001 y no en el 2002 cómo en los otros productos.

Gráfica 15. Importaciones de Disyuntores en US\$

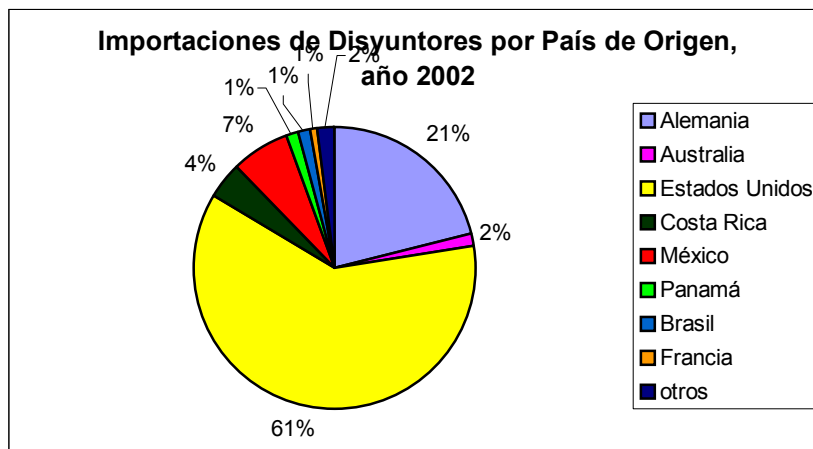


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

A pesar de la aparente caída del 2001, la curva tendencia muestra estabilidad relativa creciente con expectativas de crecimiento normal para los próximos años.

Las importaciones de Disyuntores provienen principalmente de Estados Unidos (61%), como se observa en el siguiente gráfico. Alemania, ha venido ganando participación, convirtiéndose en un competidor importante para Estados Unidos debido a su buena calidad y confiabilidad comercial.

Gráfica 16. Importaciones de Disyuntores por País de Origen, año 2002

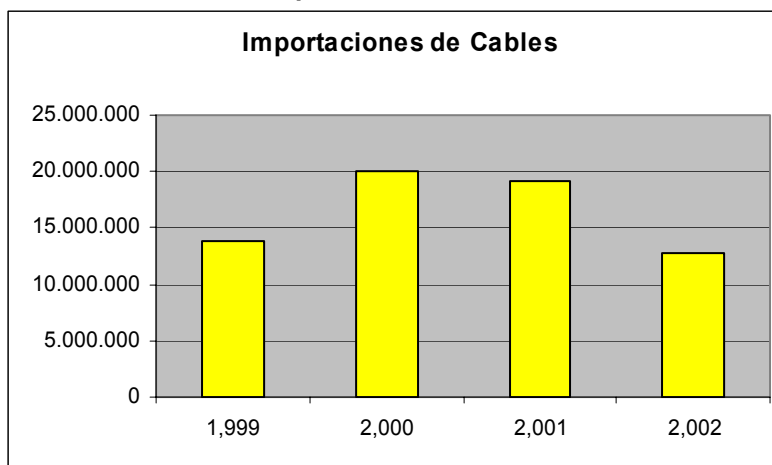


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Cables

Se registran con la partida 85.44 las importaciones de cables disminuyeron en el año 2002 un 33.2%, en comparación con el año anterior. Las razones son las mismas esbozadas anteriormente.

Gráfica 17. Importaciones de Cables en US\$



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

Debido a la escasa producción de este tipo de productos, se espera que el mercado recupere su tendencia positiva, existiendo proyectos de interés regional

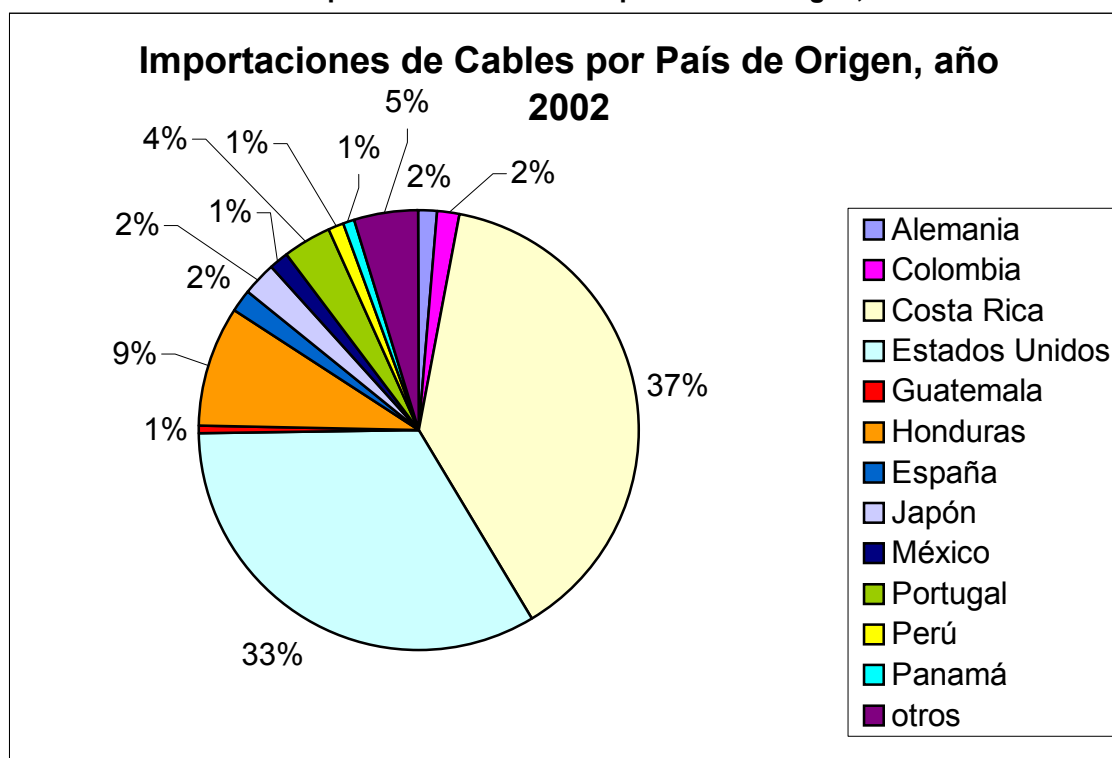
como el proyecto Puebla-Panamá, el cual de llevarse a cabo, generaría una alta demanda de este producto.

Los conductores eléctricos o cables, han mostrado una dinámica interesante debido a la mayor penetración de mercado lograda por Phells Dodge, quien mediante sus fabricas ubicadas en Honduras y en Costa Rica, surten gran parte del mercado centroamericano.

A pesar de los su importancia, Estados Unidos sigue siendo un gran competidor, proveyendo mayoritariamente de productos especializados para el desarrollo de la infraestructura Eléctrica salvadoreña, pues los cables convencionales presentan altos niveles de competitividad en la región.¹⁰

Los cables provienen principalmente de Costa Rica con 37%, Estados Unidos con 33% y Honduras con el 9%.

Gráfica 18. Importaciones de Cables por País de Origen, año 2002



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

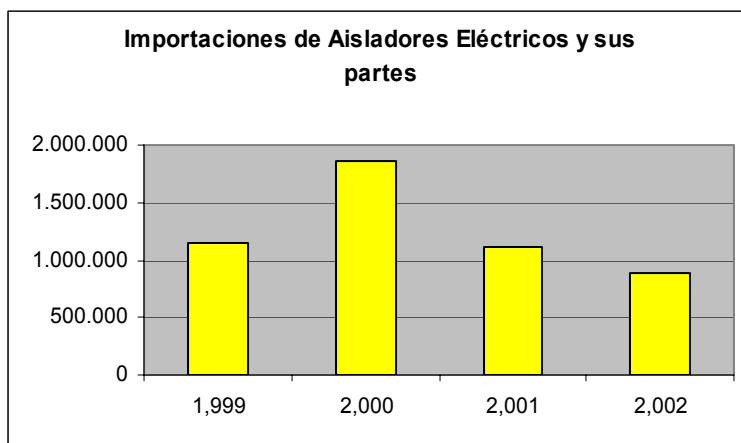
Aisladores Eléctricos y sus Partes: Se registran en las partidas 8546 -8547, se incluyen los aisladores eléctricos plásticos, de cerámica y cualquier otro. También se añaden las partes para aisladores eléctricos.

A partir del 2001 las importaciones de estos productos han decrecido, en el año 2002 disminuyeron un 20.6% en comparación con el año anterior, mientras que en

¹⁰ Ingeniero Mario Molasco (Distribuidora de energía DEL SUR)

el período analizado presentaron un decrecimiento total de 23%, como consecuencia de que disminuyó el nivel de construcción y por lo tanto la demanda de los Aisladores Eléctricos disminuyó.

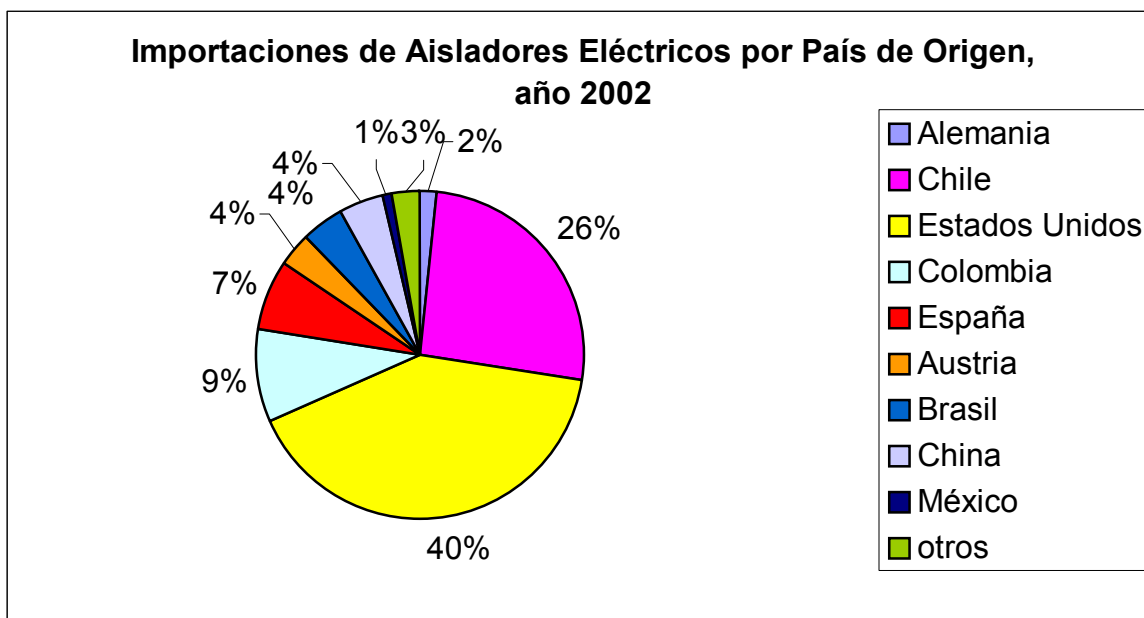
Gráfica 19. Importaciones de Aisladores Eléctricos en US\$



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

Los principales países proveedores son Estados Unidos, Chile y Colombia, como se observa en la siguiente gráfica

Gráfica 20 Importaciones de Aisladores Eléctricos por País de Origen, año 2002



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

En conclusión, el comportamiento de las importaciones de aparatos eléctricos en El Salvador había mostrado una tendencia histórica acorde con los crecimientos de la población y el crecimiento sostenido de la construcción de vivienda. En la mayoría de los productos del sector, el 2000 y el 2001 rompieron con la tendencia observada generándose altos índices de demanda que hasta el 2002 estaban volviendo a sus niveles normales, manteniendo muchos de ellos una tendencia aun creciente. A pesar que existen productos que aun para el 2002 presentan niveles inferiores a 1999, la razón se podría explicar por un sobredimensionamiento de la demanda, que llevo a los importadores a tener altos niveles de inventario de ciertos productos, manteniendo aun bajos los niveles de importación.¹¹

Las importaciones en El Salvador se han visto sacudidas principalmente por la sustitución de importación de Estados Unidos, abriendo cabida a multitud de proveedores alrededor del mundo. Independientemente de la ubicación geográfica de los proveedores, estos se encuentran regados por todo el mundo siendo Estados Unidos el principal proveedor del sector en general.

Ahora bien, en productos que no demandan altas inversiones en tecnología, el establecimiento de plantas productoras en países de Centroamérica ha facilitado el comercio de las mismas, accediendo a mercados que a pesar de su tamaño cuentan con una población acumulada de cerca de 30 ó 40 millones de personas, siendo un mercado atractivo y justificando los niveles de inversión. Por su parte, en productos como transformadores que demandan mayor nivel de tecnificación e infraestructura, los proveedores son países fuera del MCCA que general mayores niveles de confianza entre sus clientes.

Era de esperarse que dada la escasa producción de aparatos eléctricos de El Salvador, hubiese generado el interés comercial y la penetración de productos mexicanos, siendo el país vecino mas desarrollado y con mayor potencial de exportación hacia el Salvador.

En la actualidad, hay ciertos niveles de resistencia ante los productos mexicanos, pero más aun contra los proveedores mexicanos. Esta situación fue originada por el desbordado interés mostrado por los mexicanos, quienes realizaban masivas misiones comerciales a los países centroamericanos invadiendo el país de sus productos; sin embargo, ante la oportunidad comercial con países mas grandes y mas representativos en volumen, los mexicanos dejaron frecuentemente desabastecidos mercados como El Salvador, dándole prioridad a mercados mas grandes. Esto genero descontento y desconfianza entre los industriales y comerciantes salvadoreños, prefiriendo mantener relaciones comerciales con

¹¹ El calculo de inventarios y de consumo solo se podrán analizar una vez la tendencia haya vuelto a sus niveles normales y se genere estabilidad en las curvas de consumo aparente de cada producto en especifico.

países comprometidos con sus relaciones comerciales y serios en los compromisos adquiridos.

Por su parte Colombia, esta comenzando a sufrir de este mismo problema, el cual aunque no produce comentarios generalizados, ya se comienzan a identificar algunos clientes que argumentan haber recibido este mismo tipo de tratamiento.

2.1.2.2. EXPORTACIONES y DESTINO DE LAS MISMAS.

En El Salvador sólo se fabrican lámparas de metal y algunos tipos de bombillos fluorescentes, por lo que las exportaciones principalmente se deben a reexportaciones de bienes en tránsito de producto entre Centro América. Los principales destinos de exportación en todos los productos son Guatemala, Honduras, Costa Rica y Nicaragua, los cuales usualmente se redistribuyen utilizando el transporte terrestre.

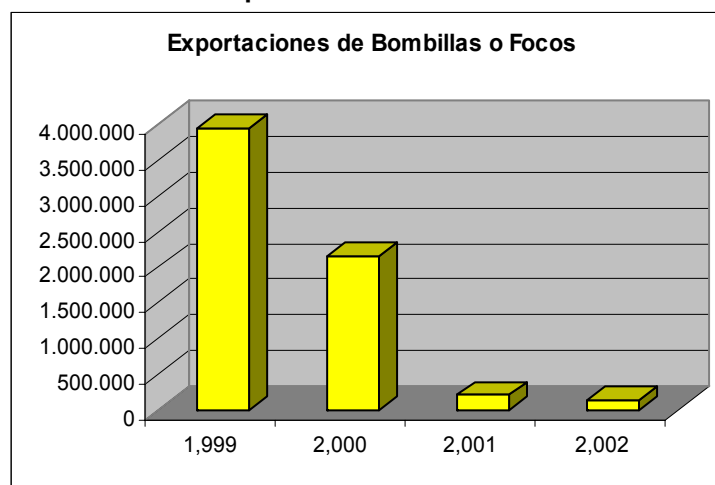
A pesar del constante crecimiento de las importaciones del sector, las exportaciones han venido disminuyendo progresivamente identificándose una expansión de la demanda local de este tipo de productos. Aun reconociéndose positivos niveles de crecimiento del sector en la región centroamericana, a manera de hipótesis se sospecha mejores y mas apropiados procedimientos y niveles de abastecimiento de los mercados vecinos.

La dinámica del mercado Centroamericano es difícilmente explicable debido a la interacción entre los mercados y a la utilización de los diferentes puertos centroamericanos para la distribución de los productos dentro del Istmo. Esto significa que dependiendo de las navieras utilizadas, el atracó en ciertos puertos hace necesaria la distribución de productos a otros mercados de la región vía terrestre.¹²

Bombillas o Focos:

Las exportaciones disminuyeron en todo el período analizado en el 2002 un 52.83% en comparación con el año anterior, y en todo el período disminuyo US\$ 3,806,430 como se observa en la siguiente gráfica.

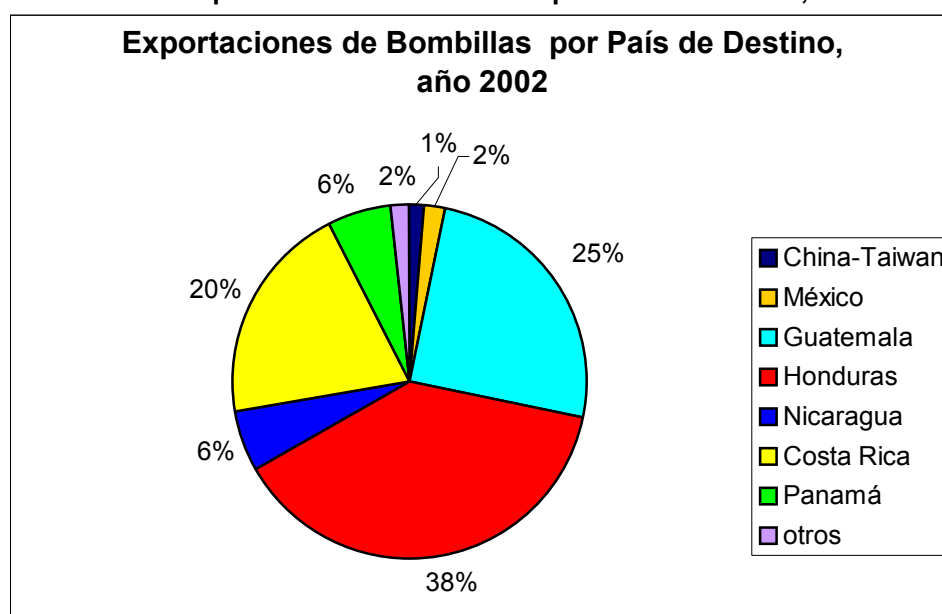
¹² Para confirmar la hipótesis se hace necesario realizar una investigación de mercados de los cinco principales países que componen el MCCA que son Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.

Gráfica 21. Exportaciones de Bombillas en US\$

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

A medida que se mejoran e incrementan los canales de abastecimiento, las rutas marítimas y se desarrolla la industria, cada vez se hace menos necesario la reexportación de países vecinos, pudiendo llegar los proveedores directamente al país de destino. Estos cambios han generado comportamientos como el observado en la grafica anterior, que explica el comportamiento de las exportaciones de este producto.

En el siguiente gráfico se muestra el destino de las exportaciones de Bombillas o Focos, siendo los países Centroamericanos los principales destinos.

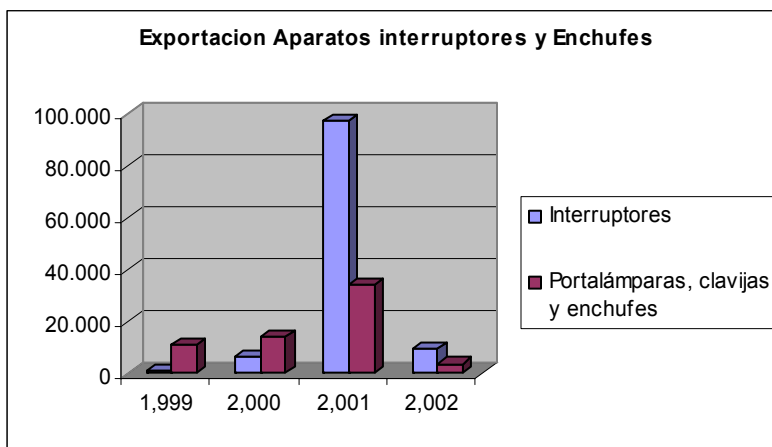
Gráfica 22. Exportaciones de Bombillas por País de Destino, año 2002

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

Interruptores y Enchufes

La exportación de interruptores y enchufes en el año 2001 mostró un crecimiento importante pero único en la tendencia, retornando en el 2002 a los niveles normales observados históricamente.

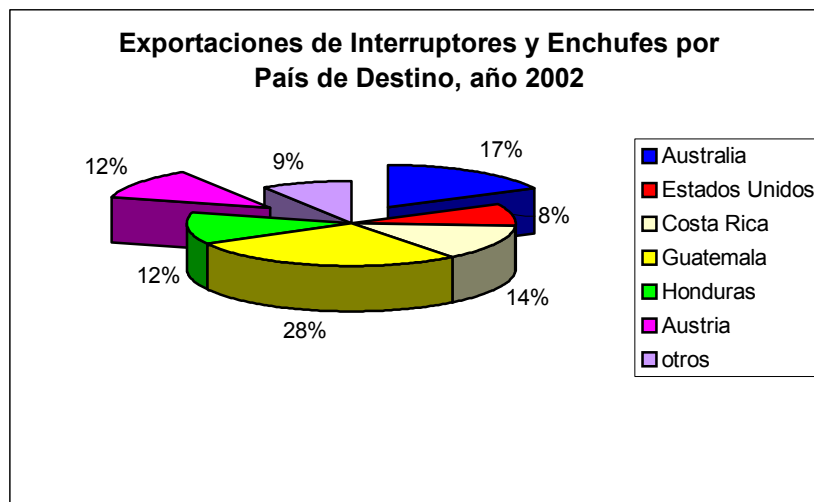
Gráfica 23. Exportaciones de Interruptores y Enchufes en US\$



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

Al igual que en el caso de bombillas, las exportaciones de este producto se enfoca a los productos de la región, siendo Australia y Austria destinos relevantes con un 17% y un 12% de participación para el 2002. Sin embargo, se debe reconocer los pequeños volúmenes que se exportan de este tipo de productos.

Gráfica 24. Exportaciones de Interruptores y Enchufes por País de Destino, año 2002

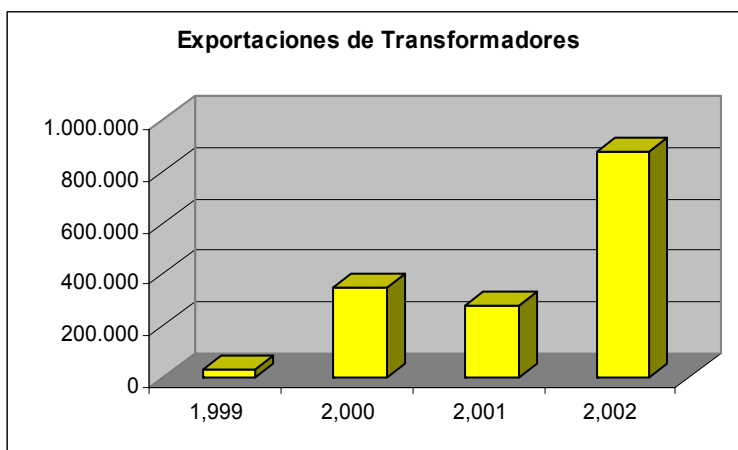


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Transformadores:

En el 2002 mostraron un crecimiento de cerca del 268%, siendo Portugal el gran capitalizador de las reexportaciones de este producto.

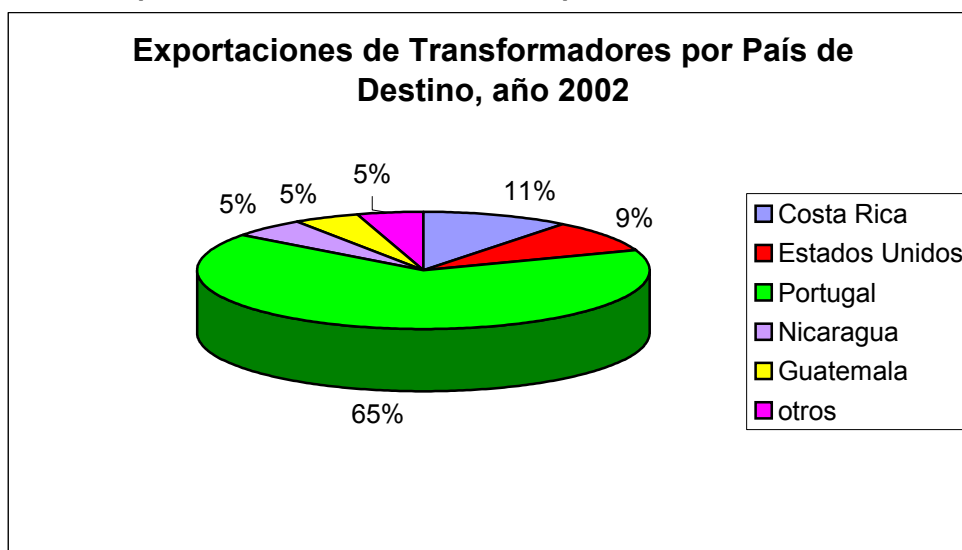
Gráfica 25. Exportaciones de Transformadores en US\$



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

Las exportaciones Salvadoreñas de Transformadores tienen como principal destino Portugal. Se conoce que en El Salvador no se producen estos aparatos por lo que estas exportaciones son de producto proveniente de Guatemala, donde se manufacturan, o de Estados Unidos. En El Salvador se consolida la exportación de diferentes aparatos, teniendo como punto de partida a este país.

Gráfica 26. Exportaciones de Transformadores por País de Destino, año 2002

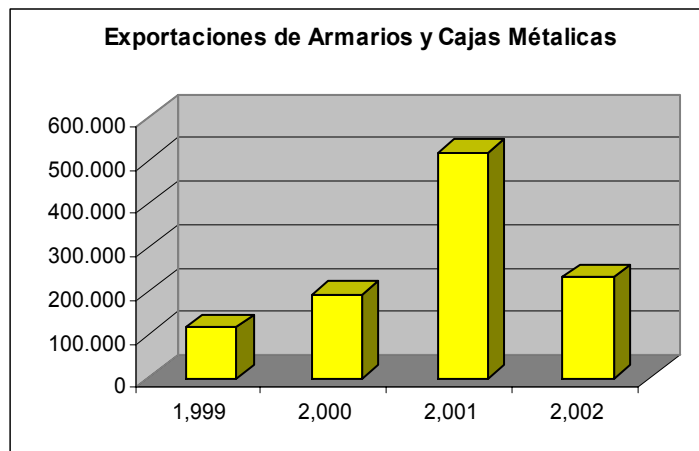


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Armarios y Cajas Metálicas

La exportación de Armario y Cajas Metálicas muestra para el año 2002 una disminución de 60% en comparación con el año anterior.

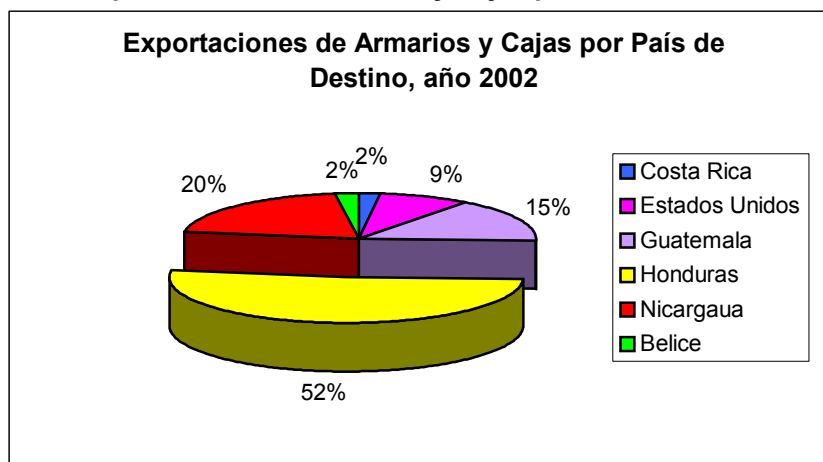
Gráfica 27 Exportaciones de Armarios y Cajas en US\$



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

Las exportaciones de este producto tienen como principal destino Honduras, como se observa en el siguiente gráfico, siendo los demás países vecinos destinos importantes.

Gráfica 28. Exportaciones de Armarios y Cajas por País de Destino, año 2002

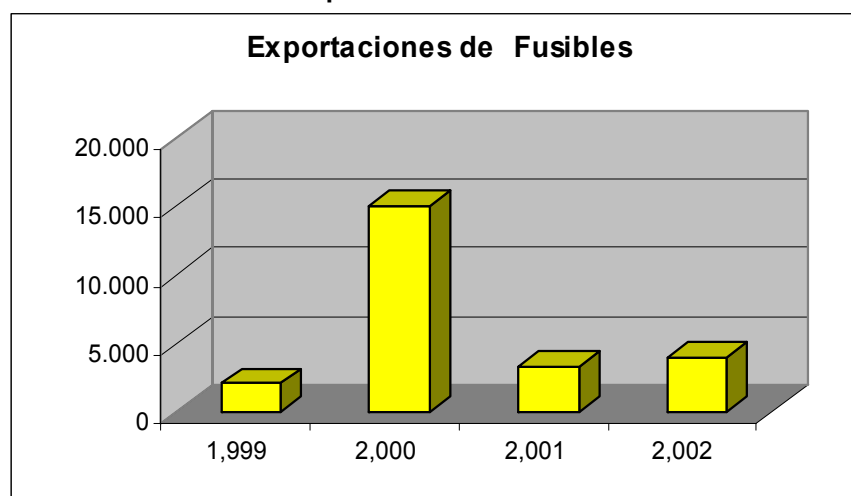


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Fusibles

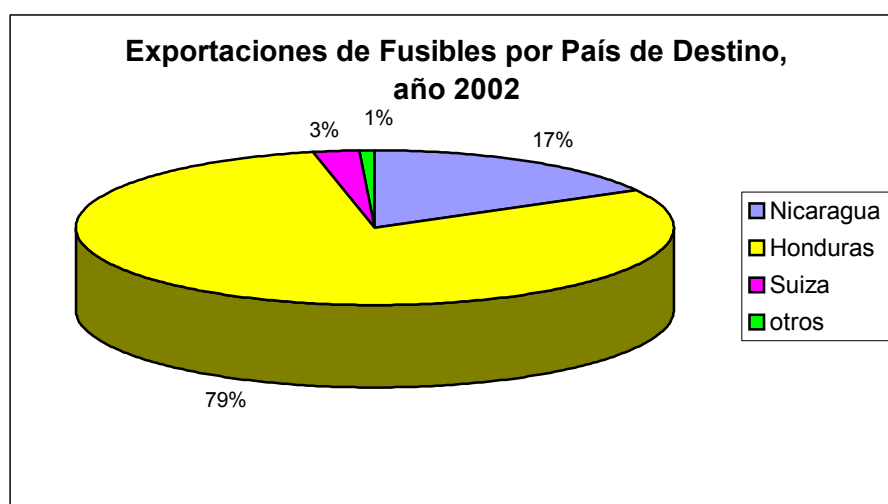
En el año 2002 las exportaciones de fusibles mostraron un leve repunte comparado con el año anterior y tienen un destino principal que es Honduras.

Gráfica 29. Exportaciones de Fusibles en US\$



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

Gráfica 30. Exportaciones de Fusibles por País de Destino, año 2002

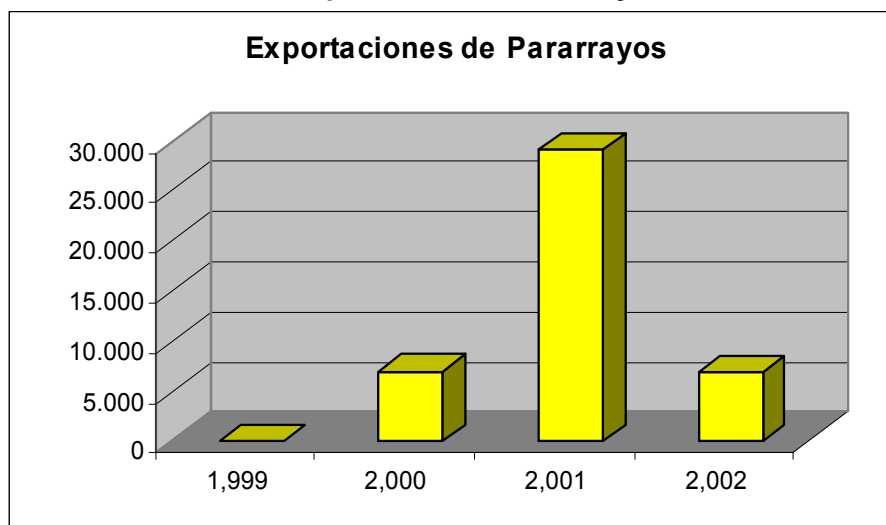


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Pararrayos

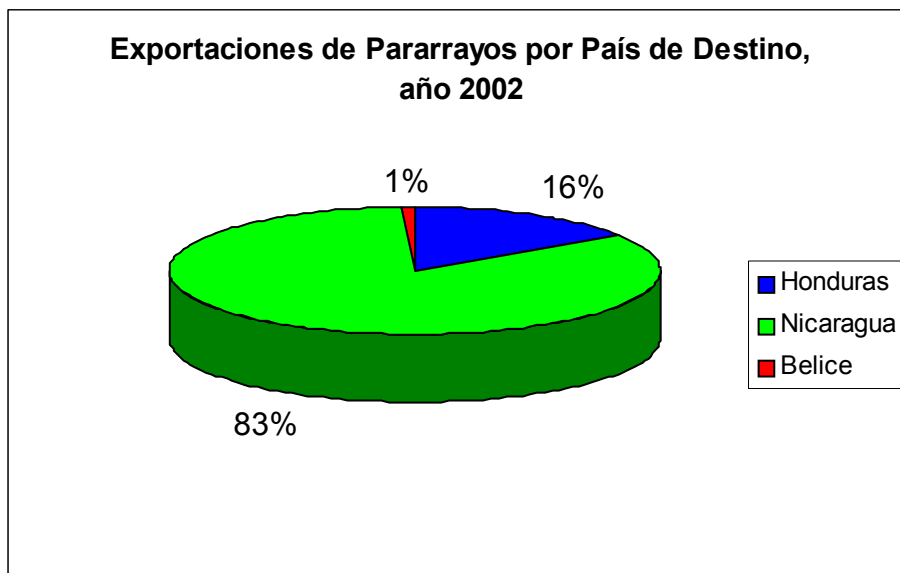
En el año 2002 las exportaciones de pararrayos muestran una disminución de 82% comparado con el año anterior y Nicaragua es el país líder en la adquisición de este tipo de productos.

Gráfica 31. Exportaciones de Pararrayos en US\$



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

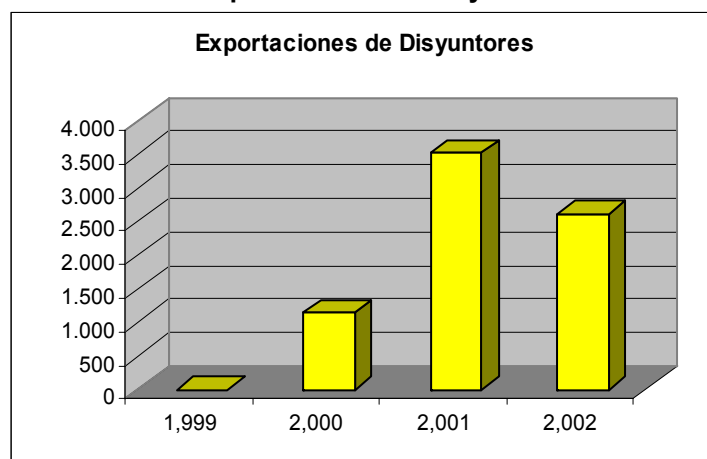
Gráfica.32. Exportaciones de Pararrayos por País de Destino, año 2002



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

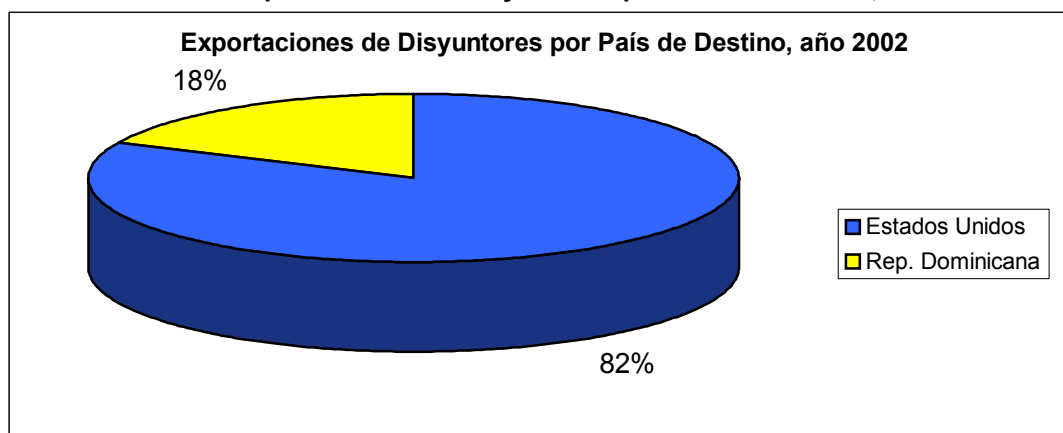
Disyuntores

Para el año 2002 muestra una disminución de 34.83% en comparación con el año anterior, como se observa en el siguiente gráfico

Gráfica 33. Exportaciones de Disyuntores en US\$

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

El destino principal de las exportaciones de este producto tiene como países Estados Unidos y Republica Dominicana.

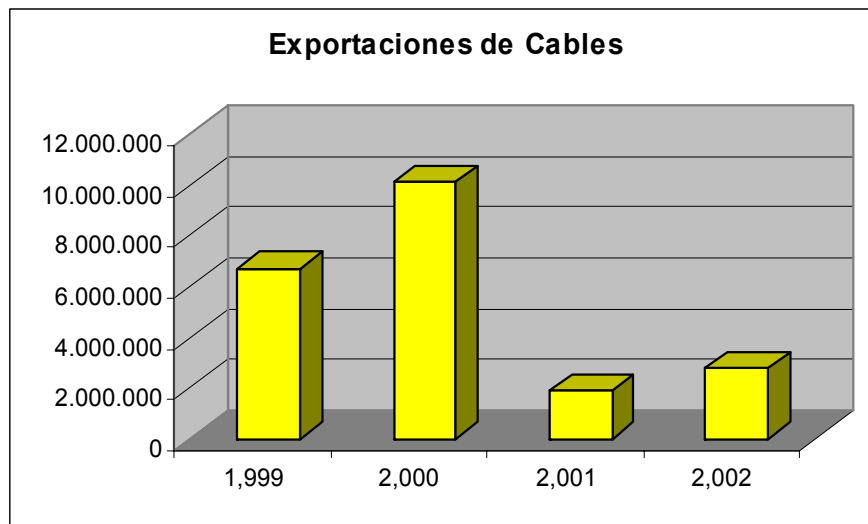
Gráfica 34. Exportaciones de Disyuntores por País de Destino, año 2002

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

Cables

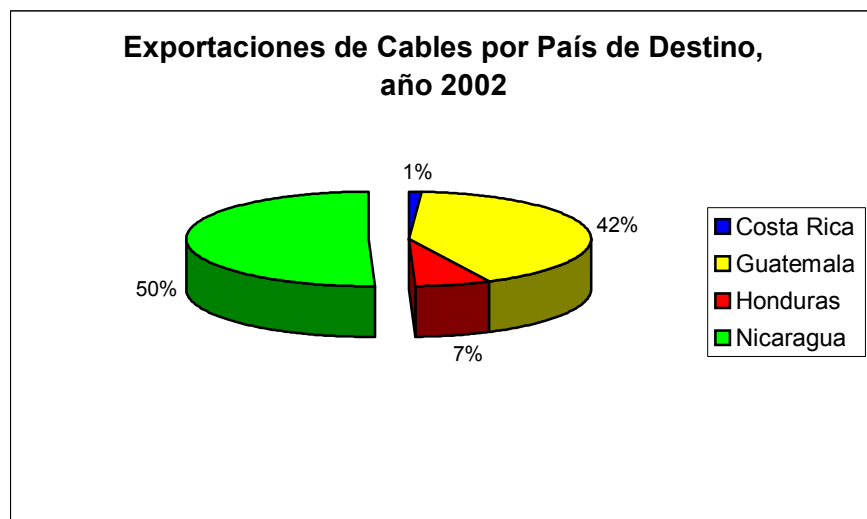
Las exportaciones de Cables para el año 2002 aumentaron 32.16%, en comparación con el año anterior tienen como destino los países Centroamericanos. Siendo los más importantes Nicaragua 50% y Guatemala 42%. Países productores como Honduras y Costa Rica se abastecen de productos de reexportación de características especiales.

Gráfica 35. Exportaciones de Cables en US\$



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

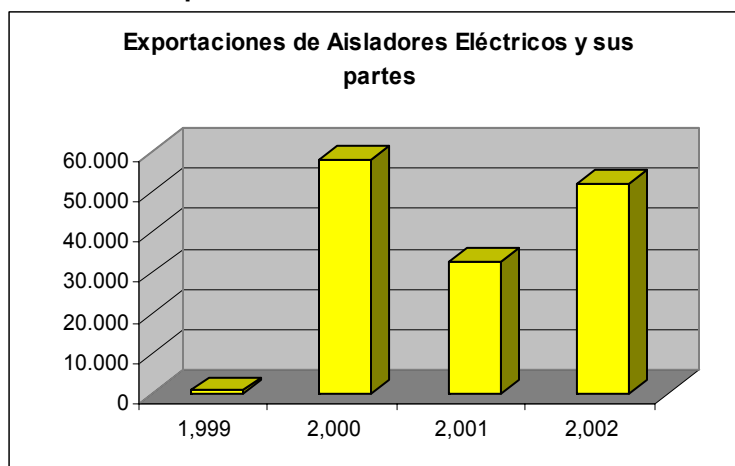
Gráfica 36. Exportaciones de Cables por País de Destino, año 2002



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

Aisladores Eléctricos y sus Partes:

El siguiente gráfico para el año 2002 muestra un crecimiento de 37.24% en comparación con el año anterior

Gráfica 37. Exportaciones de Aisladores Eléctricos en US\$

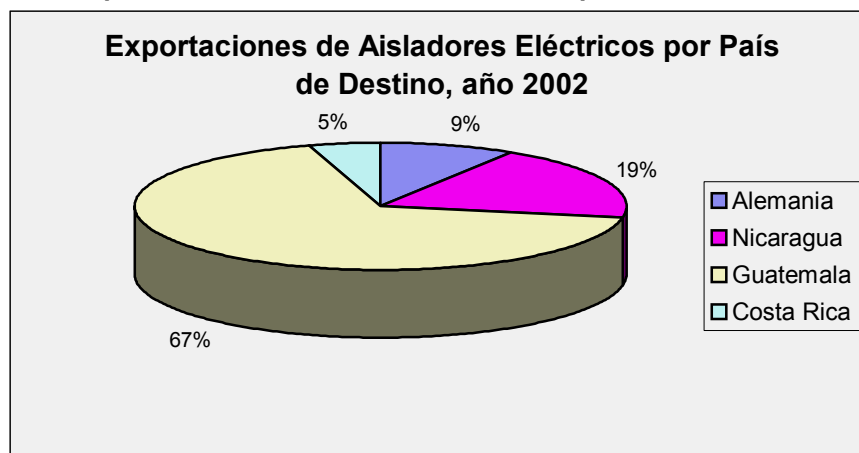
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Los niveles de exportación de El Salvador en este sector son bastante bajos, generando grandes variaciones y percepción de inestabilidad en el manejo de las exportaciones del país. Este comportamiento no solamente es reflejo de los bajos volúmenes sino de la inestabilidad presentada en las importaciones durante el 2000 y el 2001, representando variaciones importantes no solamente en el manejo de los inventarios sino en el manejo que se le dio a la informalidad que se le dio al comercio internacional respecto a este sector. Esto significó a los comerciantes locales reevaluar sus políticas de rotación de inventario generando caos en el manejo del producto con el impacto respectivo en la bendecía exportadora.¹³

Las exportaciones de Aisladores Eléctricos y sus partes tienen como destino principal Guatemala con 67% del total exportado

¹³ Los datos reportados corresponden a datos estadísticos del SIECA “Secretaría de Integración Económica Centro Americana”. Para tendencias con tendencias consistentes es preciso hacer un análisis regional del comportamiento del sector.

Gráfica 38. Exportaciones de Aisladores Eléctricos por País de Destino, año 2002



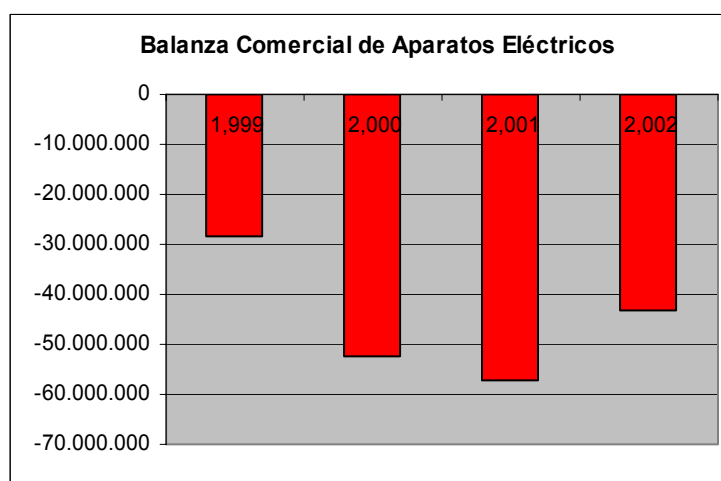
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Como se puede observar en la gran mayoría de productos, las reexportaciones entre los países de Centroamérica son muy comunes, desarrollándose mercados alternativos como Australia, China, Austria entre otros. Es importante tener presente que cuando se habla de exportaciones de estos productos, no se habla de grandes volúmenes y por consiguiente el número de países destino es igualmente reducido.

2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL

A pesar del volumen de exportaciones de El Salvador, su escasa producción local impide que su Balanza Comercial sea positiva, dejando constantes déficit en el comportamiento del sector. Siendo consistentes con lo observado hasta el momento, El Salvador es un país netamente importador.

Gráfica 39. Balanza Comercial de EL Salvador sector Aparatos Eléctricos



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

2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – EL SALVADOR

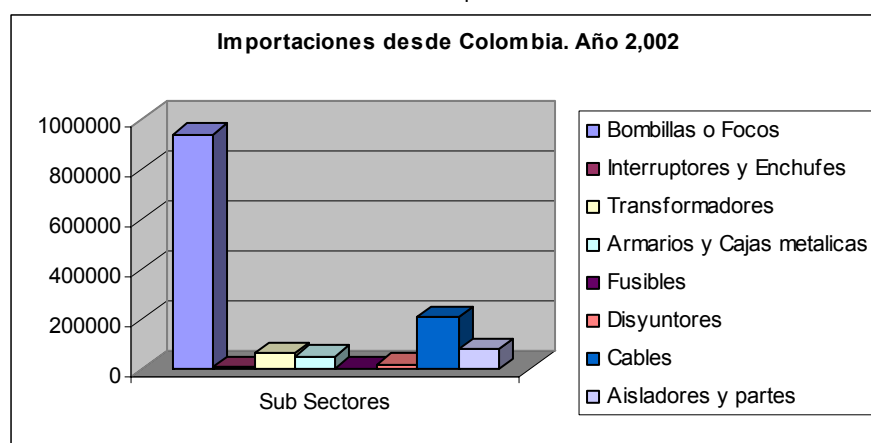
A pesar de los mínimos volúmenes de producto que de El Salvador se exportan a Colombia en este sector, efectivamente existe comercio bilateral como se aprecia en las siguientes gráficas y tablas.

Tabla 4. Importaciones en El Salvador procedentes de Colombia, en US\$

en US\$	Importaciones desde Colombia			
	1.999	2.000	2.001	2.002
Bombillas o Focos	156.348	443.537	832.414	943.027
Interruptores y Enchufes	93,212	14,362	9,269	5,931
Transformadores	12,629	316,290	36,271	62,692
Armarios y Cajas metálicas	1,051	611	28,416	51,048
Fusibles	4,369	11,586	24,535	805
Pararrayos	0	0	0	0
Disyuntores	0	11,631	0	18,649
Cables	36,156	226,940	171,475	209,164
Aisladores y partes	4,699	6,482	36,919	79,656
TOTAL	308.464	1.031.439	1.139.299	1.370.972

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

Gráfica 40. Importaciones procedentes de Colombia sector Aparatos Eléctricos, año 2002 en US\$



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

Como evidencia la siguiente tabla solamente se exportó hacia Colombia Bombillas y focos en el 2002, así como Transformadores y Cables en el año 2002

Tabla 5. Exportaciones de El Salvador hacia Colombia en US\$

	Exportaciones a Colombia			
	1999	2000	2001	2002
Bombillas o Focos	0	33.556	0	0
Interruptores y Enchufes	0	0	0	0
Transformadores	0	0	0	179
Armarios y Cajas metálicas	0	0	0	0
Fusibles	0	0	0	0
Pararrayos	0	0	0	0
Disyuntores	0	0	0	0
Cables	0	0	0	39
Aisladores y partes	0	0	0	0

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

El gobierno local no desarrolla planes de ayuda para el desarrollo de la industria local, enfocando todos sus esfuerzos en desarrollar mecanismos facilitadores y legislaciones atractivas para la atracción de la inversión extranjera.

Uno de los focos principales del gobierno es el desarrollo de industrias para incrementar el poder económico en la región, aumentar la generación de empleo y maximizar su potencial exportador. Para tal fin, se encuentran en proceso algunos planes para desarrollar el denominado proyecto “Canal Seco” cuyos objetivos principales son agilizar el transporte de carga entre San Salvador y Puerto Cortes (Honduras) y generar una alternativa de movilización de carga por tierra para hacer trasbordo de la mercancía de busque que atracan en el océano pacifico pero cuyo destino son los países suramericanos y europeos.

Ahora bien, es argumentado por los industriales y comerciantes salvadoreños que a pesar del tamaño de su mercado local, la región constituye un atractivo para los mercados exportadores, y que su situación geográfica es un potencial para la distribución regional de los productos.

2.2. CARACTERISTICAS DE LA DEMANADA

En este punto se presenta una descripción de quiénes son los consumidores finales de los diversos productos del sector Aparatos Eléctricos. Se presenta la información por separado para los dos subsectores, línea comercial y línea industrial. Así mismo, se ofrece al lector un detalle del comportamiento de estos consumidores. El objetivo es que el fabricante pueda conocer quién y cómo es el consumidor final para establecer cuáles son los productos que se adecuan al mercado.

2.2.1. DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO POR SEGMENTOS

Este sector específicamente se divide en dos grandes líneas de consumo que se subdividen a su vez en ramificaciones que explican su comportamiento.

La línea comercial, en donde el 100% del mercado se concentra en las entidades distribuidoras de energía de El Salvador, las cuales se encargan del desarrollo y mantenimiento de la infraestructura eléctrica del país, demandando productos industriales de acuerdo a sus necesidades.

La línea comercial, se compone básicamente de clientes industriales, constructores y consumidores finales teniendo como descripción las siguientes características:

- Clientes Industriales y/o constructores, son entidades que demandan ciertas cantidades de producto y quienes de acuerdo al volumen requerido se han convertido en importadores directos o en clientes preferenciales de cadenas ferreteras importantes quienes a su vez son importadores directos, distribuidores y detallistas. También, recurren a representantes locales que los proveen de los productos necesarios evitando la intermediación con repercusiones positivas en el precio de los productos.
- Consumidores finales, que de acuerdo a su estratificación acuden en busca de productos que son comprados por unidades ya sea en cadenas ferreteras o en ferreterías independientes, canales típicos de comercialización de esta línea de productos.

Ahora bien, el mercado se distribuye de igual manera en las diferentes líneas de productos, existiendo algunos pocos importadores de productos de la línea Industrial y una amplia variedad de importadores de la línea comercial, productos que por su naturaleza necesitan de complejas redes de distribución para colocar el producto al alcance de la mano de los consumidores o clientes.

2.2.1.1. LÍNEA COMERCIAL

En el mercado salvadoreño, existe una gran variedad de consumidores que adquieren productos de la línea comercial, a continuación se hace una caracterización de cada uno de éstos. La caracterización de los consumidores que se presenta a continuación se elaboró a partir de información obtenida de las entrevistas a los distribuidores y detallistas.

Electricistas: Esta conformado por aquellas personas que poseen algún grado técnico o grado superior en electricidad. Estos compradores por lo general adquieren todos los productos en estudio. Su campo de trabajo son proyectos

grandes cuando se tratan de construcción de viviendas, centros comerciales o industria. Medianos cuando se trata de centros comerciales pequeños o proyectos habitacionales pequeños y Pequeños cuando se trata de trabajos de proyectos personales y que por lo general se dan en casas residenciales particulares. Estos profesionales por lo general trabajan subcontratados para la electrificación de proyectos de diversa envergadura y por su alto grado de profesionalismo son muy independientes en sus decisiones de compra.

Albañiles. Esta conformado por las personas que se dedican a la construcción de obras de pequeña magnitud, los cuales no poseen ningún tipo de estudio, solamente su experiencia y conocimiento práctico en construcción. Son una fuente importante de información, ya que ellos también son subcontratados por contratistas que han ganado proyectos grandes y medianos. Por lo general, no se encargan de las compras, pero si se encargan de expresar lo que necesitan para las necesidades de los proyectos, debido a que son los ejecutores de las obras de acuerdo a las especificaciones técnicas de los contratistas.

Maestro de Obras: Esta conformado por las personas que se dedican a la dirección de una obra de pequeña o mediana magnitud, estos por lo general no poseen ningún tipo de estudio y se basan en sus experiencias y conocimientos prácticos, aunque algunos puedan tener un grado de estudio básico. El maestro de obra tiene la facultad de hacer los requerimientos de las necesidades de materiales y de sus especificaciones de acuerdo a los requerimientos de calidad de los proyectos

La Industria: Esta conformada por las empresas que se dedican a la rama de industria, estas empresas por lo general adquieren productos de tipo industrial pero en algunas oportunidades y en menor proporción adquieren tomas corrientes e interruptores de menor voltaje (línea comercial) bombillas de incandescencia (principalmente lámparas Fluorescentes) y fusibles.

Constructoras: Este mercado esta conformado por las empresas que se dedican a la construcción de bienes inmuebles, edificios, centros comerciales y toda obra relacionada con la construcción. Este mercado es el de mayor desarrollo y potencial debido los volúmenes de sus compras y la frecuencia con que requieren materiales de diversa índole. Algunas empresas constructoras optan por realizar licitaciones aunque son pocas las que realizan este método, la mayoría de empresas lo hacen a través de cotizaciones de cada una de las empresas detallistas o distribuidoras de aparatos eléctricos, llegando algunas veces hasta la importación directa. Estas Empresas constructoras realizan la compra de Tomas corrientes, Interruptores, portalámparas, bombillas de incandescencia, fusibles y pilas secas, entre otros. A pesar del tamaño del las obras, las acometidas y la distribución de la energía la llevaba cabo las distribuidoras de energía locales o regionales (departamentos).

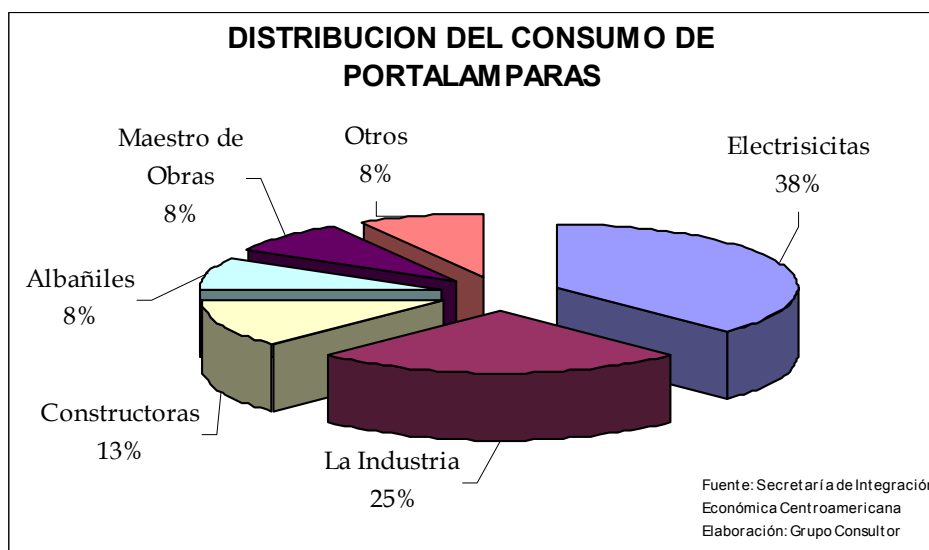
Comprador en general: En este punto están incluidos los padres de familia, las amas de casa o simplemente las personas que no pertenecen a los compradores mencionados anteriormente, este se considera un mercado menor, y por lo general estas compradores adquieren los productos (tomas corrientes, interruptores, fusibles y portalámparas) porque se están realizando algún tipo de arreglo eléctrico o construcción en viviendas de su propiedad.

Demanda de Portalámparas

En cuanto al mercado de Portalámparas en El Salvador, existen dos tipos de líneas: Portalámparas para Bombillas ya sea de porcelana o Baquelita y Portalámparas para lámparas fluorescentes con 2 pines. Las primeras son normalmente instaladas en casas u hogares, es decir que son para uso residencial, mientras que las que son para lámparas fluorescentes son instaladas normalmente en oficinas y comercios. En este tipo de producto, la compra esta en función del comprador entre los cuales se encuentran los albañiles, maestros de obra y/o electricistas. También puede estar en función del propietario de la vivienda, el cual requiere generalmente calidad, diseño y economía.

Como se observa en la siguiente gráfica, el principal consumidor de portalámparas son los electricistas (38%), seguido por la industria (25%) y constructoras (13%), concentrando estos tres, el 76% de la demanda.

Gráfica 41: Distribución del Consumo de Portalámparas

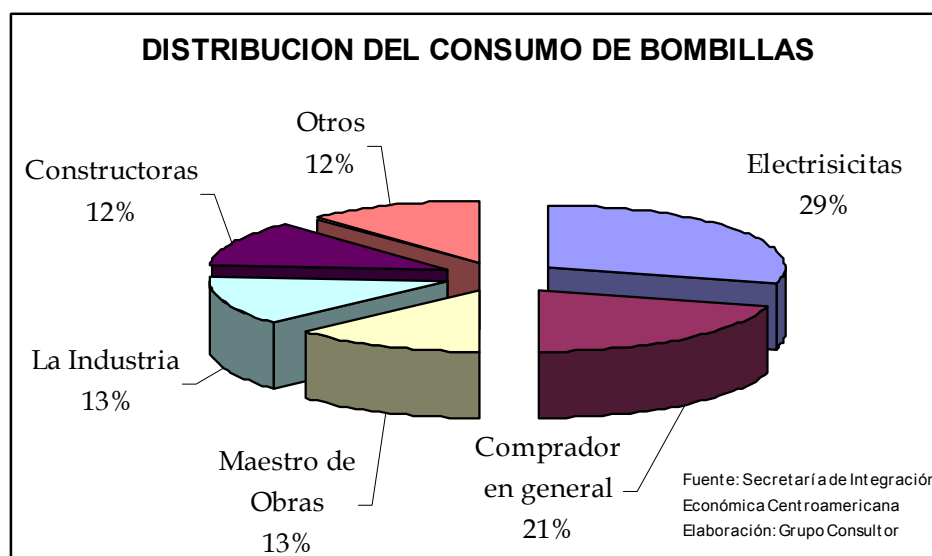


Demanda del consumo de Bombillas

En el mercado Salvadoreño se encuentra una gran variedad de Bombillas que se pueden clasificar en: incandescentes, ahorrativas, lámparas fluorescentes y decorativas que buscan satisfacer los diferentes gustos y necesidades. Estas se hallan en una gama variada de precios, de acuerdo a los diferentes tipos de consumidores. Las bombillas de incandescencia en la actualidad están siendo reemplazadas por las bombillas de tono suave, conocidas como “softone” y por las bombillas ahorrativas.

Como se puede observar en la siguiente grafica, los electricistas son los principales compradores de este producto con una participación del 29%, seguido por el comprador común con un 21%, maestros de obras con un 13%, concentrando entre estos el 63% de la demanda. Se conoció que el comprador en general prefiere las bombillas tradicionales ya que no cree en el ahorro energético que ofrecen las incandescentes. En cambio los electricistas sí conocen claramente estos beneficios.

Gráfica 42: Demanda del Consumo de Bombillas, año 2.003



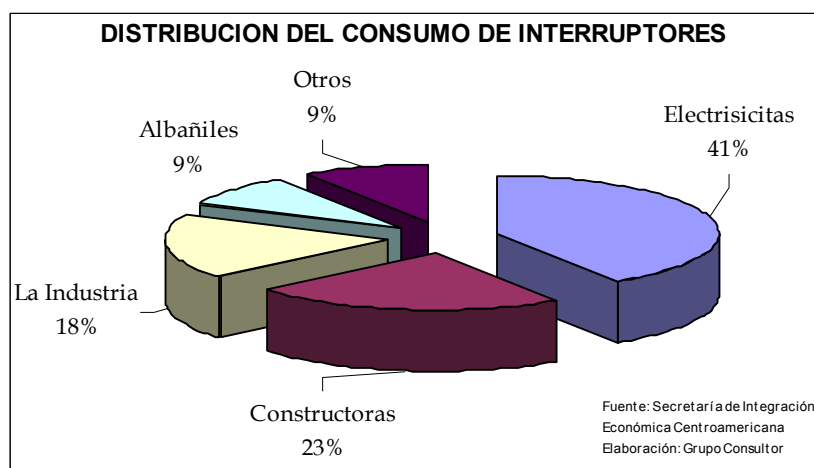
Demanda del consumo de Interruptores

Dentro del mercado de Interruptores en El Salvador, al igual que en el caso de los toma corriente, existe una variedad de tipos, líneas y diseños. Se clasifican en cuatro grandes rubros: Interruptores unipolares sencillo, doble y triple con luz piloto o sin luz piloto; Interruptores bipolares sencillo, doble y triple con luz piloto o

sin luz piloto; Interruptor sencillo con Toma Corriente unipolar con luz piloto o sin luz piloto, e Interruptores magneto térmico sencillo o diferencial.

Como se observa en la siguiente gráfica, el principal consumidor de interruptores son los electricistas (41%), seguido por las constructoras (23%) y la industria (18%), concentrando estos tres el 82% de la demanda.

Gráfica 43: Demanda del Consumo de Interruptores, año 2.003

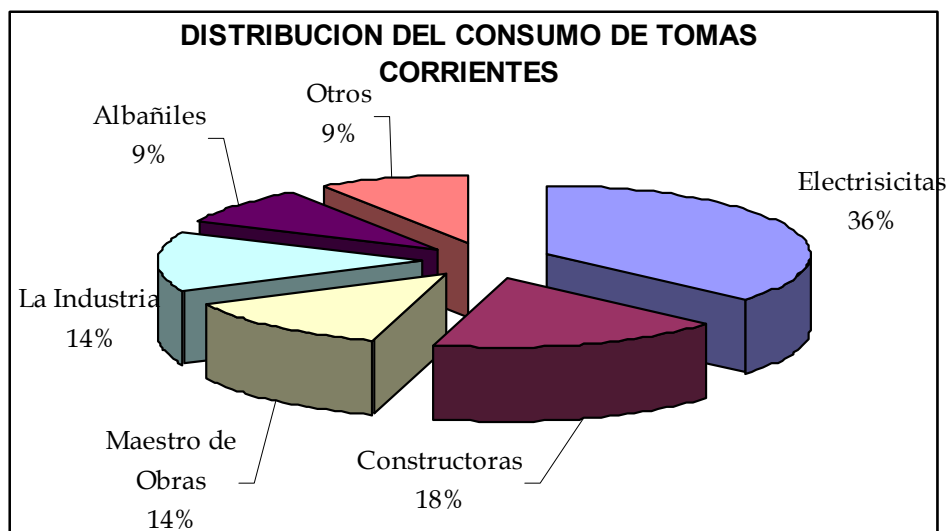


Demanda del consumo de Toma Corrientes

Dentro del mercado de tomas corrientes en El Salvador, existe una gran variedad de tipos y diseños, estos se clasifican en tres grandes tipos de producto: Toma corriente sencillo, Doble y triple; Toma corriente polarizados sencillo, doble y triple; y Toma Corriente con Interruptor sencillo y polarizado

Como se observa en la siguiente gráfica, el principal consumidor de toma corrientes son los electricistas (36%), seguido por las constructoras (18%) y los maestros de obras (14%), concentrando estos tres el 68% de la demanda. Se conoció que en toma corrientes no hay relación entre los tipos de producto y los diversos compradores, es decir que los tomacorrientes triples son igualmente demandados por constructoras, electricistas o compradores en general. Esto se debe a que cada uno busca adquirir el toma corriente que se adecue a las necesidades del ambiente donde vaya a ser instalado.

Gráfica 44: Distribución del Consumo de Tomas Corrientes, año 2003



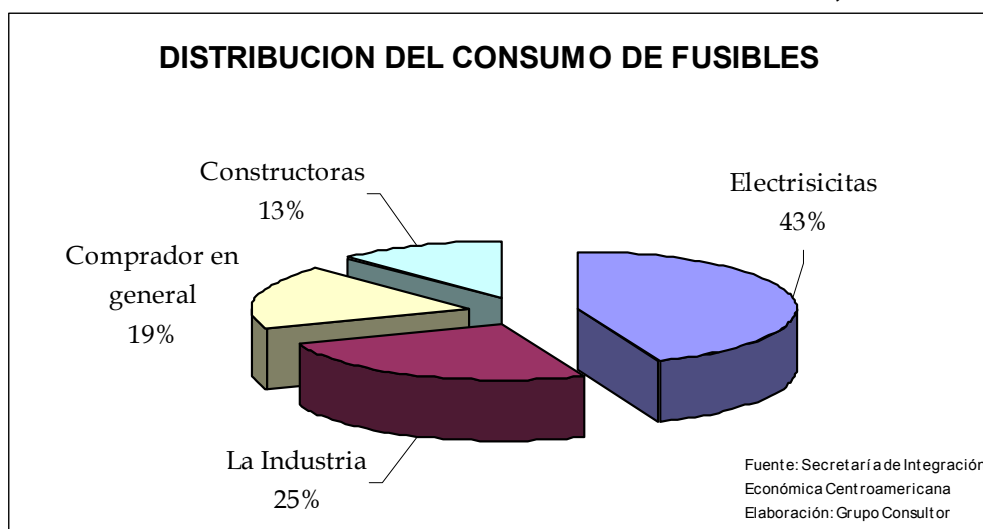
Distribución del consumo de Fusibles

Dentro del segmento de productos fusibles, se identificaron de diferentes tipos y para distinto fin como: para uso Industrial, para uso comercial y para automotores. Estos fusibles están divididos de la siguiente manera: fusibles de 1 amperio, de 5 amperios, 7.5 amperios, 10 amperios, 12.5 amperios, 15 amperios, 20 amperios, 25 amperios, 35 amperios, 50 amperios, 125 amperios y para uso Industrial.

En la actualidad los fusibles para el uso comercial han venido siendo desplazados por los de fusibles incorporados en los bombillos de lámparas fluorescentes. Estas lámparas tienen un dispositivo que absorbe la energía sobrante o se funde en caso de oscilaciones extremas de la electricidad, siendo fácilmente reemplazado.

Como se observa en la siguiente grafica, el principal consumidor de fusibles son los electricistas (43%), seguido por la industria (25%) y el comprador en general en un 19%, concentrando estos tres el 87% de la demanda.

Gráfica 45: Distribución del Consumo de Fusibles, año 2.003



2.2.1.2. LÍNEA INDUSTRIAL

En este tipo de línea de aparatos eléctricos los principales usuarios son las empresas distribuidoras de energía eléctrica, para el caso CAESS, Del SUR, CLESA, AESS, ETESAL, cuya caracterización se presenta a continuación. Este tipo de empresas realizan sus compras a través de licitaciones, por lo que se presenta el proceso de licitaciones (ver anexo No. 1) que se aplica en El Salvador, el cual está contemplado en la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública y puede ser consultada en los siguientes vínculos:

Ministerio de Hacienda:

http://www.mh.gob.sv/mh_2002/leyes/formato_html/compras/Adquisiciones_y_Contrataciones_de_la_Admon_Publica.html

Cámara de Comercio de El Salvador:

<http://www.camarasal.com/leyespdf/LEY%20DE%20ADQUISICIONES%20Y%20CONTRATACIONES.pdf>

Empresas generadoras de Energía en el Salvador

- **CECSA** Compañía Eléctrica Cucumayan S.A.
- **CEL** Comisión Ejecutiva Hidroeléctrica del Río Lempa
- **GESAL** Geotérmica Salvadoreña S.A. de C.V.
- **DUKE** Duke energy internacional
- **DE Matheu** Hidroeléctrica sociedad de Matheu y Cia. de C.V.
- **EEN** Empresa eléctrica del Norte
- **Sensunapan** Sociedad Hidroeléctrica Sensunapan S.A. de C.V.

Empresas distribuidoras de Energía en el Salvador

- **CAESS Compañía de Alumbrado Eléctrico de el Salvador**
Empresa dedicada a la distribución y comercialización de energía eléctrica en la zona centro-norte de El Salvador. A través de su subsidiaria “Deusem” también brinda servicios en la región sureste del país. Es 75.11% propiedad de El Salvador Energy Holdings (ESEH), subsidiaria de AES Corp. El 24.89% restante está en manos de empleados, la CEL e inversionistas privados.
- **AES CLESA Compañía de luz Eléctrica de Santa Ana y Cia. S en C de C.V.**
Empresa dedicada a la distribución y comercialización de energía eléctrica en la zona occidental del país. Es propiedad de la empresa americana AES Corp.
- **DELSUR Distribuidora de Electricidad del Sur**
Empresa salvadoreña dedicada a la distribución y comercialización de energía eléctrica en la zona centro-sur del país. Es 80.47% propiedad de Electricidad de Centroamérica, S.A. de C.V. (ECA), subsidiaria de Pennsylvannia Power Light Corporation (PPL).
- **EEO Empresa Eléctrica de Oriente**
EEO es una empresa dedicada a las actividades de distribución y comercialización de energía eléctrica en la zona oriental de El Salvador. Es 89.11% propiedad de El Salvador Energy Holdings (ESEH), subsidiaria de AES Corp. El 10.89% restante está en manos de empleados, la CEL e inversionistas privados.
- **DEUSEM Distribuidora Eléctrica de Usulután, sociedad de economía mixta**
Deusem es una empresa distribuidora y comercializadora de energía eléctrica en la zona suroriental de el Salvador. Es propiedad de la empresa americana AES Corp.

2.3. DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES

El mercado de aparatos Eléctricos consta en su mayoría de productos importados, ya que no existe una producción nacional fuerte; la aceptación por parte del comprador de las marcas extranjeras es sumamente marcada, de acuerdo a información suministrada por los comercializadores y que es soportada por el origen de las importaciones. Comportamiento que se da no solamente en este sector, sino también en otros sectores de la economía salvadoreña.

Los productos importados han logrado un gran reconocimiento en El Salvador, generando expectativas favorables en su consumo a pesar de la situación microeconomía que se presenta, ya que aunque la economía ha crecido, no se han logrado los niveles de inversión extranjera esperados. Se estimaba que para finales del 2003 y principios del 2004 El Salvador contara con una de las mejores infraestructuras viales de Centroamérica y un fuerte sector de telecomunicaciones tanto en red fija como en red móvil que incentivarán la inversión en el país. Esto ha venido sucediendo mediante visibles mejoras de la infraestructura vial y de comunicaciones; sin embargo, aun existen proyectos por desarrollar como es el caso del Canal Seco y la modernización de los puertos salvadoreños.

Por su parte, el consumidor salvadoreño con el paso del tiempo, ha tomado más conciencia sobre el concepto de calidad y de la relación costo beneficio. Este comportamiento, ha generado una mayor aceptación de los productos importados representados por empresas que a la luz de su experiencia, se hacen responsables por dar soporte y respetar la garantía de los productos por ellos comercializados. El consumidor salvadoreño reconoce que el comprar productos importados en lugares reconocidos garantiza la calidad de los productos ó e reembolso del dinero en caso de falla.

Adicionalmente, la presencia de marcas internacionales reconocidas hace que la confianza e inclinación hacia los productos importados sea aun mayor que la preferencia por los productos locales, muchas veces a costa de diferencias en precio.

La eliminación de los aranceles para los países pertenecientes al Mercado Común Centroamericano, hace de los productos de la región una opción atractiva para los importadores, quienes encuentran en ellos calidad pero sobretodo menores precios. De otros países ajenos al área centroamericana se importa producto con percepción de mayor calidad como es el caso de Estados Unidos, y de países mas alejados como China y Taiwán, quienes ofrecen productos de menor calidad que los anteriores pero con beneficios significativos en precio.

En el caso de la economía familiar, los compradores han entrado a racionalizar sus compras. Los bombillos normales consumen mucha energía, por tanto el bolsillo de las personas se ve más afectado, la entrada al mercado de bombillos ahorradores de energía ayudan al bolsillo de los salvadoreños a ahorrar, aun cuando su precio es cerca de 10 veces superior al de los productos convencionales. Aun así, el mercado de este tipo de productos se ha desarrollado y viene ganando relevancia sistemáticamente.

Las características del comprador salvadoreño para los aparatos eléctricos son las siguientes:

- Le interesa mucho el país de procedencia del producto, mientras proceda de país desarrollado como Estados Unidos mejor es la calidad del producto. Aun

mas, toda vez el producto sea del exterior se percibe como de mejor calidad que el hecho en El Salvador

- En cuanto a marcas, no tiene preferencias marcadas, sobre ellas prevalece la preferencia por el país de origen. Sin embargo, tiene preferencia por aquellos productos con certificación ISO 9000
- Sin embargo en el transcurso de los últimos 10 años, acentuándose desde 1998, ha habido una clara orientación a preferir menores precios en el mercado, aun implicando esto que los consumidores no aceptan menor duración o menor calidad de los productos mas económicos, pero si exigiendo mayor calidad y duración en los productos costosos.
- En cuanto al punto de venta, el salvadoreño y en general el centroamericano se mantiene fiel a los establecimientos en donde encuentre todo lo que esta buscando, siendo relevante también los sitios que manejen el concepto de producto ofertado que le ayude a generar ahorro.

De acuerdo a la ubicación de los puntos de venta, los detallistas distribuyen los productos, acercándolos a las posibilidades económicas de los salvadoreños. Esta situación es reconocida por los diferentes estratos socioeconómicos, por lo cual frecuentemente los consumidores ya sean en búsqueda de mayor calidad o menores precios, según sea el caso, se desplazan a otras zonas de la ciudad para satisfacer sus necesidades particulares.¹⁴ El consumidor se ha vuelto mas experto y busca apropiadas relaciones costo-beneficio, logrando diferencias el producto “inservible” de las diferentes posibles opciones.

En el mercado salvadoreño los productos importados para la línea comercial son valorados por sus características propias, las cuales determinan la decisión que el cliente/consumidor ha de tomar:¹⁵

- **Calidad:** Los consumidores buscan productos con alta calidad y en la mayoría de casos están dispuesto a pagar un poco más por tener productos que les brinden seguridad que están adquiriendo un producto bueno.
- **Marca:** Marcas reconocidas generan mayor confianza entre la población, siendo difícil la aceptación de nuevas opciones. Solamente bajo procesos de “word of mouth” o recomendación personal, la penetración de nuevos productos al mercado se hace menos difícil. Productos que representen un mayor valor “visualmente hablando” generan curiosidad en el consumidor otorgándole el beneficio de la duda aun sin garantizar su adquisición.
- **Variedad:** Los consumidores buscan encontrar en el mercado gran variedad de productos y opciones en cuanto a forma, tamaños, colores, diseños, etc. Los productos importados cumplen

¹⁴ Existen 4 clases sociales descritas por la Dirección General de Estadísticas y Censos, las cuales son Clase alta 20% de la población total, clase media 20%, clase baja 30% y clase marginal 30%
Fuente IUDOP, Instituto de opinión pública de la UCA

¹⁵ Información obtenida de entrevistas a distribuidores

generalmente con estas expectativas, debido principalmente a las diversas opciones que los fabricantes internacionales lanzan al mercado para satisfacer diferentes segmentos de la población. Al contrario de las industrias locales quienes en su mayoría desarrollan productos estándar y bajo escasas líneas de producción.

- **Precio:** Aunque el precio es un factor decisivo en el momento de la compra, el consumidor se ha concientizado que lo barato algunas veces sale caro, prefiriendo para algunos casos invertir mayor cantidad de dinero por obtener beneficios adicionales.

La periodicidad de compra de ésta línea se diferencia de acuerdo a los productos y a los estratos sociales existentes. Es así como en los estratos altos, la compra de bombillas se realiza en los supermercados (amas de casa), mientras que los destinados al uso industrial o comercial se adquieren en ferreterías o por medio de distribuidores. Los demás aparatos eléctricos se compran en ferreterías generalmente debido a su baja rotación en las góndolas de los supermercados y por la baja experiencia y conocimiento que las amas de casa tienen de estos productos. Adicionalmente, tanto en hogares como en industria y comercio, generalmente existen inventarios que permiten reemplazar la bombilla de manera inmediata sin tener que recurrir a detallistas o distribuidores. Las industrias y comercios más grandes mantienen niveles bajos de inventario de estos productos para subsanar cualquier eventualidad en el menor tiempo posible.

En los estratos bajos, la compra se realiza por impulso en el momento en que se haya fundido el bombillo, se hayan dañado los fusible o cualquier otro aparato eléctrico. La compra se realiza generalmente en pequeñas ferreterías cercanas al lugar de residencia o trabajo, adquiriendo la mínima cantidad necesaria para satisfacer sus necesidades inmediatas.

En cuanto a la línea industrial, los aspectos que se analizan son los siguientes¹⁶:

- **Calidad:** Es el factor más importante para la decisión de compra ya que los consumidores industriales son los encargados de la distribución de la energía eléctrica, por tal razón, deben contar con productos de muy alta calidad
- **Garantías:** Lo relacionan directamente con el servicio posventa y esperan que el proveedor este dispuesto a escuchar sus dudas y a solucionar los inconvenientes que se puedan presentar. En los procesos de negociación, siempre el comprador busca obtener, sin recargos, mayores extensiones de tiempo en la garantía de los productos que compra.¹⁷

¹⁷ Del Sur (Ingeniero Mario Molasco: Distribuidora de Energía de El Salvador)

- **Innovación:** Hace referencia a la buena percepción que generan desarrollos tecnológicos, nuevos diseños, tamaños y funcionalidades de los aparatos. Esto representa para los compradores mayores índices de inversión en desarrollo y elevados niveles de tecnificación.
- **Precios:** Es un factor relevante pero no es la variable decisiva de la compra. El reemplazo de piezas eléctricas por mala calidad es sumamente costosa para las empresas generadoras o distribuidoras de energía eléctrica, optando generalmente por el uso de productos reconocidos históricamente “marca” y con adecuados niveles de garantía. Esto justifica el precio, el cual de otra manera se vería sacrificado por reposiciones y por la utilización de personal entrenado para realizar el mantenimiento de las redes, acometidas, etc.
- **Tiempos de Entrega:** Debido al alto valor de los productos de la línea industrial, al espacio demandado para su almacenamiento y la incertidumbre de su duración (aunque existen estimaciones), hace que las empresas generadoras y distribuidoras de energía busquen mantener mínimos inventarios de reposición, siendo necesario contar con proveedores aptos para reaccionar en tiempos record. Productos con representación y soporte local son mejor percibidos, aceptados y utilizados que las que no lo tienen. Este fenómeno genera ventajas competitivas vs. productos provenientes de países asiáticos e incluso de Estados Unidos.

Como se menciona anteriormente, el manejo de inventarios por parte del consumidor es mínimo por las razones expresadas con anterioridad. Las compras mas grandes se realizan por el desarrollo de nuevos proyectos, manteniéndose constante la compra de productos para llevar a cabo el mantenimiento de las redes eléctricas.

Al igual que como sucede en países con grandes diferencias sociales, el comportamiento del consumidor final es similar dependiendo de su capacidad adquisitiva.

Por otra parte, el comportamiento de los clientes corporativos presenta diferencias significativas versus países con desarrollo industrial, debido a la facilidad y rapidez en el abastecimiento en caso de cualquier falla, ante las cuales la respuesta seria inmediata. Por esta razón, las empresas, industrias y distribuidoras de energía salvadoreñas, llevan acabo procesos de análisis de contingencias que les permita actuar responsablemente con los objetivos financieros y de negocio de sus compañías.

2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES

La globalización de las economías y del mercado han traído como consecuencia lógica que la competitividad sea necesaria medirla versus las empresas de talla mundial, conquistadoras de mercados, con alto potencial de exportación pero sobretodo con diferencias significativas relevantes para los mercados.

De esta manera, en el mercado existe no hay preocupación por la consecución de nuevos mercados, sino por la pérdida de los nichos que las industrias salvadoreñas han encontrado para satisfacer sus necesidades exportadoras. La firma del TLC no preocupa a El Salvador, pues los principales jugadores están definidos y más que problemas seguramente traerá beneficios para el desarrollo del comercio local. El punto que más preocupa es la pérdida de la competitividad vs gigantes que sin duda tenderá a abarrotar los mercados de productos que en la actualidad están abastecidos por El Salvador.

A pesar de los beneficios generados para incentivar la inversión en el país, los tratados comerciales con países firmados con anterioridad tendrán vigencia y garantizarán mejores condiciones que las diseñadas para atraer inversionistas de otras partes del mundo.¹⁸

Por otra parte, China, quien durante los últimos 5 años ha venido fortaleciendo su industria y ha considerado Centroamérica como un potencial de mercado importante, constituye una seria amenaza no solamente para la industria local sino para otros países exportadores que tienen como cliente a El Salvador y al resto de países centroamericanos.

Grandes cadenas ferreteras como Freund, Gold Tree y Vidrí argumentan importar grandes cantidades de producto de China, manteniendo los países vecinos o cercanos como apoyo en caso de fallas o necesidades no satisfechas por los proveedores asiáticos.

2.5. CONCLUSIONES DE COMPOSICION Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO.

La composición, comportamiento, consumo y expectativas del consumidor van de acuerdo al nivel de conocimiento que de los productos se tenga; es decir, que para el caso de aparatos eléctricos, el único producto de conocimiento generalizado y que no requiere de preparación técnica para su adquisición y uso son las bombillas. A diferencia de los demás aparatos que requieren de un conocimiento técnico debido a sus necesidades de instalación diferenciando de esta manera los productos, los canales de comercialización y los diferentes tipos de compradores.

¹⁸ Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (Roxana Iraheta de Rauda: Gerente de Comercio Internacional e Inversiones).

A pesar de la identificación de diferentes tipos de compradores como electricistas, albañiles, industrias, comercio, etc., el requerimiento de personal especializado que recomiende la compra, las cantidades, las especificaciones y la marca es por regla una necesidad del mercado. Es así como los electricistas y otros expertos en electricidad se convierten en los principales motores que impulsan o detienen el crecimiento de productos y marcas.

La muy escasa penetración de la industria local en la diversidad del mercado de aparatos eléctricos ha desencadenado el desarrollo progresivo de marcas internacionales que además de contar con una amplia variedad de productos no presentan mayores índices de competencia. Tal es el caso de Bticino y Águila, productos que en interruptores, enchufes y fusibles son líderes absolutos del mercado.

Unas claras estrategias de penetración del mercado, un trabajo de correo directo y un adecuado nivel de distribución y abastecimiento darían cabida a productos competencia de los mencionados anteriormente. Por su parte, las bombillas ahorradoras de energía mejor posicionadas son las Philips y las General Electric (Estados Unidos), disponibles en la mayoría de ferreterías dados sus altos niveles de aceptación y credibilidad.

A pesar que el árbol de decisión de los consumidores/clientes difiere en la priorización de las variables a ser consideradas, queda claro que la experiencia o uso continuo de ciertos productos genera fidelidad de marca en el consumidor salvadoreño, dificultando la penetración de productos que carezcan o posean mínimos niveles de estrategia de penetración y posicionamiento.

Se espera que el mercado no cambie radicalmente en su comportamiento interno durante los próximos 5 años, pues a pesar de los TLC, El Salvador siempre ha estado influenciado por productos provenientes del exterior y sobretodo por marcas reconocidas de origen americano. La situación de consumo y la preferencias por los productos americanos es una situación que mas allá de los beneficios adicionales de productos alternativos, es una situación cultural que los salvadoreños han vivido durante las ultimas décadas.

La calidad será un factor primordial basado en el precepto de la relación costo-beneficio que comienza a visualizarse sobretodo en bombillas y en productos de costo superior como transformadores, siendo preferidos productos un poco más costosos pero con mayores proyecciones de vida útil.

Es importante mencionar como conclusión de este capítulo, que el gobierno salvadoreño, ante el escaso desarrollo de sus industrias locales, ha venido desarrollando facilidades de inversión en el país sobretodo para inversionistas extranjeros, proveyendo facilidades de radicación en el país, flexibilidad del uso de las zonas francas, agilización en los procesos de registros legales para funcionar en el país, etc.¹⁹

¹⁹ Para profundizar en la información refiérase a la Pagina Web www.elsalvadorworks.com

3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En este capítulo se presenta una caracterización de las empresas fabricantes de Aparatos Eléctricos que se venden en El Salvador. Adicionalmente se presenta la participación de mercado por marca y las estrategias de mercadeo que utilizan.

3.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA

Debido a que las empresas locales fueron descritas anteriormente, éste análisis de empresas competidoras se referirá a los productos importados comercializados en El Salvador.

Los productos comercializados en El Salvador presentan una peculiaridad generada precisamente por la escasa producción local y por la concentración del poder detallista en unas pocas manos. Esto significa que los grandes grupos comerciales de El Salvador, los cuales son propietarios de las principales cadenas ferreteras del país tienen el poder para posicionar una marca en el mercado o simplemente impedirle su entrada. Es así como las grandes cadenas han decidido manejar amplias variedades de producto en categorías en donde sus ventas dependen del gusto y de la apariencia de los productos; sin embargo, en el sector de aparatos eléctricos, existe una alta concentración de mercado, el cual esta repartido entre no mas de dos o tres diferentes alternativas/marcas diferentes con lo cual se satisfacen las necesidades del mercado local.

3.1.1. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS

De acuerdo con el desarrollo industrial de la región, la distribución de las plantas productivas en el sector de aparatos eléctricos es muy diversa de acuerdo al producto del que se trate. Es así como para el caso de Bombillas, las importaciones provienen de Colombia, Estados Unidos y China en una gran proporción. Los tomacorrientes y enchufes son desarrollados en Costa Rica en su casi totalidad, mientras que los aparatos que demandan mayor nivel de tecnología como los transformadores, son preferidos generalmente de Estados Unidos debido a que la calidad percibida, el respaldo y el conocimiento de la marca respaldan la confianza en ellos depositada. En lo que respecta a cables, a pesar de la presencia de Conducal en el mercado salvadoreño, la demanda de estos productos es cada vez mayor, presentándose importaciones desde Costa Rica y otros países de la región latinoamericana.

Aquellos productos con requerimientos de nivel medio de tecnificación son adquiridos indiferentemente por los importadores pues no es mayor la inversión, el respaldo está al alcance de la mano y no requiere de altos estándares de tecnificación para su producción.

Por su parte, la distribución en El Salvador es sumamente sencilla debido a las cortas distancias que hay que recorrer para abastecerse de los productos necesarios, existiendo centro de acopio como son las ciudades de San Miguel y Santa Ana, quienes frecuentemente abastecen ciudades y negocios de menor envergadura. Estas ciudades debido a su importancia, mantienen presencia de diferentes negocios entre los cuales se encuentran mayoristas, detallistas, grandes ferreterías entre otros, ofreciendo similares productos que los establecimientos ubicados en San Salvador.

Línea comercial

Las empresas comercializadoras de aparatos eléctricos línea comercial, que poseen gran tamaño, solidez y que abarcan diferentes líneas de productos de ferretería, jardinería o de consumo masivo son en su orden Freund, Goldtree y Vidrí, seguidas por empresas como CSH importadora, Castella Sagarrá y Viduc. Existen además dos principales empresas exclusivamente dedicadas a los productos de Bombillos que son Sylvania e INPELCA. Por su parte, las únicas empresas exclusivamente dedicadas a la producción de Toma Corrientes, Interruptores y Portalámparas son Bticino y Águila quien entró a competir recientemente en el mercado. En el ámbito local, y a una muy pequeña escala, se encuentran Solaire y Arte Palm.

En la tabla siguiente, se describe un cuadro general sobre la estructura de la oferta de productos importados.

Tabla 6: Estructura de la oferta del exterior línea Comercial

Producto	Empresa	Marca	País Productor	Segmento
Bombillas	Silvana Inpelca	Silvana Philips General Electric Ace	Costa Rica Costa Rica EU EU Colombia	Consumidor final
Pilas	Rayovac Panasonic Energizer Duracell	Rayovac Panasonic Energizer Duracell	Guatemala Costa Rica EU EU	Consumidor final
Tomas Corrientes Interruptores	Bticino Aguila	Bticino Aguila	Costa Rica Costa Rica	Construcción
Portalámparas	Solaire Arte Palm Inmensa	Solaire Arte Palm Marca Asiática	El Salvador El Salvador Asia	Consumidor final Construcción
Fusibles	Aguila Rayovac Panasonic	Aguila Rayovac Panasonic	Costa Rica Guatemala Costa Rica	Construcción

Fuente: elaborado por el Grupo Consultor a partir de información recolectada en puntos de venta y en entrevistas a comercializadores

3.1.2.CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

Actualmente en El Salvador existe la industria local poco desarrollada, existiendo solamente dos empresas dedicadas a la fabricación de Aparatos Eléctricos. Estas empresas como se observara, ha orientado sus esfuerzos al desarrollo de unos pocos productos que no necesariamente requieren de altas inversiones en tecnología, al igual que no requieren de mayores niveles de innovación para la continua fabricación de los mismos. Las empresas son:

Las principales marcas de aparatos eléctricos existentes en El Salvador se enumeran y se describen brevemente a continuación.

Inicialmente, se describirán las empresas productoras de Interruptores, toma corriente y portalámparas, a saber:

LINEA COMERCIAL:

Durante los últimos años, la marca **Bticino**, se había mantenido como líder indiscutible en el mercado de los tomacorrientes, interruptores y portalámpara en el país; sin embargo, con la aparición de Aguila (Eagle) durante el 2003, Bticino ha cedido parte de su participación dados los competitivos precios de sus productos, que aunque de valor percibido inferior, su calidad satisface las necesidades locales de igual manera que lo hace Bticino.



Empresa de origen italiano con sucursales industriales localizadas en Costa Rica, quien satisface la demanda no solamente de Centroamérica sino de algunos países de Suramérica. En El Salvador, Bticino se dedica a la importación de toma corriente, interruptores y portalámparas, así como a brindar soluciones completas a escala industrial, comercial ó domestica. Su representación comercial en El Salvador actúa como representante y distribuidor de los productos, además de brindar soporte técnico, también cuenta con oficinas de representación en Costa Rica, Guatemala, Panamá, Honduras y República Dominicana.

Bticino opera de dos maneras, la primera es despachando producto para su distribución local por medio de sus representantes en El Salvador, y segundo por medio de contactos directos de los importadores a su fabrica en Costa Rica.

Mantiene un inventario promedio de 30 días y las importaciones desde su planta las realiza en términos DDP, es decir que la empresa transportista busca la mercancía en la fábrica de Costa Rica y la traslada por vía terrestre hasta el almacén en El Salvador. Otorgan crédito a sus clientes, el cual es de 30 días, pero normalmente se amplía hasta 45.

Actualmente tiene una participación de mercado de acuerdo al segmento de acuerdo a lo siguiente: En Interruptores y Enchufes tiene cerca del 75% mientras que en fusibles un 30%

PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	<p>Interruptor Doble</p> <p>Interruptor Doble con placa de resina color anaranjado y marfil.</p>
<p>Fuente: Bticino Elaboración: Grupo Consultor</p>	

PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	<p>Tomas Corriente e Interruptores de Bticino con su linea Living</p> <p>Estos son nuevos productos específicamente de la empresa Bticino el cual posee elementos característicos de Estética y Tecnología, están elaborados con finos materiales elevando aún más el alto nivel de calidad como objetivo el cumplimiento de las nuevas exigencias de vida de confort y seguridad, pero al mismo tiempo, al alcance de todos los clientes. Posee 22 colores para cada tipo de ambiente</p>
<p>Fuente: Bticino Elaboración: Grupo Consultor</p>	

PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	Toma Corriente Sencillo Toma de corriente Sencillo polarizada, con placa de resina color marfil, linea Domino para exteriores y estructuras de concreto asperas		Toma Corriente Triple Toma de corriente triple con placa de resina color marfil
Fuente: Bticino Elaboración: Grupo Consultor		Fuente: Bticino Elaboración: Grupo Consultor	

El contacto en Bticino es:

PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	Interruptor Sencillo Interruptor sencillo con placa de resina color marfil linea Domino para exteriores y estructuras de concreto asperas
Fuente: Bticino Elaboración: Grupo Consultor	

Ingeniero Miguel Angel Saavedra S.

Consultor Técnico/Comercial
Costa Rica Tel 506-293 0101
Fax 506-293 0105
Email: bticino.salvador@bticino.com

En el segmento de Bombillos, **Sylvania** y **Philips** han mantenido el liderazgo del segmento, aun existiendo competidores de talla mundial en el mercado a saber:

SYLVANIA Es una empresa que se encarga de la importación de los bombillos brindando cualquier tipo de soluciones a las necesidades del mercado. Su diseño es acorde a las necesidades de iluminación detectadas en los diferentes mercados, ofreciendo productos de diferente potencia, variados diseños y características de consumo energético. Las

bombillas ahorradoras de energía son importadas en su mayoría desde Estados Unidos, mientras que los bombillos normales tienen como origen Colombia.

Silvana tiene actualmente en el segmento de bombillos un 35% de participación de mercado. Las importaciones se realizan directamente a nombre de los comercializadores salvadoreños, los cuales mantienen un inventario de 60 días con el objetivo de hacer pedidos más grandes y ahorrar en los costos unitarios por transporte. Los despachos los hacen en términos FOB o CIF, dependiendo de la negociación y prefieren no brindar crédito a sus clientes, aún cuando realizan algunas excepciones.

El contacto en Sylvania es:

Zona Industrial Plan de la Laguna. C Circunvalación,
Lote D-7 Antiguo Cuscatlán
Ingeniero José Salguero
Tel 2430343 2430440
Fax 2432008
Silvania.elsalvador@integra.com.sv

Sonia de Giron
Encargada de Importaciones



Empresa de origen canadiense dedicada a la fabricación de bombillas manteniendo alianzas estratégicas con Sylvania en Estados Unidos, situación que los hace extremadamente competitivos a nivel mundial. Actualmente fabrica los productos en China con el objetivo de reducir costos y ofrecer al mercado productos más baratos. En El Salvador tienen representación exclusiva y distribución y cuenta con el 10% de participación de mercado en el segmento de bombillos.

La alianza estratégica Sylvania – Osram hace que el manejo de ambas marcas sea similar en cuanto a crédito, condiciones de despacho e inventarios.

The Philips logo, consisting of the word "PHILIPS" in white capital letters on a blue rectangular background.

PHILIPS

Empresa dedicada a la fabricación de bombillas cuyos productos provienen directamente de Colombia, China y Estados Unidos, siendo importada para Centroamérica por Philips Lighting y por Inpelca en El Salvador.

Esta empresa es una de las principales del mundo en la fabricación y venta de este tipo de productos, estando siempre a la vanguardia en el desarrollo tecnológico y satisfaciendo las necesidades de los consumidores y clientes. En El Salvador, sus ventas la han llevado a ser uno de los líderes junto a Osram-Sylvania. Philips actualmente es la marca mejor posicionada en el mercado salvadoreño logrando un 55% de participación de mercado y muestra de ello es la

amplia variedad que posee en sus productos, incluyendo la gama de bombillas generadoras de ahorro en el consumo de energía eléctrica.


Si las ventas las realiza Philips Lighting entonces el pedido va directamente al comercializador, quien se convierte en importador. Este es el caso de las grandes ferreterías exclusivamente. Por los volúmenes requeridos de despacho, los comercializadores que adquieren el producto de esta forma mantienen inventario de 60 días, y normalmente no se benefician de crédito otorgado por el fabricante.

En cambio, cuando el importador y distribuidor es Inpelca, los comercializadores tienen la posibilidad de adquirir el producto en menores cantidades que cuando importan directamente y también pueden recibir crédito, si reúnen las condiciones requeridas por Inpelca. En todo caso, Inpelca siempre recibe crédito de 30 días por parte de la fábrica y recibe sus importaciones de forma CIF, importando al menos 1 contenedor mensual.

PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	<p>Bombillo de incandescencia Anti-insecto</p> <p>Bombilla con recubrimiento amarillo, que hace que los insectos sean atraídos menos a comparación de las otras bombillas especialmente en la noche. El recubrimiento intermo amarillo es aplicado con barniz libre de cadmio</p>
Fuente: Philips Elaboración: Grupo Consultor	

PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	<p>Bombillo de incandescencia Standard Softone</p> <p>Lámparas incandescentes con bulbo de vidrio de formato T60 y E60. Estas Bombillas son rellenas con gas y poseen un filamento de tungsteno con espiral doble. Son ideales para una gran variedad de aplicaciones en iluminación, creando un atmosfera placentera y relajante para el uso de Residencias, en salas de estar y de comedor, corredores, estudios, y Oficinas.</p>
Fuente: Philips Elaboración: Grupo Consultor	

PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	Bombillo de incandescencia Gota Bulbo Bombillas incandescentes esfericas con bulbo de vidrio claro de cristal claro, al vacio y rellena con gas. Poseen un filamento de tungsteno con espiral doble. Son usadas para dar efectos brillantes, relucientes de realce y para portalamparas o luminaras decorativas. Para el uso de Residencias, en salas de estar y de comedor, corredores, estudios, y Oficinas.		Bombillo de incandescencia Gota Bulbo Bombillas incandescentes esfericas con bulbo de vidrio claro de cristal claro, al vacio y rellena con gas. Poseen un filamento de tungsteno con espiral doble. Son usadas para el uso alrededor de espejos, en candelabros con multiples ramificaciones, luminaras de piso y de pared Para el uso de Residencias, en salas de estar y de comedor, corredores, estudios, y Oficinas.
Fuente: Philips Elaboración: Grupo Consultor		Fuente: Philips Elaboración: Grupo Consultor	

PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	Bombillo de incandescencia Colorido Bombillo de incandescencia decorativa colorida con cobertura interna colorida en blob de diametro de 60 mm. Las bombillas de 25 W son a base del vacio y por consiguiente para uso exterior. Esta diseñada para usarse en calles, fachadas, para navidad, fiestas y celebraciones especiales.		Bombillo de incandescencia Standard Lámparas incandescentes con un bulbo tipo pera. Las lámparas de 25W y de potencias superiores son rellenas con gas y todos los tipos poseen un filamento de tungsteno con espiral doble. Estas lámparas con bulbo de cristal claro son ideales para iluminación indirecta en luminarias cerradas. Para el uso en reidencia, hoteles, fabricas almacenes y
Fuente: Philips Elaboración: Grupo Consultor		Fuente: Philips Elaboración: Grupo Consultor	

PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	Bombillo fluorescentes Universal Son lamparas flouroscentes compactas ahorradoras de costos y de energía. Tienen una forma curveada y ofrecen una alternativa a las lámparas incandescentes normales que resulta atractiva y poco costosa para ahorrar energía. peso está disponible en versiones de 15W y 20W para reemplazar lámparas incandescentes de 60W y 75W en 120V y 75W y 100W en 220V. Estas lámparas tienen características de encendido instantáneo (encienden en menos de 0.1 segundos) y consumen 80% menos energía que las lámparas incandescentes a las cuales reemplazan. Las lámparas tienen una larga vida, con una duración promedio de 4 años
Fuente: Philips Elaboración: Grupo Consultor	

El contacto de Philips en El Salvador es:

INMENSA. DE C.V. (Representante)
Sr. Salvador Garay
Teléfono: (503) 225 – 6451
Email: inmensa@telemovil.net



Empresa fundada en 1985 es a su vez productor y distribuidor de los productos que manufactura a la vez que funciona como mayorista y detallista de otros productos del sector. Dedicada al diseño y manufactura de lámparas fluorescentes, portalámparas y bombillos para el uso comercial y doméstico, las cuales son fabricadas bajo altas normas de calidad tanto en el maquinado de la lámina como en sus componentes eléctricos internos y externos. Su diseño es acorde a las necesidades de iluminación detectadas en los diferentes mercados, cumpliendo las normas eléctricas establecidas por el National Electrical Code de Estados Unidos (NEC).

Se estima que sus ventas anuales se encuentran cerca de los US\$ 141,034

Su contacto en El Salvador es: Contacto:

Tel.: (503) 294-1906/07/08
Fax: (503) 294-1975
E-mail: durabell@cyt.net
Web: <http://www.durabell.com.sv>

DURABELL, SOLAIRE: empresa dedicada estrictamente a la fabricación del portalámparas de metal distribuye sus productos por intermedio de canales detallistas de tamaño mediano y pequeño. Cuenta con un equipo de trabajo de 250 personas.

Esta empresa es una división de Durabell pero con figura jurídica propia. Se dedica exclusivamente a la producción de portalámparas de metal, mientras que la corporación vende otros productos como bombillos y lámparas fluorescentes.

Águila

En el subsector de fusibles o tacos, las empresas que mantienen el liderazgo en el mercado son las fabricantes de las marcas Águila (Eagle) y Bticino, ofreciendo amplia variedad de productos

No tiene representación en El Salvador, siendo importados sus productos por las grandes cadenas ferreteras, encargadas no solamente de su comercialización

como detallista sino que desempeñan también la función de mayorista/distribuidor. Su sede está en Costa Rica desde donde distribuye sus productos como son los interruptores, enchufes y fusibles al área centroamericana incluyendo a el Salvador. Todos dentro del segmento de precios bajos.

En interruptores y enchufes alcanza un 25% de participación de mercado, mientras que en fusibles tiene un 65%. Esto se debe a que en fusibles no importa el diseño ni aprecia del producto, sino que el precio es el factor más importante en la decisión de compra.

La empresa Águila planea una expansión en Centro América y la estrategia principal es lograr penetración en todos los supermercados, hipermercados y grandes ferreterías. Esto se debe a que la empresa considera que estos son los principales comercializadores. Para penetrar estos puntos otorga crédito de hasta 60 días a sus clientes y despacha vía terrestre para reducir costos de transporte, tiempos de entrega y también poder suministrar los materiales eléctricos de forma continua, por lo que no obliga a sus clientes a mantener grandes inventarios.

Línea Industrial

La línea Industrial maneja una amplia gama de proveedores locales, quienes importan producto para las diferentes empresas distribuidoras de energía. Por otra parte, es importante resaltar que las compras de los productos de la línea industrial, cuando son compras planeadas, se llevan a cabo por medio de empresas en Estados Unidos (brokers) que representan marcas locales y cuya función es buscar los productos que son demandados por las compañías en El Salvador. El producto de reemplazo inmediato, o sea la necesidad que no da espera a una búsqueda e importación posterior, requiere de acciones de contingencia, las cuales son satisfechas por los grandes importadores locales, quienes mantienen niveles de stock adecuados para satisfacer la demanda de disponibilidad inmediata. Algunos de los más importantes son:

Transformadores Eléctricos :

HIDRAULICA Y ELECTRICIDAD S.A. DE C.V.
DISTRIBUIDOR MAYORISTA DE TRANSFORMADORES ELECTRICOS
21 Calle Oriente No. 528, entre 10 y 12 Avenida Norte, Col Mugdan, San Salvador
Ing. Mario Eduardo Magaña Rivera
Tel 2757070
Fax 2258139
hesadecv@hotmail.com

ACURA S.A. DE C.V.
IMPORTADOR DE TRANSFORMADORES ELECTRICOS
39 Avenida Norte No. 226, San Salvador
Licenciado Jorge tomas Carbonell Sandoval
Tel 2606508 2606468
Fax 2606467
Acura.elsal@salnet.net

DISTRIBUIDORA DE ELECTRICIDAD DEL SUR S.A. DE C.V.
Avenida de las Acacias, pasaje 2, Casa No. 117, Colonia San Benito, San Salvador
Sr. Alexis Bulló
Tel 2438688 2299200
Fax 2438662
sortega@delsur.com.sv

3.2. Mezcla de Mercadeo

3.2.1. Estrategias de Mercadeo y Promoción Utilizadas

El sector de aparatos eléctricos no presenta estrategias claras de mercadeo ni de promoción realizadas de manera directa por sus importadores. Este tipo de productos como son Bombillas, Tomas corrientes, interruptores, portalámparas y fusibles en la actualidad se podrían considerar de primera necesidad, al ser catalogados como necesarios para tener ciertos niveles en la calidad de vida de los habitantes salvadoreños.

Sin embargo, se utilizan otras herramientas consistentes en folletos/periódicos/brochures que se manejan como insertos en los principales diarios del país (El Diario de Hoy y la Prensa Grafica), así como también son entregados en las entradas de los almacenes, generalmente cadenas ferreteras, como medio de información para que los clientes se informen de las ofertas existentes, de nuevos productos o noticias de su interés.

Usualmente, durante los primeros días de la semana, se envía un inserto cuya información esta dirigida a los profesionales y técnicos de la construcción, electricidad, etc., mientras que al aproximarse el fin de semana, los insertos están orientados a las amas de casa y a las familias con información que estimule su visita a los centros detallistas.²⁰

A pesar que el diseño, producción y distribución de este material corre por cuenta de los almacenes detallistas, estos previamente han consultado con sus

²⁰ Freund (Saul Rivas: Gerente de Productos de Construcción)

proveedores y representantes de los productos acerca de su interés y apoyo a estas actividades ya sea en dinero o en especie. Algunos de los detallistas argumentan que así el representante no desea colaborar, los folletos siguen su curso siendo asumido el valor por el detallista.

En otras ocasiones, los mismos proveedores dotan de póster o afiches a los establecimientos para ser colocados en los puntos de ventas, buscando ubicaciones en sitios estratégicos como las entradas y las cajas registradoras con el fin de publicitar y promover sus marcas. Este mecanismo se produce generalmente en ferreterías o establecimientos que no hacen parte de las cadenas ferreteras debido a que las cadenas son estrictas en la utilización del espacio y la contaminación visual del establecimiento.

También se utilizan los medios impresos, anunciando en suplementos especiales, que son secciones desarrolladas por los periódicos acerca de las diferentes industrias como la construcción, la industria eléctrica, ferreterías, etc. En la actualidad, las grandes cadenas ferreteras promocionan estrictamente por televisión los productos que quedaron en inventario.

En lo que respecta al trabajo comercial por parte de los representantes comerciales, éste trabajo se realiza de manera personal, presentando muestras físicas de producto y cotizaciones con sus respectivas condiciones comerciales. Este producto es presentado por el gerente de compras ante las directivas de las cadenas ferreteras para su aprobación, definiéndose los pedidos en caso de ser aprobado el producto. Una vez realizado el pedido, el representante comercial genera esquemas de seguimiento que garanticen la rotación y evitando el desabastecimiento de sus productos en las tiendas detallistas. Este comportamiento se presenta en ambas líneas de producto, la comercial y la industrial.

Las empresas que realizan publicidad a través de los medio masivos ya sea televisión, radio o prensa son pocos, solamente son aquellas que cuentan con la capacidad financiera para hacerlo, siendo Goltree, Freund, Vidrí, Panades y Ferrocentro las únicas con capacidad suficiente para hacerlo. La gran mayoría de empresas realizan publicidad en los puntos de venta ya sea por medio de afiches, brochures ó volantes.

Los productos que presentan baja rotación son sacados de las estanterías de los almacenes y enviados a locales en donde se venden esos productos a precios muy inferiores, generándose frecuentemente actividades como el remate o la negociación. Es claro que los productos no se venden a perdida pero los precios son significativamente inferiores de los que se presentan en las sucursales de estas ferreterías. En las ferreterías pequeñas, la estrategia es reducir el precio hasta minimizar los márgenes pues el objetivo es recuperar la inversión para adquirir productos de mayor rotación.

A pesar que las ferreterías pequeñas no pueden pautar en medios masivos ni imprimir material publicitario, sus estrategias se dirigen a satisfacer las necesidades de los clientes al interior de su zona de influencia, y cuya estrategia es vender comodidad, reducir la necesidad de desplazamiento hacia grandes superficies y hasta la prestación del servicio a domicilio, aun prestando el servicio de instalación y/o corrección del problema.

Muy bajos niveles de investigación de mercados se maneja en El Salvador, siendo los productos seleccionados y exhibidos basados muchas veces en el feeling del tendero o de la cadena ferretera, dejando al azar la reacción de la demanda ante el producto en cuestión.

Es importante mencionar que los comerciantes salvadoreños, sobretodo los grandes, son estrictos con los márgenes que manejan por producto, incluso llegando a calificar a su personal por la medición del ROI sobre cada producto manejado.²¹ De esta manera es poco probable que se promuevan estrategias promocionales o de disminución de precio a pesar de los altos márgenes que el comerciante salvadoreño esta acostumbrado a recibir.

Para terminar, la comercialización de productos por parte de los grandes ferreteros provee de confianza y tranquilidad al consumidor, pues estos establecimientos se han encargado de promulgar el respaldo de los productos que comercializan, ya sea por medio del cambio de la mercancía o de la devolución de su dinero. Esta estrategia ha sido capitalizada por este tipo de comerciantes, quienes ofrecen las mismas condiciones al actuar como distribuidores a sus clientes.

En las tablas siguientes se observan los tipos de publicidad y las promociones que utilizan las principales empresas de aparatos eléctricos en el mercado.

²¹ Freund

Tabla 7: Tipos de Publicidad utilizada por empresas Importadoras

EMPRESA	TIPO DE PUBLICIDAD				
	Television	Radio	Prensa	Materiales POP	Internet
GOLDTREE	x	x	x	x	
VIDRI/VIDUC	x	x	x	x	
BTICINO		x	x	x	x
INPELCA	x	x	x	x	
SYLVANIA				x	
CSH IMPORTADORA				x	
CASTELLA SAGARRA			x	x	

Elaboracion: Gupo Consultor

Tabla 8: Tipos de Promociones utilizadas por empresas Importadoras

EMPRESA	TIPO DE PROMOCION			
	Promocion 2X1	Regalias	Ofertas	Descuento por Volumen
GOLDTREE			x	x
VIDRI/VIDUC			x	x
BTICINO		x	x	
INPELCA	x	x	x	
SYLVANIA		x	x	
CSH IMPORTADORA				x
CASTELLA SAGARRA				x
INMENA	x	x		

Elaboracion: Gupo Consultor

Tabla 9: Tipos de Publiciadad utilizada por empresas Detallistas

	TIPO DE PUBLICIDAD				
	Television	Radio	Prensa	Materiales POP	Internet
GOLDTREE	x	x	x	x	
VIDRI/VIDUC	x	x	x	x	
CSH COMERCIAL				x	
CASTELLA SAGARRA			x	x	
PANADES					
FUNES HARTTMAN				X	
FERRETERIA VANEGAS					

Elaboracion: Gupo Consultor

Tabla 10: Tipos de Promociones utilizadas Las Empresas Detallistas

EMPRESA	TIPO DE PROMOCION		
	Promocion 2X1	Regalias	Ofertas
GOLDTREE	x	x	x
VIDRI/VIDUC	x	x	
CSH COMERCIAL			x
CASTELLA SAGARRA	x		
PANADES			x
FUNES HARTTMAN			x
CECOSFESA		x	x
FERRETERIA VANEGAS			

Elaboracion: Gupo Consultor

Tabla 11: Tipos de Promociones utilizadas por empresas Distribuidoras

EMPRESA	TIPO DE PROMOCION				
	Promocion 2X1	Regalias	Ofertas	Descuento por Volumen	Paquetes
GOLDTREE				x	x
VIDRI/VIDUC				x	
INPELCA		x			
CSH IMPORTADORA	x			x	
CASTELLA SAGARRA					
INMENA			x		
COFESAL				x	x
FUNES HARTTMAN				x	
CECOFESA				x	x

Elaboracion: Gupo Consultor

Para los productos que se refieren a la línea industrial, las empresas importadoras-distribuidoras de este tipo de materiales poseen poca o ningún tipo de publicidad y promoción. Los medios en los cuales estas empresas promocionan y anuncian sus empresas y servicios son páginas amarillas, Internet, y en algunas ocasiones las empresas como ferreterías utilizan los medios impresos para dar a conocer sus productos.

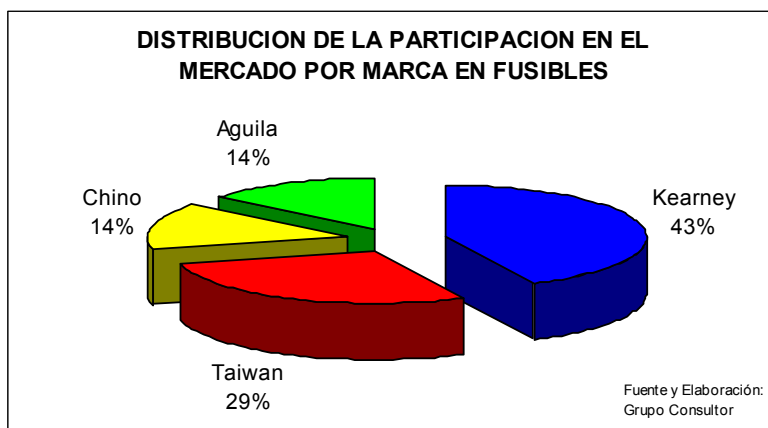
Por regla general las publicaciones impresas contienen los diferentes artículos de mayor interés para los segmentos de mercado a los que se atacan, es decir que se puede hacer llegar una hoja volante o un cuadernillo publicitario (brochure) y en el se describe los diferentes productos de interés de comercialización. No hay un trato especial por línea. El volante o material impreso contiene variedad de productos que comercializa la empresa, de todas las líneas de producto.

Por otra parte, el mercado de la línea industrial es un mercado cautivo debido a que tanto los generadores de energía como las compañías distribuidoras de energía, generalmente cuentan con dos o tres diferentes proveedores con los que históricamente han mantenido relaciones comerciales. Debido al volumen manejado y a los montos de inversión, los márgenes de comercialización son mucho menores que los presentados en la línea comercial, dando muy poco margen para cambiar proveedores por tal motivo lo cual garantiza la fidelidad del cliente.

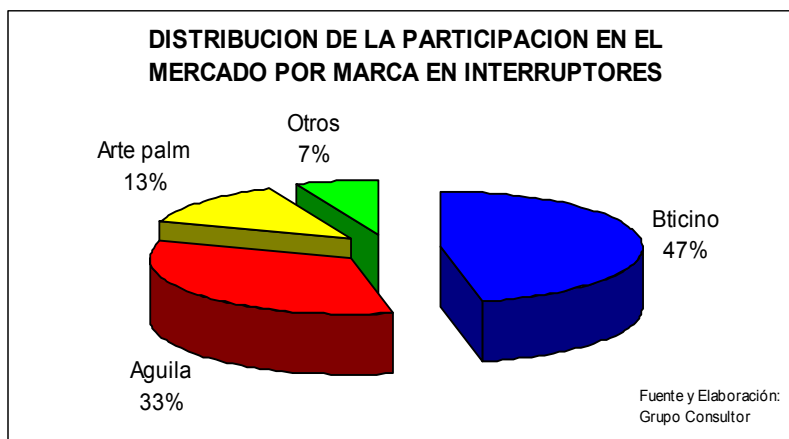
3.2.2. Participación de mercado de Aparatos Eléctricos por Categoría

A continuación se muestran las marcas líderes en el mercado para cada uno de los productos analizados.

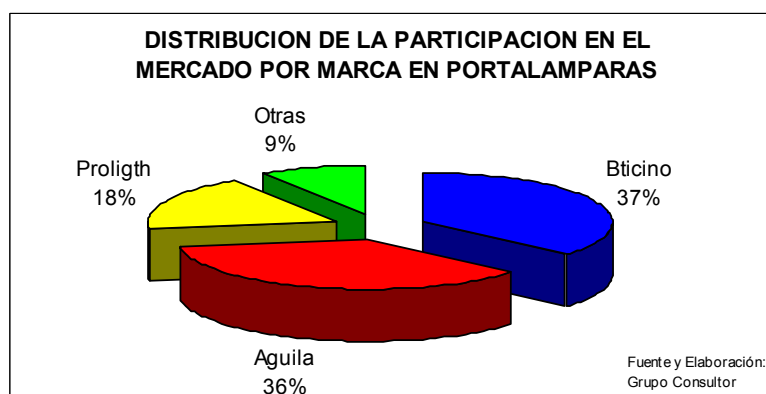
Gráfica 46 Fusibles – Marcas en el mercado, 2003.



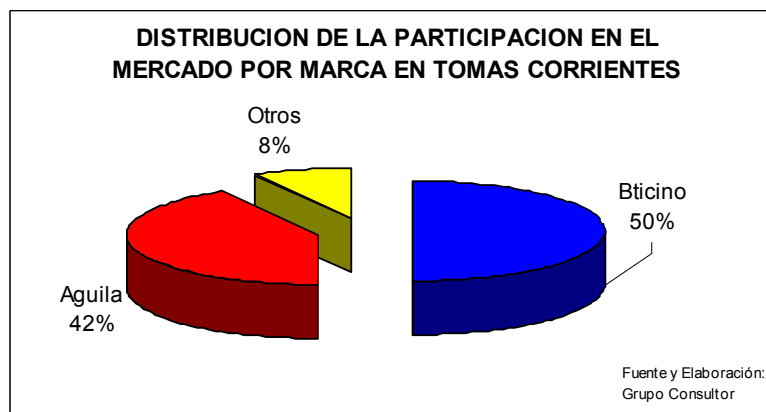
Gráfica 47 Interruptores – Marcas en el Mercado, 2003.



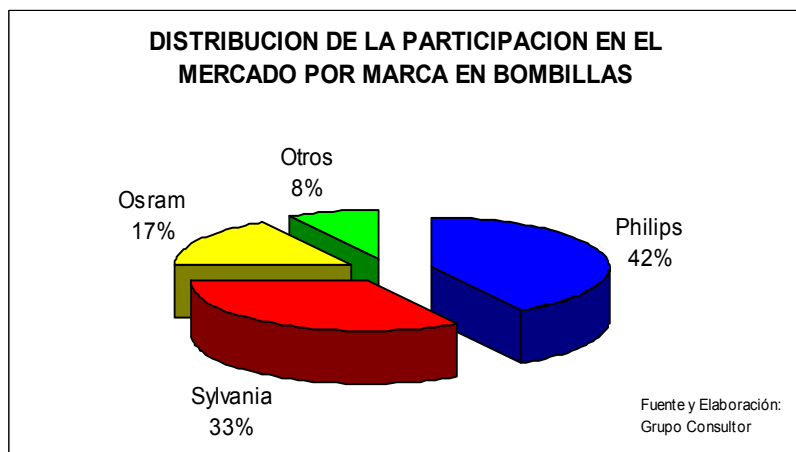
Gráfica 48 Portalámparas – Marcas en el Mercado, 2003.



Gráfica 49 Tomas Corrientes – Marcas en el Mercado, 2003.



Gráfica 50 Bombillas – Marcas en el mercado, 2003.



3.2.3. COMPORTAMIENTO DE PRECIOS DEL SECTOR

Inicialmente es importante tener en cuenta el comportamiento de los precios de la economía de El Salvador. Según el Ministerio de Economía, El Salvador posee la tasa de inflación anualizada más baja en la región centroamericana que es del 2.8%. Esto es positivo ya que indica que los precios de los bienes y servicios en general se han mantenido estables.

Con relación a los aparatos eléctricos, los precios en el último año se han mantenido constantes producto de una buena política macroeconómica, la ley de Integración Monetaria (dolarización) que ha ayudado a que la economía se estabilice. Por otro lado, las tasas de interés pasivas y activas bancarias se han reducido desde niveles del 42% anual hasta créditos con tasas de interés del 7% anual, esto ha contribuido a mantener los precios de los productos ya que el inversionista local paga menos intereses por préstamos de capital de trabajo y capital de inversión, evidentemente el ahorro de los intereses ha ayudado a destinar más capital a compras de inventario y ser más eficientes en el manejo del capital de trabajo y de inversión.

La anterior descripción corresponde al comportamiento de empresas comercializadoras pequeñas que no cuentan con capital de trabajo para subsanar el desarrollo de su actividad, y que por su tamaño, los proveedores difícilmente otorgan créditos, a menos que exista una relación histórica sólida entre las partes que permita obtener condiciones de pago de 30 o 60 días sin recargo de intereses.

En el caso de los grandes ferreteros, a pesar que el capital de trabajo existe y que varios de los grupos son propietarios de instituciones financieras, estos mantienen una constante solidez económica que les permite negociar los plazos de pago sin necesidad de recurrir a préstamos o cartas de crédito. Estas empresas realizan

sus negociaciones con proveedores por medio de mecanismos sencillos como cartas-contrato o simple emisión de facturas.

Los precios en El Salvador son significativamente superiores a los precios observados en otros países de la región, debido principalmente a los márgenes de comercialización que se acostumbra manejar en el país. La línea comercial de aparatos eléctricos es obviamente la más afectada por el fenómeno vs. la línea industrial.

3.2.3.1. Precios de los Principales Productos del Sector

Línea Comercial

Tabla 12: Precios de Bombillas en US\$

Empresa	Bombillas	Mín	Máx
Bticino	Sencillo	\$ 1.5	\$ 1.95
	Doble	\$ 2.33	\$ 3.03
	Mixtos	\$ 1.35	\$ 1.76
Aguila	Sencillo	\$ 1.6	\$ 2.08
	Doble	\$ 2.4	\$ 3.12
	Mixtos	\$ 2.65	\$ 3.45

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información obtenida en los puntos de venta

Tabla 13: Precios de Portalámparas en US\$

Marca	Mín	Máx
Bticino	\$ 0.45	\$ 0.59
Aguila	\$ 0.39	\$ 0.51
Arte palm	\$ 0.35	\$ 0.46

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información obtenida en los puntos de venta

Tabla 14: Precios de Tomas corrientes en US\$

Empresa	Tipo	Mín	Máx
Bticino	Sencillo	\$ 1.35	\$ 1.76
	Doble	\$ 1.78	\$ 2.31
	Mixtos	\$ 1.35	\$ 1.76
Aguila	Sencillo	\$ 1.25	\$ 1.63
	Doble	\$ 1.70	\$ 2.21
	Mixtos	\$ 1.20	\$ 1.56

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información obtenida en los puntos de venta

Tabla 15: Precios de Bombillas en US\$

Empresa	Bombillas	Mín	Máx
Philips	Clásica	\$ 0.43	\$ 0.56
	Flourescente	\$ 5.00	\$ 6.5
	Bulbo	\$ 7.55	\$ 9.82
	Ahorrador	\$ 5.00	\$ 6.5
	Contra Insectos	\$ 0.97	\$ 1.26
Sylvania	Clásica	\$ 0.42	\$ 0.55
	Bulbo	\$ 2.70	\$ 3.51
	Flourescente	\$ 4.20	\$ 5.46
	Contra Insectos	\$ 0.95	\$ 1.24
Osram	Clásica	\$ 0.43	\$ 0.56
	Flourescente	\$ 6.39	\$ 8.31
	Ahorrador	\$ 6.39	\$ 8.31
Millenium	Bombilla	\$ 4.99	\$ 6.49
	Flourescente	\$ 4.99	\$ 6.49
General Electric	Clásica	\$ 0.93	\$ 1.21
Westing House	Clásica	\$ 0.8	\$ 1.04
	Flourescente	\$ 1.8	\$ 2.34
ACE	Clásica	\$ 0.93	\$ 1.21
Durabell	Flourescente	\$ 5.95	\$ 7.74
	Circular	\$ 7.01	\$ 9.11

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información obtenida en los puntos de venta

Línea Industrial

Los precios de la línea industrial no están disponibles debido a que por su naturaleza, el producto no se encuentra en exhibición imposibilitando su recolección. Por otra parte tanto las empresas de energía eléctrica como los distribuidores de este tipo de productos se negaron a proveer información al respecto alegando adicionalmente que depende estrictamente de las especificaciones técnicas del producto. Adicionalmente, la mayoría de entrevistados no quiso proveer datos de precios en la línea industrial ya que varían entre clientes y por esto no desean hacerlos públicos, ni siquiera a nivel promedio.

Sin embargo y a nivel informal se pudo establecer los rangos de precios, sin ser necesariamente confiable la fuente.²²

²² La fuente pidió no informar su nombre, ante lo cual la firma consultora se reserva el derecho por motivos de ética profesional.

Transformadores.

Los precios de estos equipos oscilan entre US\$1,235 para transformadores de 13,000 voltios y US\$3,333 para aquellos de 34,000 voltios. Otros transformadores existentes en el mercado son los trifásicos, en este caso el precio es menor que el de tres unidades individuales.

Herrajes

Los precios de los herrajes van desde US\$2.5 hasta US\$74 dependiendo de las características del producto, lo cual se relaciona directamente con el uso que se les dará. Los más costosos son los que se utilizan para unir tres transformadores, y los más económicos para montura de cableado. Los herrajes para un poste poseen un costo aproximado de US\$56

3.3. CONCLUSIONES ANALISIS DE LA COMPETENCIA

A través de los últimos años, el producto proveniente de China (Osram) ha venido ganando participación en góndola y en exhibiciones especiales (islas, puntas de góndola, etc) que han generado cierto nivel de aceptación en el mercado. Sin embargo, estos esfuerzos hasta ahora no han contribuido a lograr amplia participación de mercado, aún cuando sí han hecho que la marca sea reconocida por los consumidores. Por lo que se espera que en el futuro alcancen mayor participación de mercado, constituyéndose en una amenaza para proveedores como Estados Unidos y Colombia.

Por su parte, la línea industrial aun no muestra síntomas de expansión notables debido a la tradición de importación de marcas reconocidas y proveedores confiables que han hecho que los productos asiáticos pierdan un poco de relevancia. Como se indicó en el cuerpo del informe, la principal variable a tener en consideración para la compra de productos de la línea industrial es la calidad, seguido por el respaldo y el precio, siendo esta ultima variable aunque importante, no definitiva ni primaria en la toma de la decisión. Para las empresas distribuidoras de electricidad, es importante tener en mente el proverbio “lo barato sale caro”, el cual se cuidan de aplicar.

Las estrategias promocionales utilizadas por los productos del sector varían considerablemente. Los artículos de la línea industrial utilizan exclusivamente las ventas personales y los materiales impresos como catálogos, mientras que en la línea comercial se utiliza la publicidad masiva, especialmente para bombillas y toma corrientes. Además se ha vuelto muy importante la promoción en el punto de venta con material llamativo y los descuentos.

Los precios ofrecen un rango muy amplio entre mínimos y máximos, especialmente para la línea comercial. Esto depende del diseño del producto y el

mercado al cual se enfoca. Por ejemplo, el precio de los tomacorrientes está muy relacionado con el color del producto, así los cromados son los más económicos, mientras que los de cerámica o de colores son los más costosos. En cambio en la línea industrial lo que determina el precio es la marca, y se relaciona con el reconocimiento de la misma y su asociación a calidad.

4. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Es importante mencionar que el mercado salvadoreño por ser un país netamente importador ha desarrollado estrategias de integración vertical que les permite a las empresas independientes y a las cadenas la comercialización minimizar los márgenes de intermediación. Esta reducción de los márgenes no implica necesariamente productos más económicos en el mercado sino que por el contrario, es una herramienta para aumentar sus márgenes de comercialización. Estos márgenes que van desde el 35% mínimo hasta el 80% dependiendo del producto, el valor percibido del producto, el canal detallista y la inexistencia del producto en otros puntos de venta (exclusividad). Estos márgenes aplican para la línea comercial, mientras que los márgenes para la línea industrial son más reducidos oscilando entre un 8% y un 15%.

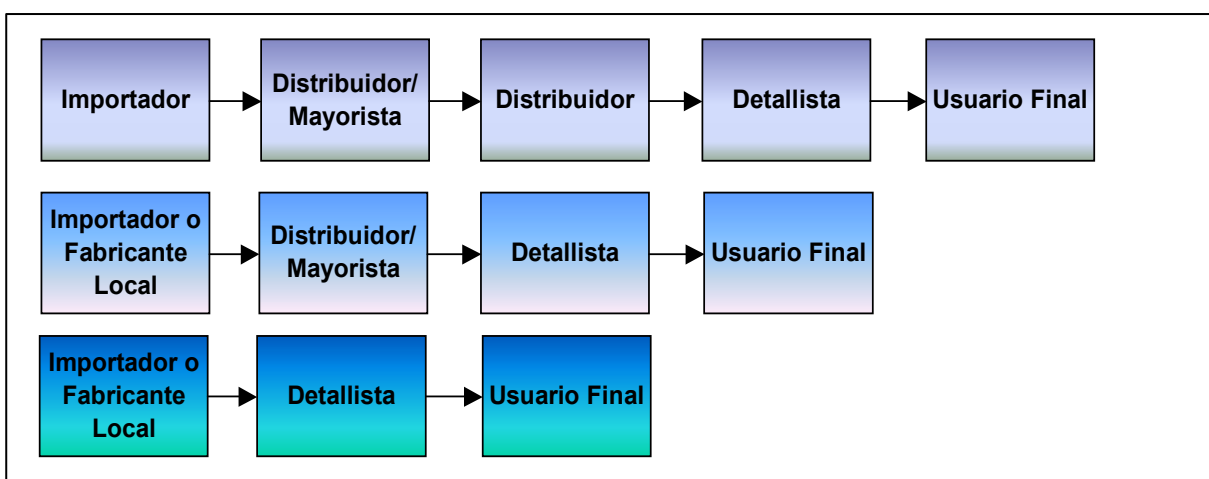
4.1.1. Línea Comercial

Los canales de comercialización que se utilizan en El Salvador para Aparatos Eléctricos son:

- Representantes, que funcionan como importadores, comercializadores y distribuidores.
- Importadores, que generalmente son detallistas, desarrollando también labores de mayoreo para pequeños negocios.

El esquema completo de distribución en El Salvador para el caso de Aparatos Eléctricos se observa en la gráfica a continuación:

Gráfica 51 Esquema de Canales de Distribución Utilizado en El Salvador para Aparatos Eléctrico



Existen cadenas de abastecimiento significativamente largas que impactan de manera directa el precio final al consumidor. Como se mencionó anteriormente, esta larga cadena de eslabones no presenta desventajas en precio vs. los importadores/detallistas, pues a pesar de evitar la cadena, manejan márgenes muy superiores al impacto generado por cada eslabón en la cadena de abastecimiento, llegando al consumidor final a precios relativamente similares. Esto trae como conclusión el beneficio de la integración vertical lograda por las empresas, con el objetivo de eliminar los intermediarios generando amplios márgenes de utilidad. El precio al consumidor final normalmente es 70% mayor que el costo del producto, un vez que ha sido importado.

A pesar que la cadena puede ser tan extensa como se quiera, el esquema mas común es el mas corto de la grafica anterior, siendo el importador/detallista o el representante quien distribuye el producto a los detallistas, afectando de manera “sutil” el precio al consumidor final. De todas maneras, los márgenes de intermediación que se manejan oscilan entre un 25% y un 40%, mientras que el detallista pequeño se ajusta a los precios de mercado determinados por los grandes ferreteros, definiéndose de manera automática su margen de utilidad que difícilmente baja de un 30%.

El hecho de que el 98% de los aparatos eléctricos consumidos en El Salvador sean importados, determina la necesidad de la existencia de representantes comerciales y de grandes importadores que surtan el mercado. Es tal el poder de las cadenas ferreteras que frecuentemente solicitan al representante negociar directamente con el fabricante so pena de no manejar el producto.

Como se ha visto a lo largo del informe, las ferreterías son el canal por excelencia para la comercialización de los productos del sector, siendo las grandes ferreterías quienes desplazaron a los pequeños comerciantes a zonas retiradas, a las afueras de las ciudades o a zonas en la ciudad con baja penetración de estos grandes almacenes.

De esta manera, la apertura de las grandes cadenas ferreteras a finales de los ochentas modificó la dinámica del sector, generando puntos de ventas al detalle en forma de autoservicio que han venido a sustituir a las conocidas ferreterías de barrio. Esto produjo la eliminación de vitrinas en casi un 90% del mercado ferretero, salvo en la mercadería pequeña y costosa que sigue siendo manejada bajo la modalidad de servicio personalizado.

Estas grandes ferreterías comercializan una amplia diversidad de artículos para el hogar, venta de materiales de construcción, fontanería, pinturas, viveros, herrajes entre otros, generando un atractivo adicional para todo tipo de público adulto. Debido a la demanda de productos básicos para la construcción, estas ferreterías han comenzado a abrir conjunto a sus locales, bodegas desde donde se despacha material de construcción como tubería, tejas, madera, pintura, gravillas, piedra y muchos otros materiales para la construcción.

El surgimiento de grandes cadenas ferreteras no ha inhibido las ferreterías pequeñas ya que éstas continúan con el servicio de dependiente de mostrador, ubicadas en las ciudades periféricas, es decir en los municipios o ciudades cercanas a la capital. Geográficamente hablando, existen ciudades cercanas a San Salvador a 3, 4, 5, 6 7 o 10 kilómetros de distancia, en donde se han instalado manteniendo nichos de mercado prácticamente inalcanzables o de poco interés para las cadenas ferreteras. Estos negocios frecuentemente son administrados por sus propietarios y resultan ser excelentes alternativas para personas que viven cerca y cuyo desplazamiento a los grandes centros urbanos se convierte en un problema. No tienen fuertes cantidades de inventarios pero si lo suficiente y lo básico para cubrir las necesidades de un determinado sector poblacional.

Ahora bien, penetrar las cadenas de ferreterías no es complicado, siempre y cuando exista una ventaja diferenciada y la enorme posibilidad de vender, es decir, que el proveedor pueda brindar variedad de productos, facilidades en tiempos de entrega, precio atractivo, alta calidad, respaldo y garantía.

Las ferreterías han adquirido altos niveles de experiencia en la optimización de los resultados de su negocio, desarrollando actividades tales como el desarrollo de publicidad compartida, promociones conjuntas, descuentos por volúmenes, regalías. Así mismo, quien conozca la cultura de estos titanes, sabrán que la codificación de los productos se facilita si se buscan relaciones comerciales a largo plazo y si se actúa como un partner en la generación de valor para facilitar la rotación de los productos.

Ahora bien, las ferreterías independientes han optado por proveer el transporte de la mercancía si la compra supera el monto de los US\$100.00, lo cual hace ver como un valor agregado a sus clientes, volviéndose aun mas competitivo en el área de influencia en donde se encuentre ubicado. En las ferreterías grandes, el comportamiento es algo diferente, recomendando al cliente personas con capacidad de transporte que le traslade el producto de un lugar a otro, pero bajo su propio riesgo y costo, a menos que las cantidades sean significativamente grandes (en algunos casos mayores a US\$500.00), en cuyo caso se provee el transporte.

Las ferreterías más grandes por su cobertura en el mercado son: Goldtree, Freund, Ferrocentro, Almacenes Vidrí, Viduc, Castella Sagarra, Panades, Funes Hartmann, con suficientes puntos de ventas en todo el país, al hablar del país se refiere a las principales ciudades como San Salvador, San Miguel (a 165 kms de San Salvador) y Santa Ana (a 65 kms de San Salvador), centros claves en donde las cadenas ferreteras mantienen presencia y desde donde distribuyen sus productos.

Existen otros establecimientos detallistas con poca incidencia en la comercialización de aparatos eléctricos denominados supermercados, en donde los productos que más se comercializan son las pilas y los bombillos. Cabe destacar que los supermercados históricamente han manejado estos productos que de alguna u otra manera hacen parte de las necesidades del hogar y que son adquiridos en estos sitios facilitando el acceso del público a ellos. Aún las tiendas de barrios y colonias son lugares de distribución al detalle de bombillas tradicionales y pilas secas al igual que el caso de los supermercados.

En resumen, los comercializadores de Aparatos Eléctricos de la Línea Comercial en El Salvador son los siguientes:

1. Grandes Ferreterías: Entre las empresas que se dedican a la **Distribución/Mayoreo** de estos productos se tiene a Viduc, Castella Sagarra, Goldtree, CSH importadora, Funes-Hartmann, CECOFESA, INMENSA y COFESAL las cuales se caracterizan por mantener políticas de descuento por volumen de compra.
2. Pequeñas Ferreterías: Entre las empresas que se dedican a la **venta al detalle** se puede mencionar: PANADES, ferretería CECOFESA, Ferretería Ademar, Ferretería Vanegas, Ferretería Florencia, Ferretería Andrade, ferretería Morell, Funes Hartmann, los cuales en su mayoría son pequeñas empresas.
3. Supermercados: donde destacan los almacenes Hiperpaiz que ofrecen todos los productos del subsector.

Como se observa en este capítulo, los importadores de aparatos eléctricos cumplen multiplicidad de funciones incluyendo importadores, mayoristas, detallistas, distribuidores, etc. Haciendo de alguna manera complejo el manejo entre los diferentes actores de comercialización.

4.1.1.1. Ferreterías

Este capítulo pretende caracterizar a los principales comerciantes de aparatos eléctricos en el mercado salvadoreño.

Las ferreterías por lo general obtienen márgenes cercanos al 40% en promedio de los productos que manejan, siendo difícil la estimación para un producto en particular. En cuanto a la importación, los días de inventario son variados dependiendo del origen de los productos, manteniendo stock de los productos asiáticos para cerca de 60 días, mientras que en los productos provenientes de la región centroamericana los inventarios no superan un mes.

Las ferreterías han llegado a tal grado de sofisticación en sus compras, que sus propios empleados son medidos en su desempeño de acuerdo a los índices de rentabilidad de los productos que compran dentro de su línea. Es decir que el

gerente de construcciones responderá por la TIR de acuerdo a sus compras, inventario y rotación del producto. Esto ha generado una diversificación en el portafolio de productos debido a que las diferentes condiciones de tiempo de tránsito y precio, deben ser balanceadas vs. el costo de oportunidad de mantener inventarios constantes. A su vez, esto ha generado que los compradores mantengan un número mayor de proveedores para satisfacer los quiebres de inventario generados por los productos generalmente provenientes de China o los países asiáticos.

Es común encontrar que las grandes ferreterías no necesitan presentar frecuentemente garantías de pago, pidiendo generalmente de 30 a 60 días para el pago de las mercancías de acuerdo al proveedor. Sin embargo, a sus clientes y especialmente a los grandes, otorgan créditos para máximo 30 días a menos que el volumen del negocio permita que se amplíe el plazo hasta 60.

GOLDTREE, S.A. DE C.V. Empresa fundada en 1998, se constituye en una de las empresas con mayor trayectoria en el mercado salvadoreño; sin embargo, no fue sino 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.

Dedicada a la importación, distribución, mayoreo y venta al detal, Goldtree ofrece a sus clientes diversidad de artículos para el hogar, materiales de construcción, materiales eléctricos, jardinería, pinturas y artículos para la decoración en general. Goldtree se caracteriza por ventas tipo autoservicio.

Actualmente posee planes de crecimiento en El Salvador y proyectos de expansión en Honduras y Nicaragua.



PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	<p>Interruptor Triple</p> <p>Interruptor Triple con placa de resina colo marfil</p>
Fuente: Goldtree Elaboración: Grupo Consultor	

Contacto:

Sr. Agustin Robert

Gerencia de Compras:

Email: arobert@goldtree.com.sv

Email Departamento de Compras: compras@goldtree.com.sv

Teléfono: PBX (503) 273-7722

FAX (503) 273-0617 Ext. 249

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



FERRETERIA

CASTELLA SAGARRA S.A. de C.V.

Castella Sagarra es una ferretería que se dedica a la importación, distribución y venta al mayor y al detal de materiales eléctricos, materiales de construcción, bombas y motores, pinturas, materiales agrícolas y artículos para el hogar en general. Su estilo de venta es autoservicio.



Sr. Jose Castella Sagarra

Cargo: Gerente General

Dirección: 1 Calle Poniente y 2da Ave Sur, Santa Ana

Teléfono: PBX (503) 441 3033

FAX (503) 441 2974

E-mail: castella@castellasagarra.com



Es una empresa del grupo Vidri Duch, SA de CV que esta compuesto por Viduc y Vidri, ambas ferreterías. Su actividad se orienta a la importación, distribución, mayoreo y venta al detalle materiales de construcción, materiales eléctricos, pinturas,

fontanería, jardinería herramientas eléctricas, accesorios para vehículos y una amplia gama de ferretería en general. Su capital es netamente salvadoreño.



Contacto:

- Agustín Ernesto Orellana
- Gerente de Compras
- Avenida España No. 515 y Alameda Juan Pablo Segundo, San Salvador
- Telefonos: (503) 2815000
- Fax: (503) 2815001
- Email: compras@viduc.com.sv

FREUND:

Freund con cubrimiento nacional es una de las ferreterías más grandes de El Salvador donde su mayor preocupación es la atención para cada uno de sus cliente, buscando así ofrecer comodidad y servicios especializado a los clientes más exigentes.

Para lograr cumplir con su promesa de servicia, en algunos de sus puntos de venta en cada uno de los departamentos hay asesores calificados donde orientan al consumidor de acuerdo a las necesidades.

El portafolio de productos que ofrece al consumidor esta ferretería está por encima de los 350.000 ítems donde mas del 40% son de producción nacional.

Contacto:

- Eduardo Freund
- Gerente General
- Prolongación autopista norte y Pasaje Freund No.3 Colonia Mompegon, San Salvador
- Telefonos: (503) 276 3333 ó 276 8888
- Fax: (503) 276 3250
- Email: freund@freundsa.com

4.1.1.2. SUPERMERCADOS

A su vez, los supermercados son grandes importadores. En el mercado salvadoreño, los principales importadores son las ferreterías y los supermercados. Este punto de distribución al detalle también resulta muy importante, ya que existen cerca de 100 sucursales a nivel del país en donde se explota la comercialización de bombillos tradicionales, bombillos ahorradores de energía, extensiones, que son los productos de aparatos eléctricos que tienen una mayor demanda en los supermercados. Los principales supermercados son los pertenecientes al Grupo La Fragua bajo los nombres de Paiz e Hiperpaiz

PAIZ E HIPERPAIZ:

Hipe Paiz y Paiz pertenecen a la Corporación La Fragua, empresa de capital guatemalteco, fundada hace más de 70 años.

Su presencia en El Salvador con los hipermercados donde se venden aparatos eléctricos se inició en el año 2000, pero dada la ubicación de la primera tienda que atendía a un segmento de clase baja no tuvo el éxito esperado por la empresa.

A finales del 2003 abrieron el segundo HiperPaiz, en un centro comercial llamado Hiper Mall. Ha captado muchos consumidores de la clase media y media alta y lo más importante es que está cambiando el concepto de las compras rutinarias, estimulando a los consumidores a adquirir todo en un solo punto.

En cuanto a los productos de este sector no les gusta manejar más de tres marcas para un mismo artículo y así poder obtener alta rotación, ya que sus días de inventario en esta línea deben ser menores a 30 días.

Con relación a las condiciones de pago solicitan 60 días pero usualmente no cancelan antes de 90 días.

Cuando adquieren productos importados lo hacen a través de importadoras del mismo grupo empresarial y usualmente en términos CIF. Si adquieren estos productos desde fuera de Centro América, los importan temporalmente a Guatemala, allí desconsolidan la carga y luego reexportan a El Salvador vía terrestre.

4.1.2. Línea Industrial

Dado que los productos de la línea Industrial no están dirigidos al mercado masivo, los canales de distribución son muy pequeños y desconocidos para el común de la población. Estos negocios son importadores y venden directamente al usuario final del producto, que en este caso son las empresas generadoras de energía así como las empresas distribuidoras de energía. Estos productos no son comercializados en almacenes o tiendas, a pesar que algunos de los productos que comercializan son vendidos a empresas constructoras o industrias.

Las empresas que se dedican a la importación y venta de productos en la línea industrial son parte de las grandes ferreterías PANADES, Ferretería RUDY, y empresas más especializadas aparatos eléctricos de uso industrial entre las cuales se encuentran:

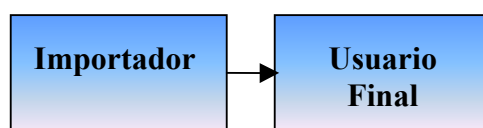
- IMFICA, empresa que se dedica a la importación de materiales para la construcción de torres y postes metálicos.
- ESB que se dedica a la importación de transformadores de potencia y equipos de medición para las distribuidoras eléctricas.
- Suministros Electromecánicos, es una empresa mucho más variada en sus importaciones, sin embargo su mercado es específico ya que únicamente le vende a las distribuidoras de energía eléctrica.
- DYMEI empresa dedicada a la importación de materiales para la industria eléctrica, además proporciona un servicio integral ya que va desde la parte de ingeniería, suministros y construcción.

Estas empresas importan sus productos de Estados Unidos y Europa, aunque en los últimos años la producción asiática, específicamente China, ha estado ganando terreno gracias a sus economías de escala que les permite manejar niveles de precios bajos que son incentivo para los salvadoreños.

Las Ferreterías como PANADES y RUDY si bien es cierto que importan productos de uso industrial como transformadores y aparatos de alumbrado industrial, el principal negocio de estas empresas es la ferretería de venta al detalle y no los materiales eléctricos de forma específica. Las otras empresas en cambio están dirigidas específicamente hacia el mercado eléctrico de tipo industrial.

Es importante resaltar que en la línea industrial no existen muchas empresas proveedoras, ya que el mercado no es muy grande resultando poco atractivo. En la actualidad existen suficientes importadores para satisfacer las necesidades de la demanda. Adicionalmente, los consumidores ya tienen definidos sus proveedores exclusivos que les atienden y satisfacen sus necesidades.

Las licitaciones para proyectos grandes por parte del gobierno permiten la participación de empresas proveedoras del exterior y debido a los grandes suministros es posible que las empresas del exterior obtengan los beneficios de las licitaciones por la falta de capacidad que puedan mostrar los proveedores locales. El proceso de licitación se presentó en el capítulo dos de este informe.



Se conoció que en El Salvador los procesos de licitación se llevan de forma transparente y que el gobierno evalúa de la misma forma, las ofertas presentadas por nacionales como por extranjeros. La ventaja de los nacionales está en aquellas licitaciones de varios productos en forma de paquete, porque normalmente los extranjeros sólo fabrican uno de esos productos y prefieren no involucrarse en la venta de equipos que no sean fabricados por ellos.

Empresas dedicadas a la comercialización de aparatos eléctricos de la línea industrial

Especialistas en Materiales Eléctricos



Especialistas en el suministro completo de materiales y equipos eléctricos en los campos de distribución eléctrica instalaciones e industriales. Es importador de los materiales que vende, su canal de distribución es básicamente la venta directa a nivel nacional.

Además suplen de equipos de control y automatización para mantenimiento y aplicaciones industriales. Venta al mayor y al detal. Su capital es netamente salvadoreño.

El margen de comercialización que esta empresa maneja es de aproximadamente del 15%, entre el proveedor y el usuario final.

Esta empresa cuando realiza importaciones maneja precios CIF y el plazo de pago que se toman para la cancelación de las facturas está en un intervalo entre 60 y 90 días.

CHS, es una empresa que comercializa sus productos principalmente a Empresas generadoras y distribuidoras de energía eléctrica así como también a pequeños constructores.


PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	<p>Fusible Cilindrico Clase gC, Tamaño 10 x 38</p> <p>Fusibles cilíndricos tamaño 10 x 38 mm, capacidad de ruptura de 100 kA para 500 V.</p>		<p>Fusible Cilindrico Clase gC, tamaño 8,5 x 31,5 mm</p> <p>Fusibles cilíndricos tamaño 8,5 x 31,5 mm, capacidad de ruptura de 100 kA para 400 V.</p>
Fuente: CSH importadora Elaboración: Grupo Consultor		Fuente: CSH importadora Elaboración: Grupo Consultor	

Contacto:

- Ing Alejandro Castro
- Gerente Comercial
- Boulevard Altamira No. 13 Resdnecial Villa Galicia, San Salvador
- Telefonos: (503) 273 2577
- Fax: (503) 273 5508
- Cel 830 3162
- Email: acastro@csh.com.sv
- Email: csh@csh.com.sv
- pagina web: csh.com.sv



Suministro de equipos de fuerza y control eléctricos, asesoría, diseño, montaje y mantenimiento en instalaciones eléctricas. Lleva en el mercado salvadoreño más de veinte años lo que le da confiabilidad. Representa varias marcas en el mercado.

Producto	Descripción
	<p>CONTROLES, TIMERS, REGLETAS</p>
<p align="center">Fuente: ESB Elaboración: Grupo Consultor</p>	

Producto	Descripción
	EQUIPOS DE MEDICION Y CONTROL
Fuente: ESB Elaboración: Grupo Consultor	

Producto	Descripción
	TRANSFORMADORES
Fuente: ESB Elaboración: Grupo Consultor	



Crompton & Greaves, fabricante de equipos de fuerza y control, tales como Breakers en los tipos MCCB, ACB y MCB desde 10 amp. hasta 4000 amp. Contactores, relés de sobrecarga, PLC, transformadores de corriente, timers, medidores para paneles, terminales de nylon, canaleta plástica y otros, además fabrican tableros y gabinetes metálicos de acuerdo a las necesidades del cliente, se cuenta con equipo y personal capacitado para brindarle asesoría para ahorro energético o suministrarle servicios de diseño y montaje para instalaciones eléctricas industriales de acuerdo a estándares Internacionales.

Contacto: Ing. Edgar S. Saade Babún
 Gerente General
 Tel.: (503) 260-1050
 E-mail: esb.venta@integra.com.sv



Administración de la Energía y ahorro Energético.

Suministro de Equipo de Control y Medición de Energía Eléctrica.

Compañía salvadoreña con mucha experiencia en proyectos de ingeniería eléctrica, cuenta con asesoría y soporte para las empresas y sus procesos productivos. Es distribuidor de la marca:



Producto	Descripción
	<i>IQ ANALYZER</i> Power Net Software * Forma de onda y gráficos de barras de armónicas * Disturbios y variaciones * Tendencias y facturación La mejor decisión para el control y manejo de la energía eléctrica son los medidores de calidad de la energía; estos capturan toda la información para analizar los sistemas de potencia y su operación. Si usted puede medirlo y cuantificarlo, puede controlarlo
Fuente: Luzsal Elaboración: Grupo Consultor	

Producto	Descripción
	<i>SUPRESORES Y REGULADORES.</i> Equipo que ayuda a detectar los trasientes o picos y previene los daños causados por estos en los aparatos eléctricos
Fuente: Luzsal Elaboración: Grupo Consultor	

Producto	Descripción
	<p><i>BANCOS DE CAPACITORES FIJOS, AUTOMATICOS Y FILTRADO DE ARMONICAS</i></p> <p>Centros de carga, transferencias, centro de control de motores arrancadores, interruptores</p>
<p>Fuente: Luzsal Elaboración: Grupo Consultor</p>	

Contacto:

Teléfono: (503) 243-3336

Fax: (503) 243-3419

E-mail: info@luzsal.com

Dirección: Cumbres de Cuscatlán I, Cl. Metz, Pje. 4 No. 102, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador, C.A.

FERRETERÍA RUDY


Empresa distribuidora de productos eléctricos tales como Transformadores General Electric y Cooper Power, Conductores Phelps Dodge, Tubería MT, MCI y CONDUIT, Térmicos Cutler Hammer y Tableros y también en la marca General Electric Pararrayos Cooper Power y del mar Aisladores Corta Circuitos ABB y del mas Aisladores Campana y tipo Cabezote para líneas de 13000 y 24000 (CEL y CAESS), Herrajerías bajo normas de la Siget Galvanizadas en caliente, producto BTicino Placas Apacadores Térmicos y Cajas Térmicas (BTicino)



SUMINISTROS ELÉCTRICOS Y
ELECTRÓNICOS, SA DE CV



ELABORACIÓN: RUDY RUDY S.A. DE C.V.

Producto	Descripción
	<p>Transformadores de Potencia marca General Electric y Cooper Power</p>
<p>Fuente: Ferretería RUDY Elaboración: Grupo Consultor</p>	

Esta empresa se encarga de importar productos tanto eléctricos como electrónicos para la industria en general, además de contar con un servicio de ingeniería electrónica a fin de brindar asesoría a sus clientes, cuenta con representaciones de diversas marcas en las áreas que cubre: materiales eléctricos, conductores, semiconductores, herramientas para el trabajo eléctrico y material electrónico, tales marcas son:



Empresa que proporciona un servicio integral, es decir elabora proyectos desde ingeniería, suministros y construcción. Pertenece al grupo Gibraltar quien es propietario de DYCSA, DYAMEC, COHABIT. Posee una cobertura a nivel Centroamericano

Como parte integral de sus servicios, son distribuidores de las más prestigiadas marcas de Equipos, Herramientas, Materiales Electrónicos y Cables para Telecomunicaciones. Tales como:



Para plantas Eléctricas e interruptores de Transferencia



Sistema de Potencia Interrumpida UPS



Conectores y Herramientas para sistemas eléctricos y de Telefonía



Herramientas para electricistas y mecánicos



Equipos de Medición



Baterías selladas

4.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Al interior de las ventas del sector de aparatos eléctricos, se estima que cerca del 80% de las ventas son capitalizadas por las ferreterías Vidrí, Goldtree y Freund, mientras que el restante 20% se reparte entre otras grandes ferreterías, ferreterías independientes, supermercados y otros canales.

En términos de la línea industrial, el cálculo es complejo de estimar debido al hermetismo tanto de los clientes como de los mismos proveedores.

4.3. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES

Tabla 16: Directorio de Empresas²³

NOMBRE DE LA EMPRESA IMPORTADORA	CONTACTO	DIREC	TEL.	E-MAIL	SITIO WEB
VIDRI, S.A. ALMACENES	Sr. Ramón Vidrí	21 AV. SUR E-12 y 14 CALLE PTE.	271-4033	vidri@terra.com.sv	www.vidri.cm.sv
ATESA, DE CV	Ing Moises H. Vides Oliva	CALLE FRANCISCO MENENDEZ No. 1211, BARRIO SANTA ANITA, COLONIA SANTA CRISTINA, S.S.	222 - 1911	atesasa@nttcb.net	www.atesasa.com
C.S.H. IMPORTADORA, S.A. DE C.V.	Ing. Heldi Palacios	BLVD. ALTAMIRA RESID. VILLA GALISIA #13	273 - 2577 / 223-7249	csh@csh.com.sv	www.csh.com.sv
FERRETERIA CASTELLA SAGARRA	-	ALAMEDA DR. MANUEL ENRIQUE ARAUJO Y PJE. CARBONELL, COL. ROMA	298 - 3033	castella@castellasagarras.com	www.castellasagarras.com
INMENZA. DE C.V.	Sr. Salvador Garay	31 CALLE PTE. ENTRE 5a y 7a AVE. NTE. No 441-A, COL. LAYCO, Bo. SAN MIGUELITO, S.S.	225 - 6451	inmensa@telemovil.net	-
J. BATRES LIGHTING, S.A. DE C.V.	Lic. Jose Maria Batres	CALLE Y COLONIA LA MASCOTA # 139-B, S.S.	223 - 0493	j.batres@telecam.net	-
MATELECTRIC, S.A. DE C.V.	Sr. Rene Ovidio Rivera	5a CALLE PONIENTE # 217, S.S.	271-1333	reca@saltel.net	-

²³ A partir de información recopilada en entrevistas se elaboró un listado de los importadores-distribuidores de los productos del sector en El Salvador. No se excluyó a ningún posible importador mencionado, ya que no existen muchos en el país.

NOMBRE DE LA EMPRESA IMPORTADORA	CONTACTO	DIREC	TEL.	E-MAIL	SITIO WEB
ETESAL. S.A. DE C.V.	-	BOULEVARD MERLIOT EDIFICIO ADEBIEN No. 7, CIUDAD MERLIOT, ANTIGUO CUSCATLAN, LA LIBERTAD.	211-6600	welias@etesal.com.sv	www.etesal.com
PANADES, S.A. DE C.V.	Sr. Ernesto Alvarenga	BLVD.LOS PROCERES, FTE. A LA UCA	273-4433	panades@es.com.sv	-
SERVISTAR	Licda. Any Herrera	27 AV. SUR # 756, COLONIA CUCUMACAYAN, S.S.	231 - 2205 / 231- 2216	nisa@negociosinternacionales.com	www.negociosinternacionales.com
SUMINISTROS ELECTROMECAÑICOS, S.A. DE C.V.	Sr. Ernesto Antonio Gutiérrez.	25a AV. NORTE #1025, SAN SALVADOR.	226-5914	sumeles@vianet.com.sv	-
SYLVANIA S.A. DE C.V.	Ing. Sonia de Giron	ZONA INDUSTRIAL PLAN DE LA LAGUNA, CALLE CIRCUNVALACION, LOTE D-7, ANTIGUO CUSCATLAN.	243 - 0343	sylvania.elsalvador@integradora.com.sv	-
VIDUC (CASA MATRIZ)	Sr. Agustin Orellana	AV.ESPAÑA #515 Y ALAM.JUAN PABLO II	281-5000	viduc1.com@salnet.net	-
DYMEL, SA DE CV	Ing. German Vega	CALLE L-2 BOULEVARD PYNSA, EDIF. BORGONOVO ZONA INDUSTRIAL MERLIOT.	287 - 5000	atencion.cliente@dymel.com.sv	www.dymel.com.sv
C.S.H. IMPORTADORA, S.A. DE C.V.	Ing. Haldi Palacios	BLVD.ALTAMIRA RESID. VILLA GALISIA #13	273 - 2577 / 223-7249	csh@csh.com.sv	www.csh.com.sv

Fuente DIGESTYC e Investigación propia

Elaboración: Grupo Consultor

4.4. CONCLUSIONES CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Las más grandes y principales empresas presentes en el mercado Salvadoreño tienen sus oficinas principales en la zona Metropolitana de San Salvador, específicamente en la ciudad de San Salvador, capital de la república, desde ahí operan y dirigen todas las actividades referentes al mercado de aparatos eléctricos. Su operación incluye las actividades administrativas y productivas, así como logísticas.

Las grandes ferreterías concentran las ventas del sector comercial, siendo a su vez proveedores de ferreterías más pequeñas e independientes que por sus características y el volumen que manejan les es imposible importar directamente.

Aunque no existen largas cadenas de abastecimiento, el precio final de los productos se ve afectado principalmente por los altísimos márgenes que el comercio maneja.

En la línea industrial, los detallistas tienen ya definidos sus clientes y viceversa, razón por la cual la planeación del año se realiza de manera conjunta en orden de satisfacer la demanda no solamente en precios sino en tiempos de despacho también.

Los canales de comercialización cambian de acuerdo a la destinación de los productos. Si la destinación es uso industrial, las ferreterías especializadas en aparatos eléctricos son la alternativa a cubrir, pero si la destinación es el hogar, las cadenas de ferreterías con productos para el hogar son la mejor alternativa para lograr el paretto de manera eficiente. Estas ferreterías abarcan una amplia gama de productos compitiendo en calidad y precios versus establecimientos con menor grado de elegancia y ubicación geográfica.

En la línea industrial, es importante que los establecimientos ofrezcan al consumidor/cliente ciertos niveles de garantía y servicio postventa, atributos valorados por las empresas distribuidoras de energía.

Ahora bien, la aparición de grandes ferreterías no significa una expansión indiscriminada de este tipo de establecimientos; sin embargo, al estos establecimientos ofrecer ciertos grados de confort, comodidad, ubicación y con precios y calidad similar a competidores independientes generan un valor agregado sin precedentes en el manejo de la categoría. De igual manera, el hecho de poder el consumidor encontrar diferentes elementos en el mismo establecimiento, lo lleva a utilizar cada vez más este tipo de almacén para satisfacer sus necesidades.

5 CONDICIONES DE ACCESO Y LOGISTICA

5.1 ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES Y PERSPECTIVAS

Situación del Sector en el Marco de la Unión Centroamericana y Perspectivas del ALCA

Como parte de la Unión Centroamericana y con los Tratados de Libre Comercio que actualmente posee El Salvador con países como México, Chile, República Dominicana, Panamá y Estados Unidos, no existen barreras significativas de entrada a los productos procedentes de estos países, aunque se intenta mantener protegida la industria nacional otorgándole un valor porcentual a los productos provenientes del extranjero y que representen algún tipo de competencia para la industria nacional.

Ante las deficiencias anotadas y con la perspectiva de aprovechar las ventajas de un mercado eléctrico con alcance regional, los países del Istmo vienen impulsando el proyecto Sistema de Integración Eléctrica de los Países de Centroamérica (SIEPAC), apoyado en la creación de un mercado eléctrico regional y en la construcción de la línea de transmisión de alta capacidad que interconecte los países de la Región.

El sistema de transmisión regional incluye las instalaciones dirigidas a reforzar los sistemas eléctricos existentes, la construcción de la línea de interconexión a 230 kw desde Guatemala hasta Panamá, y las ampliaciones de las subestaciones asociadas. Se estima la puesta en operación de la línea en el año 2005.

Este proyecto hará posible la creación de un mercado eléctrico regional y facilitará la integración entre los sistemas eléctricos nacionales, permitiendo:

- El desarrollo de plantas de generación más grandes, menores costos unitarios, y con los beneficios derivados de las economías de escala.
- El comercio de energía económica y de excedentes que no tendrían colocación sin una interconexión robusta.
- Los beneficios económicos de la coordinación de la operación entre los sistemas de los seis países.
- Reducción de los costos de operación, al permitir mayores economías en un despacho regional.
- Ayuda a un país en caso de problemas de racionamiento, lo cual económicamente se traduce en menores costos de falla y reducción de la energía no servida.
- Una mayor confiabilidad para la operación de los sistemas y mejor seguridad para la cobertura de la demanda.

Según la Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana (SG-SICA) <http://www.sgsica.org/>

5.2 Derechos Arancelarios

Es muy importante el conocimiento de los impuestos y requisitos para la exportación de aparatos eléctricos 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.

Los aparatos eléctricos ingresan a El Salvador pagando un arancel que oscila entre 0% y 15%. México es uno de los principales proveedores de las importaciones de este tipo de productos, por tal razón, en la tabla a continuación se muestra el arancel que paga dicho país.

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General	Arancel México
8504	TRANSFORMADORES ELECTRICOS, CONVERTIDORES ELECTRICOS ESTATICOS (POR EJEMPLO: RECTIFICADORES) Y BOBINAS DE REACTANCIA (AUTOINDUCCION)	0	0
8530	APARATOS ELECTRICOS DE SEÑALIZACION (EXCEPTO LOS DE TRANSMISION DE MENSAJES), SEGURIDAD, CONTROL O MANDO, PARA VIAS FERREAS O SIMILARES, CARRETERAS, VIAS FLUVIALES, AREAS O PARQUES DE ESTACIONAMIENTO, INSTALACIONES PORTUARIAS O AEROPUERTOS (EXCEPTO LOS DE LA PARTIDA 8608)	0	0
8535	APARATOS PARA CORTE, SECCIONAMIENTO, PROTECCION, DERIVACION, EMPALME O CONEXION DE CIRCUITOS ELECTRICOS (POR EJEMPLO: INTERRUPTORES, CONMUTADORES, CORTACIRCUITOS, PARARRAYOS, LIMITADORES DE TENSION, SUPRESORES DE SOBRETENSION TRANSITORIA, TOMAS DE CORRIENTE, CAJAS DE EMPALME), PARA UNA TENSION SUPERIOR A 1,000 VOLTIOS	0	0

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General	Arancel México
8536	APARATOS PARA CORTE, SECCIONAMIENTO, PROTECCION, DERIVACION, EMPALME O CONEXION DE CIRCUITOS ELECTRICOS (POR EJEMPLO: INTERRUPTORES, CONMUTADORES, RELES, CORTACIRCUITOS, SUPRESORES DE SOBRETENSION TRANSITORIA, CLAVIJAS Y TOMAS DE CORRIENTE (ENCHUFES), PORTALAMPARAS, CAJAS DE EMPALME), PARA UNA TENSION INFERIOR O IGUAL A 1,000 VOLTIOS		
- Fusibles y cortacircuitos de fusible:			
8536.10.10	- - Fusibles	0	0
- - Cortacircuitos de fusible:			
8536.10.21	- - - De seguridad, de accionamiento manual, de intensidad de corriente inferior o igual a 600 A y tensión inferior o igual a 600 V	10	0
8536.10.22	- - - De cuchilla, de accionamiento manual, de intensidad de corriente inferior o igual a 100 A y tensión inferior o igual a 250 V	10	0
8536.10.29	- - - Los demás	0	0
- Disyuntores:			
8536.20.10	- - Termomagnéticos al vacío, al aire, en aceite o en plástico moldeado, de intensidad de corriente inferior o igual a 100 A y tensión inferior o igual a 250 V	10	2%
8536.20.90	- - Otros	0	0
- Los demás aparatos para protección de circuitos eléctricos:			
8536.30.10	- - Supresores de sobretensión transitoria	0	0
8536.30.90	- - Otros	0	0
- Relés:			
8536.41.00	- - Para una tensión inferior o igual a 60 V	0	0
- - Los demás:			
8536.49.10	- - - Relevadores de sobrecarga y contactores eléctricos	10	10
8536.49.90	- - - Otros	0	0
- Los demás interruptores, seccionadores y conmutadores:			
8536.50.10	- - Interruptores unipolares giratorios o de cadena, para una tensión inferior o igual a 250 V	0	0
8536.50.20	- - Interruptores unipolares de placa o parche, para una tensión inferior o igual a 250 V	10	2%
8536.50.50	- - Interruptores unipolares accionados a presión, para una tensión inferior o igual a 250 V	0	0
8536.50.60	- - Arrancadores magnéticos, para motores eléctricos	10	2%
8536.50.70	- - Interruptores automáticos termoelectrónicos (arrancadores) para lámparas o tubos fluorescentes	10	2%
8536.50.90	- - Otros	0	0

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General	Arancel México
- Portalámparas, clavijas y tomas de corriente (enchufes):			
8536.61.00	- - Portalámparas	15	9
Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General	Arancel México
8536.69.00	- - Las demás	15	9
8536.90.00	- Los demás aparatos	0	0
8537	CUADROS, PANELES, CONSOLAS, ARMARIOS Y DEMAS SOPORTES EQUIPADOS CON VARIOS APARATOS DE LAS PARTIDAS 8535 u 8536, PARA CONTROL O DISTRIBUCION DE ELECTRICIDAD, INCLUIDOS LOS QUE INCORPOREN INSTRUMENTOS O APARATOS DEL CAPITULO 90, ASI COMO LOS APARATOS DE CONTROL NUMERICO, EXCEPTO LOS APARATOS DE CONMUTACION DE LA PARTIDA 8517		
8537.10.00	- Para una tensión inferior o igual a 1,000 V	10	2
8537.20.00	- Para una tensión superior a 1,000 V	10	2
8538	PARTES IDENTIFICABLES COMO DESTINADAS, EXCLUSIVA O PRINCIPALMENTE, A LOS APARATOS DE LAS PARTIDAS 8535, 8536 u 8537		
8538.10.00	- Cuadros, paneles, consolas, armarios y demás soportes de la partida 8537, sin sus aparatos	5	0
8538.90.00	- Las demás	0	0
8539	LAMPARAS Y TUBOS ELECTRICOS DE INCANDESCENCIA O DE DESCARGA, INCLUIDOS LOS FAROS O UNIDADES "SELLADOS" Y LAS LAMPARAS Y TUBOS DE RAYOS ULTRAVIOLETAS O INFRARROJOS; LAMPARAS DE ARCO		
8539.10.00	- Faros o unidades "sellados"	5	0
- Las demás lámparas y tubos de incandescencia, excepto las de rayos ultravioletas o infrarrojos:			
8539.21.00	- - Halógenos, de wolframio (tungsteno)	5	3
- - Los demás, de potencia inferior o igual a 200 W y para una tensión superior a 100 V:			
8539.22.10	- - - Bombillas de incandescencia de potencia superior o igual a 15 W	0	0
8539.22.90	- - - Otros	0	0
8539.29.00	- - Los demás	5	3
- Lámparas y tubos de descarga, excepto los de rayos ultravioletas:			
- - Fluorescentes, de cátodo caliente:			
8539.31.10	- - - Tubos rectos, de potencia superior o igual a 14 W pero inferior o igual a 215 W	0	0
8539.31.20	- - - Con ahorrador de energía	0	0
8539.31.90	- - - Otros	5	2
8539.32.00	- - Lámparas de vapor de mercurio o sodio; lámparas de halogenuro metálico	5	2
8539.39.00	- - Los demás	5	2
- Lámparas y tubos de rayos ultravioletas o infrarrojos; lámparas de arco:			
8539.41.00	- - Lámparas de arco	0	0
8539.49.00	- - Los demás	0	0

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General	Arancel México
- Partes:			
8539.90.10	- - Filamentos, incluidos sus alambres conductores de soporte; casquillos (bases) roscados o de pines, para bombillas de incandescencia y tubos fluorescentes	0	0
Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General	Arancel México
8539.90.90	- - Otras	0	0
8540	LAMPARAS, TUBOS Y VALVULAS ELECTRONICOS, DE CATODO CALIENTE, CATODO FRIO O FOTOCATODO (POR EJEMPLO: LAMPARAS, TUBOS Y VALVULAS, DE VACIO, DE VAPOR O GAS, TUBOS RECTIFICADORES DE VAPOR DE MERCURIO, TUBOS CATODICOS, TUBOS Y VALVULAS PARA CAMARAS DE TELEVISION), EXCEPTO LOS DE LA PARTIDA 8539	0	0
8541	DIODOS, TRANSISTORES Y DISPOSITIVOS SEMICONDUCTORES SIMILARES; DISPOSITIVOS SEMICONDUCTORES FOTOSENSIBLES, INCLUIDAS LAS CELULAS FOTOVOLTAICAS, AUNQUE ESTEN ENSAMBLADAS EN MODULOS O PANELES; DIODOS EMISORES DE LUZ; CRISTALES PIEZOELECTRICOS MONTADOS	0	0
8544	HILOS, CABLES (INCLUIDOS LOS COAXIALES) Y DEMAS CONDUCTORES AISLADOS PARA ELECTRICIDAD, AUNQUE ESTEN LAQUEADOS, ANODIZADOS O PROVISTOS DE PIEZAS DE CONEXION; CABLES DE FIBRAS OPTICAS CONSTITUIDOS POR FIBRAS ENFUNDADAS INDIVIDUALMENTE, INCLUSO CON CONDUCTORES ELECTRICOS INCORPORADOS O PROVISTOS DE PIEZAS DE CONEXION		
- Alambre para bobinar:			
8544.11.00	- - De cobre	0	0
8544.19.00	- - Los demás	0	0
8544.20.00	- Cables y demás conductores eléctricos, coaxiales	5	3
8544.30.00	- Juegos de cables para bujías de encendido y demás juegos de cables de los tipos utilizados en los medios de transporte	5	1
- Los demás conductores eléctricos para una tensión inferior o igual a 80 V:			
8544.41.00	- - Provistos de piezas de conexión	15	9
8544.49.00	- - Los demás	15	9
- Los demás conductores eléctricos para una tensión superior a 80 V pero inferior o igual a 1,000 V:			
- - Provistos de piezas de conexión:			

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General	Arancel México
8544.51.10	- - - Hilos, trenzas y cables, de cobre o aluminio (con o sin aleación de silicio, magnesio y manganeso), incluso para uso telefónico (excepto los laqueados, esmaltados, oxidados anódicamente, siliconados o con aislamiento a base de asbesto o fibra de vidrio y los telefónicos submarinos)	15	9
8544.51.90	- - - Otros	0	0
- - Los demás:			
Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General	Arancel México
8544.59.10	- - - Hilos, trenzas y cables, de cobre o aluminio (con o sin aleación de silicio, magnesio y manganeso), incluso para uso telefónico (excepto los laqueados, esmaltados, oxidados anódicamente, siliconados o con aislamiento a base de asbesto o fibra de vidrio y los telefónicos submarinos)	15	9
8544.59.90	- - - Otros	5	3
8544.60.00	- Los demás conductores eléctricos para tensión superior a 1,000 V	15	9
8544.70.00	- Cables de fibras ópticas	0	0
8546	AISLADORES ELECTRICOS DE CUALQUIER MATERIA		
8546.10.00	- De vidrio	0	0
8546.20.00	- De cerámica	0	0
8546.90.00	- Los demás	0	0
8547	PIEZAS AISLANTES TOTALMENTE DE MATERIA AISLANTE O CON SIMPLES PIEZAS METALICAS DE ENSAMBLADO (POR EJEMPLO: CASQUILLOS ROSCADOS) EMBUTIDAS EN LA MASA, PARA MAQUINAS, APARATOS O INSTALACIONES ELECTRICAS, EXCEPTO LOS AISLADORES DE LA PARTIDA 8546; TUBOS AISLADORES Y SUS PIEZAS DE UNION, DE METAL COMUN, AISLADOS INTERIORMENTE	0	0

Fuente: Elaborado Grupo consultor con base en Sieca

5.3 Barreras No Arancelarias

Para la importación de aparatos eléctricos el único documento requerido por la aduana en El Salvador es la factura comercial original. El documento de embarque lo solicita la empresa transportista para entregar la mercancía.

5.4 Etiqueta

El etiquetado se utiliza para cumplir con las reglamentaciones de embarque, para garantizar el manejo adecuado y para ayudar a quienes reciben la mercancía a

identificar las consignaciones. Para no caer en errores u omisiones, los operadores logísticos recomiendan que el diseño del rótulo externo sea acordado entre las partes.

Toda la información deberá ser clara, estar escrita con tinta a prueba de agua y en el idioma español, se debe utilizar símbolos internacionales reconocidos. El marcado de un envío embalado es fundamental para facilitar su identificación.

La información básica que debe incluir se detalla a continuación:

- Marca del embarcador
- Marca del importador, conforme a la carta de crédito
- Destino y puerto de entrada
- Número de pedido
- País de origen
- Puerto de salida y lugares de despacho
- Peso bruto, neto y volumen
- Número de paquetes y tamaño de las cajas (en el caso de autopartes)
 - Instrucciones de manipulación especial, con sus respectivos símbolos

5.5 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 las 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 las Bebidas Alcohólicas Nacionales o Extranjeras.

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.

5.51 Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios (IVA) ²⁴

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

²⁴ Decreto legislativo No 296 de 1 de septiembre de 1992.

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.

5.5.2 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.

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

5.5.3 Otros Impuestos

En adición a las tres grandes fuentes de ingresos del Estado²⁵, 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 este tipo de impuestos, no son considerados como una fuente importante en el sistema impositivo.

²⁵ Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios (IVA), Impuesto sobre la Renta y los Aranceles.

6. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES

Se espera que el sector de Aparatos Eléctricos en El Salvador continúe creciendo, debido a planes gubernamentales para estimular la construcción y al Plan Puebla Panamá que contempla la electrificación de Centro América, mejorando el índice de cobertura de energía eléctrica.

A pesar de existir en el mundo muchas marcas para cada producto de los incluidos en el sector, no se observan en el mercado gran variedad de ellas por línea. Por ejemplo, en bombillos el 92% del mercado está dominado por 3 marcas, y lo mismo ocurre en los otros productos. En la línea comercial destacan las marcas b-ticino, philips, Sylvania, y Águila. A pesar de ser un mercado orientado a precios, se observa lealtad hacia las marcas conocidas, la evidencia de esto está en lo difícil que le ha resultado a la marca Osram alcanzar amplia participación de mercado, a pesar de haber obtenido buenos espacios de góndola. En estos casos lo que las marcas realizan es mantener publicidad y presencia constantes para que el consumidor se habitúe a la marca y pueda en el futuro realizar el cambio.

Esto indica que el mercado de línea comercial puede ser penetrado por nuevas marcas, especialmente si las mismas son de bajo precio, como lo ha hecho Águila de Costa Rica. Pero para lograr una penetración efectiva es necesario que la empresa fabricante otorgue crédito a los comercializadores ya que en un inicio las ventas serán bajas, haciendo que el inventario rote muy poco. Otra condición para tener éxito en esta línea es penetrar las grandes ferreterías que son los principales comercializadores de los bienes del subsector.

En la línea industrial, la calidad es muy importante, lo cual otorga una ventaja a los productores colombianos porque sus artículos son percibidos como de buena calidad. Las oportunidades en esta línea se inician con un contacto personal, normalmente una llamada telefónica a la que le sigue una visita. Es importante contar con catálogos de productos actualizados y ofrecer muestras. Para vender en El Salvador productos de la línea industrial es necesario prestar servicio técnico especializado antes y después de la venta. Este puede ser brindado directamente por la empresa fabricante o por el distribuidor, pero siempre con capacitación del fabricante. Sin embargo el consumidor prefiere que la asistencia técnica sea directa del fabricante, por considerarlo especialista en los equipos.

7. ANEXOS

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)
procedente (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 _____