

Análisis del Sector Envases y Empaques



- ✓ **Envases y Empaques Plásticos**
- ✓ **Envases y Empaques de Cartón**

ISBN 958-629-238-X □ □

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@cablenet.co

Bogotá, Colombia.

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

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

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

Cítese como: Proexport Colombia. 2004. Estudio de Mercado Honduras – Sector Envases y Empaques. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 66 páginas.

Bogotá, Agosto del 2004

Estimado Empresario:

La búsqueda de acuerdos comerciales que nos permitan como país ampliar los escenarios y mercados de exportación, nos reta como PROEXPORT a apoyar en forma directa a los empresarios en sus iniciativas exportadoras, ofreciendo servicios dentro de un modelo del gestión comercial y compartiendo un conocimiento más detallado sobre los mercados y sus oportunidades.

Para lograr lo anterior, PROEXPORT, con inversión de recursos propios y de cooperación técnica no-reembolsables del BID-FOMIN, emprendió una labor de recolección y análisis de información de primera mano en los principales mercados de interés a través de la contratación de consultorías internacionales especializadas en investigaciones de mercados. Los resultados de estos trabajos permitieron analizar y conocer la dinámica comercial de los sectores en los cuales existe un potencial para nuestras exportaciones, así como detallar aspectos de competitividad, información valiosa para la orientación de las iniciativas exportadoras de nuestros empresarios.

La información que contiene este estudio, sobre la dinámica del sector, la demanda y consumo, la situación competitiva de los productos, estructura y características de la comercialización y logística de acceso al mercado, es una contribución e invitación a profundizar y conocer aspectos que nos permitan avanzar en la realización de negocios en escenarios internacionales.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'LGP', with a stylized flourish at the end.

Luis Guillermo Plata P.
Presidente PROEXPORT

TABLA DE CONTENIDO.

RESUMEN EJECUTIVO	8
1. INFORMACIÓN GENERAL	10
1.1. EVOLUCIÓN DEL SECTOR	10
1.2. SUBSECTORIZACIÓN	10
2. COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	13
2.1. TAMAÑO DEL MERCADO	13
2.1.1. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO DEL MERCADO	14
2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR	15
2.1.2.1. IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LAS MISMAS	16
2.1.2.2. EXPORTACIONES Y DESTINO DE LAS MISMAS	20
2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL	24
2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – HONDURAS	25
2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	26
2.3. DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES / CLIENTES.	28
2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES	30
2.5. CONCLUSIONES	30
3. ANALISIS DE LA COMPETENCIA	32
3.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA	32
3.1.1. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS	33
3.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS	34
3.2. MEZCLA DE MERCADEO	42
3.2.1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS	42
3.2.2. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE ENVASES Y EMPAQUES	44
3.2.3. PRECIOS	46
3.3. CONCLUSIONES	47
4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION	48
4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	48
4.2. IMPORTADORES	49
4.3. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES	50
4.4 CONCLUSIONES CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	51
5. ACCESO AL MERCADO	52
5.1. SITUACIÓN DEL SECTOR FRENTE A LOS ACUERDOS DE COMERCIO	52
5.2 DERECHOS ARANCELARIOS	52

5.2.1 ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS	52
5.2.2. ENVASES Y EMPAQUES DE CARTÓN	56
5.3. BARRERAS NO ARANCELARIAS	61
5.4. ETIQUETADO	61
5.5 IMPUESTOS INTERNOS	62

6. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES	65
--	-----------

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. PARTIDAS ARANCELARIAS PARA LOS PRODUCTOS EN ESTUDIO	11
TABLA. 2 TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO DE ENVASES Y EMPAQUES DE HONDURAS, AÑO 2002 EN US\$	13
TABLA 3 EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO DE ENVASES Y EMPAQUES DE HONDURAS, DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	15
TABLA 4. IMPORTACIONES POR LÍNEA EN US\$, DESDE 1999 HASTA 2002	16
TABLA 5. EXPORTACIONES POR LÍNEA EN US\$, DESDE 1999 HASTA 2002	21
TABLA 6. BALANZA COMERCIAL DE EL SALVADOR POR LÍNEA DE 1999 HASTA 2002, EN US\$	25
TABLA 7. IMPORTACIONES EN GUATEMALA PROCEDENTES DE COLOMBIA, EN US\$	26
TABLA 8. EXPORTACIONES DE GUATEMALA A COLOMBIA, EN US\$	26
TABLA 9 BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES	50

INDICE DE GRAFICAS

GRAFICA 1 PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE CADA SUBSECTOR EN EL TAMAÑO DEL MERCADO, AÑO 2002	14
GRÁFICA 2 EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO DE ENVASES Y EMPAQUES DE HONDURAS, DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	15
GRÁFICA 3. IMPORTACIONES DE ENVASES Y EMPAQUES DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	16
GRÁFICA 4. PARTICIPACIÓN DE CADA LÍNEA EN ESTUDIO EN EL TOTAL DE IMPORTACIONES DEL SECTOR PARA EL AÑO 2002	17
GRÁFICA 5. IMPORTACIONES DE ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	18
GRÁFICA 6. IMPORTACIONES DE ENVASES Y EMPAQUES DE PLÁSTICO POR PAÍS DE ORIGEN, AÑO 2002	19
GRÁFICA 7. IMPORTACIONES DE ENVASES Y EMPAQUES DE CARTÓN DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	19
GRÁFICA 8. IMPORTACIONES DE ENVASES Y EMPAQUES DE CARTÓN POR PAÍS DE ORIGEN, AÑO 2002	20
GRÁFICA 9. EXPORTACIONES DE ENVASES Y EMPAQUES EN US\$	21
GRÁFICA 10. EXPORTACIONES DE ENVASES Y EMPAQUES EN PORCENTAJE, AÑO 2002	22
GRÁFICA 11. EXPORTACIONES DE ENVASES Y EMPAQUES DE PLÁSTICO EN US\$	22
GRÁFICA 12. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ENVASES Y EMPAQUES DE PLÁSTICO, 2002	22
GRÁFICA 13. EXPORTACIONES DE ENVASES Y EMPAQUES DE CARTÓN EN US\$	23
GRÁFICA 14. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ENVASES Y EMPAQUES DE CARTÓN, 2002	24
GRÁFICA 15. BALANZA COMERCIAL DE GUATEMALA SECTOR ENVASES Y EMPAQUES, EN US\$	25
GRÁFICA 16 COMERCIO BILATERAL COLOMBIA GUATEMALA DEL SUBSECTOR ENVASES Y EMPAQUES DE PLÁSTICO, DESDE 1999 HASTA 2002 EN US\$	26

GRÁFICA 17 PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS EN HONDURAS, AÑO 2003	44
GRÁFICA 18 PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE PLÁSTICOS POLIETILENO, AÑO 2003	44
GRÁFICA 19 PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE PLÁSTICOS POLIPROPILENOS, AÑO 2003	45
GRÁFICA 20 PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE ENVASES Y EMPAQUES PLÁSTICOS LAMINADOS, AÑO 2003	45
GRÁFICA 21 PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE ENVASES Y EMPAQUES DE CARTÓN, AÑO 2003	46

RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de envases y empaques de Honduras alcanzó para 2002 la suma de US\$223,2 Millones, representando la producción local el 52.6% del mercado total. Igualmente, el sector ha presentado crecimientos constantes en los últimos cuatro años, siendo el 2000 y el 2001 los años que más contribuyeron a éste crecimiento, principalmente debido al crecimiento económico de éste periodo. A pesar que en otras categorías la producción local es insignificante debido al escaso desarrollo industrial local, Honduras cuenta con presencia de empresas productoras de Envases y Empaques nacionales y extranjeras que fabrican sus productos al interior del país, evitando costos de transporte que impactan el costo promedio los productos. Adicionalmente, se han desarrollado algunas fábricas de producto a base de cartón debido al alto costo del transporte internacional de éste producto.

En Honduras la mayor parte del mercado de Envases y Empaques de plástico que se comercializan corresponden a los elaborados con polietileno y polipropileno, debido principalmente a que la demanda local se enfoca en envases y empaques que impacten de la menor manera posible el costo de los bienes o productos.

El 61% del sector corresponde a Envases y Empaques de Cartón, a pesar que sus importaciones corresponden al 50% de las importaciones del sector. Esto confirma lo dicho anteriormente, es decir, que hay preferencia en los competidores por producir localmente los empaques de cartón por los elevados costos de transporte internacional.

Los factores decisores en la compra de envases y empaques son el precio en primer lugar, seguido por calidad, tiempos de entrega y condiciones de crédito. Sin embargo, en las multinacionales la importancia de estos factores cambia ya que lo principal pasa a ser la calidad y posteriormente el precio.

En Honduras, la mayoría de los competidores se dedican a la fabricación de Envases y Empaques plásticos de polietileno y polipropileno, así como a los empaques de cartón. Los laminados plásticos son vendidos principalmente por empresas extranjeras ya que el mercado hondureño no permite alcanzar economías de escala necesarias para recuperar el costo de inversión en maquinarias.

Entre los productores destacan dos empresas, ambas de capital salvadoreño CYBSA y SIGMA Q. La ventaja competitiva que estas corporaciones han logrado desarrollar se basan en poseer plantas de empaques de cartón en Honduras con el objetivo de reducir costos de transporte; mientras que los envases plásticos son manufacturados usualmente en El Salvador, permitiéndoles ofrecer bajos precios con excelente calidad. Adicionalmente, cuentan con oficinas en San Pedro sula y en Tegucigalpa para atender personalmente a sus clientes en el proceso de diseño y servicio post-venta.

Las estrategias de promoción se centran en las ventas personales. Para los clientes es sumamente importante la atención personalizada y demandan esto de los competidores. La mayoría de los vendedores son personas con preparación universitaria y con conocimientos de proceso de producción para poder brindar el servicio requerido. La inversión en publicidad se destina a la producción de brochures y piezas para exhibir las muestras.

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. EVOLUCIÓN DEL SECTOR

El consumo del sector de envases y empaques en Honduras se alcanzó un crecimiento acumulado del 28% en el periodo comprendido entre 1999 y 2002, siendo el 2000 y 2001 los años de mayor crecimiento económico, desarrollo que permitió el crecimiento de industrias como la de Envases y Empaques.

Desagregadamente hablando, el subsector de envases plásticos experimentó un crecimiento del 41.8% durante el mismo periodo, jalonando el comportamiento del sector puesto que empaque de cartón creció solo en un 20,4% en el período estudiado (1999-2002). La sustitución de empaques y envases de vidrio y lata mayormente por plástico ha ocasionado el desarrollo del sector, siendo preferida por los fabricantes la utilización del plástico sobre otro tipo de materiales.

A la fecha no se ha evidenciado una preferencia clara por parte de los consumidores, quienes obviamente demandan los productos independientemente del material del envase; sin embargo, se espera que la continúa migración de empresas hacia la utilización del plástico, no tenga impacto mayor en las decisión de compra de los consumidores.

La producción nacional del sector representó en el año 2002 el 1.804% del PIB, desconociéndose cifras aproximadas de la generación de empleo en el país. Lo que se puede confirmar, es que la industria ha generado empleo debido al crecimiento económico y posiblemente demandará mayor cantidad de mano de obra debido al crecimiento esperado con la entrada del esquema de Paquete Completo en las maquilas hondureñas.

Las importaciones de envases y empaques crecieron en un 30% desde 1999 hasta el 2002, percibiéndose un mayor índice de crecimiento que el del consumo local, indicadores que son reflejo de la preferencia por proveedores extranjeros cuya capacidad tecnológica les permite ofrecer al mercado empaques laminados

1.2. SUBSECTORIZACIÓN

Para el estudio del sector de Envases y Empaques en Honduras se dividió el sector en dos subsectores:

- **Envases y Empaques de Plástico:** Empaques flexibles para alimentos y productos de aseo; termo formados; envases y tubos colapsibles; bombonas, frascos, botellas y artículos similares. Bolsitas y cucuruchos (conos); bolsas termoencogibles
- **Envases y Empaques de Cartón:** Cajas plegadizas; empaques, etiquetas.

Los envases y empaques de plástico se dividen a la vez en dos grandes grupos:

- Rígidos: como las botellas para Coca Cola o aceite, y
- Flexibles
 - Polietilenos
 - Polipropilenos
 - Laminados

Las partidas arancelarias incluidas en este estudio para el análisis de la dinámica del comercio exterior y del tamaño del sector se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 1. Partidas Arancelarias para los productos en estudio

Envases y empaques plásticos	3923	ARTICULOS PARA EL TRANSPORTE O ENVASADO, DE PLASTICO; TAPONES, TAPAS, CAPSULAS Y DEMAS DISPOSITIVOS DE CIERRE, DE PLASTICO
	3919	PLACAS, LAMINAS, HOJAS, CINTAS, TIRAS Y DEMAS FORMAS PLANAS, AUTOADHESIVAS, DE PLASTICO, INCLUSO EN ROLLOS
	3920	LAS DEMAS PLACAS, LAMINAS, HOJAS Y TIRAS, DE PLASTICO NO CELULAR Y SIN REFUERZO, ESTRATIFICACION NI SOPORTE O COMBINACION SIMILAR CON OTRAS MATERIAS
	3921	LAS DEMAS PLACAS, LAMINAS, HOJAS Y TIRAS, DE PLASTICO
	3926.90.91	Etiquetas impresas, metalizadas con baño de aluminio y con respaldo de papel
Envases y empaques de cartón	4804	PAPEL Y CARTON KRAFT, SIN ESTUCAR NI RECUBRIR, EN BOBINAS (ROLLOS) O EN HOJAS, EXCEPTO EL DE LAS PARTIDAS 48.02 Ó 48.03
	4805	LOS DEMAS PAPELES Y CARTONES, SIN ESTUCAR NI RECUBRIR, EN BOBINAS (ROLLOS) O EN HOJAS, LOS DEMAS PAPELES Y CARTONES, SIN ESTUCAR NI RECUBRIR, EN BOBINAS (ROLLOS) O EN HOJAS, QUE NO HAYAN SIDO SOMETIDOS A TRABAJOS COMPLEMENTARIOS O TRATAMIENTOS DISTINTOS DE LOS ESPECIFICADOS EN LA NOTA 3 DE ESTE CAPITULO
	4806	PAPEL Y CARTON SULFURIZADOS, PAPEL RESISTENTE A LAS GRASAS, PAPEL VEGETAL, PAPEL CRISTAL Y DEMAS PAPELES CLANDRADOS TRANSPARENTES O TRANSLUCIDOS, EN BOBINAS (ROLLOS) O EN HOJAS
	4807	PAPEL Y CARTON OBTENIDOS POR PEGADO DE HOJAS PLANAS, SIN ESTUCAR NI RECUBRIR EN LA SUPERFICIE Y SIN IMPREGNAR, INCLUSO REFORZADOS INTERIORMENTE, EN BOBINAS (ROLLOS) O EN HOJAS
	48115	PAPEL Y CARTÓN RECUBIERTOS, IMPREGNADOS O REVESTIDOS DE PLÁSTICO (EXCEPTO LOS ADHESIVOS)
	4819	CAJAS, SACOS (BOLSAS), BOLSITAS, CUCURUCHOS (CONOS) Y DEMAS ENVASES DE PAPEL, CARTON, GUATA DE CELULOSA O NAPA DE FIBRAS DE CELULOSA; CARTONAJES DE OFICINA, TIENDA O SIMILARES
	4821	ETIQUETAS DE TODAS CLASES, DE PAPEL O CARTON, INCLUSO IMPRESAS

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

2. COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

En este capítulo se presenta una descripción del tamaño del mercado, así como se describe el comportamiento del comercio exterior, por lo que el lector llegará a conocer que porcentaje del mercado representan los productos importados versus los productos nacionales. También se muestra una breve caracterización de las empresas, junto con una descripción del comportamiento de los consumidores.

2.1. TAMAÑO DEL MERCADO

El mercado de Envases y Empaques de Honduras en el año 2002 fue de US\$223,2 Millones. La producción local representó el 52.6% del tamaño del mercado. En envases de plástico se destaca una mayor producción de los empaques más sencillos elaborados a partir de polietileno. Mientras que en los de cartón domina la producción local sobre las importaciones por el alto costo del transporte internacional en este producto.

Tabla. 2 Tamaño Aparente del Mercado de Envases y Empaques de Honduras, año 2002 en US\$

	Importaciones	Producción local ¹	Exportaciones	Tamaño del mercado
Envases y Empaques de Plásticos	61.029.933	36.191.719	9.660.773	87.560.879
Envases y Empaques de Cartón	61.027.133	81.207.294	6.618.576	135.615.851
Total del Sector	122.057.066	117.399.014	16.279.349	223.176.731

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA y de entrevistas realizadas en el país.

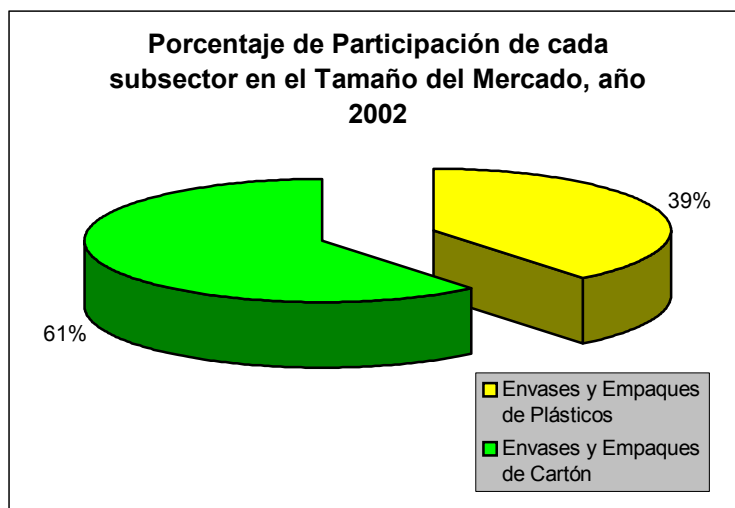
El subsector de envases y empaques plásticos representa el 39.2% del tamaño total del mercado. Mientras que los de cartón representan el restante 60.8%. En Honduras se observa que el subsector de empaque de cartón posee mayor peso que el de plásticos, contrario a lo que ocurre en el resto de Centro América. Estos datos no son solamente un reflejo de la inclinación a utilizar cartón, sino que además indica la utilización de envases y empaques de muy bajo precio, ya que son demandados por empresas que fabrican productos de consumo masivo pero de uso popular, afectando el mix del mercado.

Dado que este país es muy pobre, la mayoría de los productos elaborados en él son dirigidos a la clase media y baja, buscando de esta forma abarcar al menos el

¹ Para poder estimar la producción local de envases y empaques en Honduras se partió de los datos de importaciones y exportaciones de SIECA y de la participación de mercado que poseen las empresas extranjeras versus las locales, realizándose éste análisis para cada subsector bajo estudio.

60% del mercado. Es por esto que los empaques plásticos que se utilizan son los de bajo precio, normalmente impresos en pocos colores y sin laminados. El consumidor, sin duda alguna es más atraído por empaques vistosos pero estos encarecen los productos, por lo que no son demandados por las empresas locales.

Grafica 1 Porcentaje de Participación de cada subsector en el Tamaño del Mercado, año 2002



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA y de entrevistas realizadas en el país.

Asumiendo que las exportaciones son generadas por productores locales, éstas solo alcanzan el 14% de la producción local nacional del sector, situación que explica la destinación del producto al consumo interno. Este comportamiento también es generado por los altos niveles de desarrollo industrial dentro del sector al interior de la región, lo cual para gran parte del comercio se constituye en el principal mercado de exportación.

2.1.1. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO DEL MERCADO

El mercado de envases y empaques en Honduras ha crecido 28% desde 1999 hasta año 2002. Sin embargo es notorio que el mayor crecimiento se ha experimentado en el subsector de plásticos el cual en el año 1999 representaba el 35,4% del total del mercado, y para el 2002 alcanzó el 39.2%, lo que implica que este subsector creció en 41.8%.

Este aumento en el sector de envases y empaques plásticos tiene su explicación en dos elementos. El primero es que el plástico ha ido sustituyendo a otros materiales de empaques como por ejemplo al vidrio. El segundo elemento es el crecimiento de la producción en el país, lo cual ha ocurrido para satisfacer aumentos en la demanda interna.

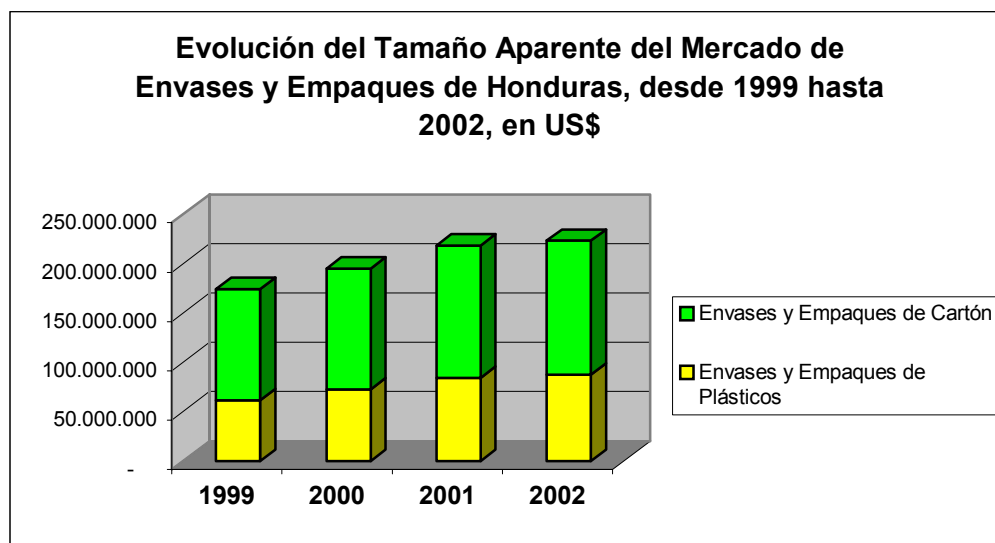
Tabla 3 Evolución del Tamaño Aparente del Mercado de Envases y Empaques de Honduras, desde 1999 hasta 2002, en US\$

Subsector	1999	2000	2001	2002
Envases y Empaques de Plásticos	61.741.735	72.619.441	83.952.704	87.560.879
Envases y Empaques de Cartón	112.638.530	122.314.043	134.577.571	135.615.851
Total del Sector	174.380.265	194.933.484	218.530.275	223.176.731

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA y de entrevistas realizadas en el país.

En el siguiente gráfico se muestra claramente la evolución de cada subsector y cómo la participación en el mercado total varía a través de los años. En el año 1999 el subsector de plásticos representó el 35.4% del sector, mientras que para el 2002 este porcentaje ascendía a 39.3% y este comportamiento prácticamente se originó como crecimiento de el consumo interno.

Gráfica 2 Evolución del Tamaño Aparente del Mercado de Envases y Empaques de Honduras, desde 1999 hasta 2002, en US\$



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA y de entrevistas realizadas en el país.

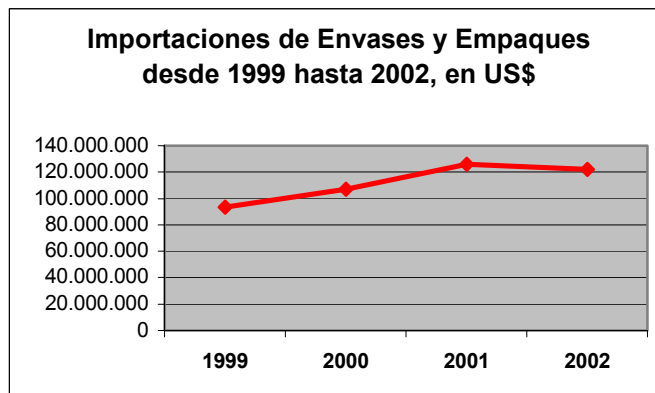
2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR

Las partidas arancelarias para los productos que se incluyen en el estudio del sector Envases y Empaques se mostraron en el primer capítulo, punto Subsectorización. A continuación se realiza un análisis detallado del movimiento del sector en cuanto a comercio internacional se refiere.

2.1.2.1. IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LAS MISMAS

Las importaciones de envases y empaques en Honduras totalizaron US\$122,057,066. Este monto se generó por un incremento del 30.5% desde 1999 hasta el 2002. Durante los años 2000 y 2001 el crecimiento en importaciones fue sostenido, pero en el año 2002 las importaciones del sector disminuyeron debido a un aumento en la producción local, especialmente del subsector de envases y empaques de cartón.

Gráfica 3. Importaciones de Envases y Empaques desde 1999 hasta 2002, en US\$



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

Como se muestra en la siguiente tabla, las importaciones en ambos sectores muestran una tendencia creciente, sin embargo las importaciones del subsector de envases y empaques de cartón disminuyeron en el año 2002.

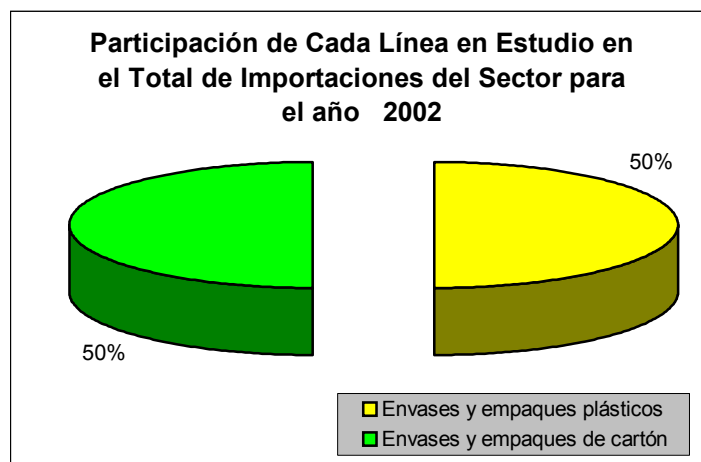
Tabla 4. Importaciones por línea en US\$, desde 1999 hasta 2002

	Importaciones			
	1999	2000	2001	2002
Envases y Empaques Plásticos	40.202.880	47.630.696	56.947.905	61.029.933
Envases y Empaques de Cartón	53.341.065	59.598.101	69.231.795	61.027.133
Total del Sector	93.543.945	107.228.797	126.179.700	122.057.066

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

Para el último año del cual se estudiaron las estadísticas, cada uno de los dos subsectores representaba el 50% del tamaño total de importaciones del sector.

Gráfica 4. Participación de Cada Línea en Estudio en el Total de Importaciones del Sector para el año 2002



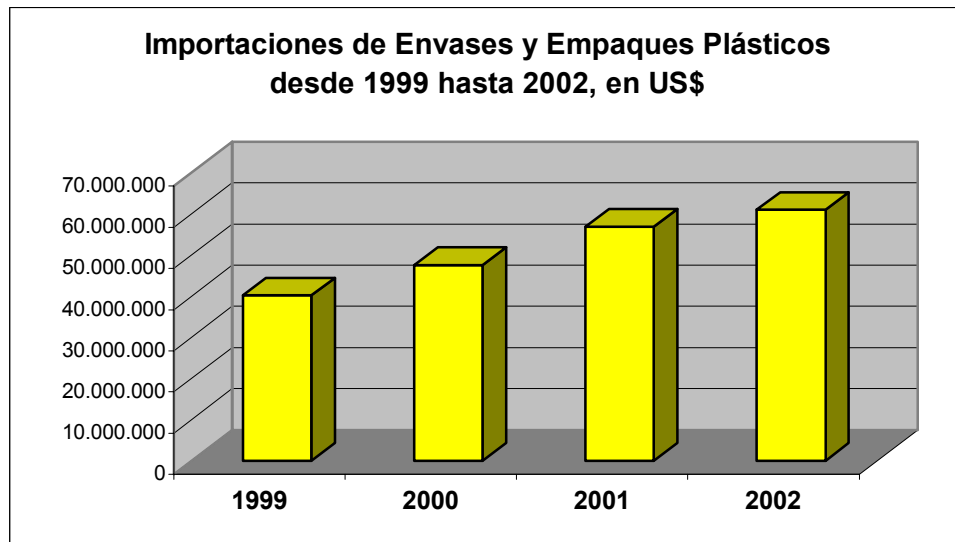
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Estados Unidos históricamente ha sido uno de los principales proveedores de Honduras en envases y empaques tanto de plástico como de cartón, concentrando aproximadamente el 35% del total de las importaciones del sector para el 2002. En envases y empaques plásticos los otros orígenes importantes son México y El Salvador, mientras que en los de cartón son Guatemala y El Salvador.

Envases y Empaques plásticos:

Las importaciones del subsector envases y empaques plásticos en Honduras han mostrado un crecimiento constante, alcanzando un 51.8% acumulado desde 1999 hasta el 2002. Este incremento se ha dado por el crecimiento de la producción de los principales demandantes de estos productos que son embotelladoras, panificadoras y otros fabricantes de alimentos. En el año 1999, el plástico representaba cerca del 43%, igualando las importaciones de cartón para el 2002, mediante un crecimiento constante.

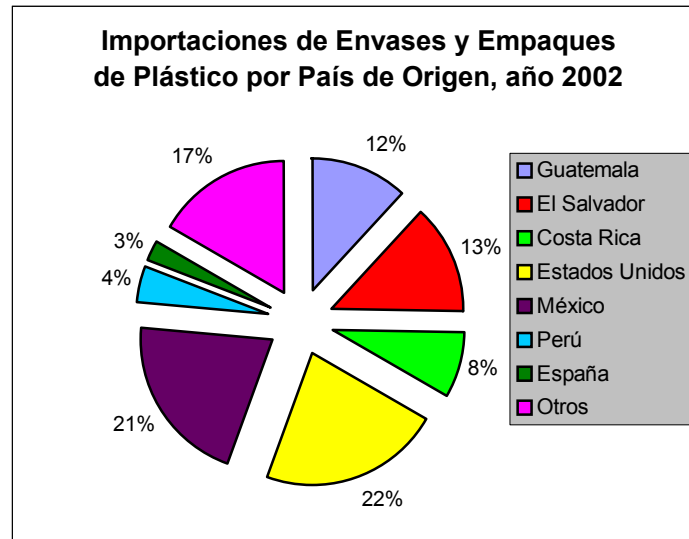
Gráfica 5. Importaciones de Envases y Empaques Plásticos desde 1999 hasta 2002, en US\$



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

Las importaciones en el sector tienen como característica particular que sus proveedores se encuentran localizados en Centroamérica ó en lugares geográficos cercanos o de fácil acceso a Honduras. Es así como se puede observar en la gráfica siguiente que cerca del 21% de las importaciones de envases de plásticos provienen de México, país que dentro del rubro exporta a Honduras preformas de botellas plásticas para embotellar gaseosas. El 22% correspondiente a las importaciones de Estados Unidos debido principalmente a que los clientes hondureños muestran preferencia por los productos elaborados en Norteamérica. Los otros países que son principales proveedores de envases y empaques son en plásticos México y El Salvador, mientras que en cartón son Guatemala y El Salvador

Gráfica 6. Importaciones de Envases y Empaques de Plástico por País de Origen, año 2002

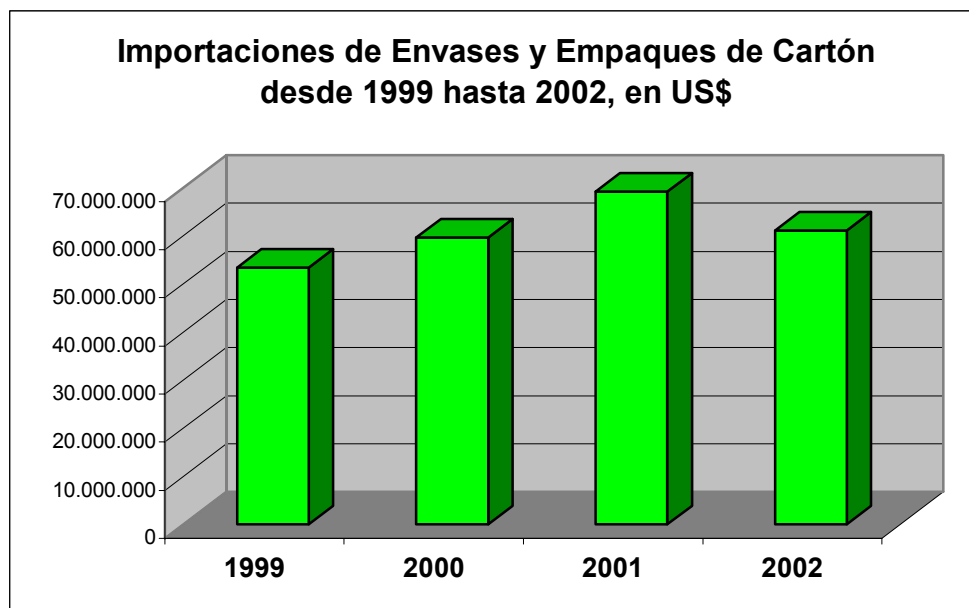


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos obtenidos de la SIECA

Envases y Empaques de Cartón:

Las importaciones del subsector de envases y empaques de cartón, habían presentando un crecimiento constante desde 1999 hasta el 2001. En el año 2002 estas importaciones disminuyeron en 11.9%, motivado por el incremento de la producción local de estos bienes, la cual creció ganando mayor participación de mercado y quitándoles espacio a las importaciones.

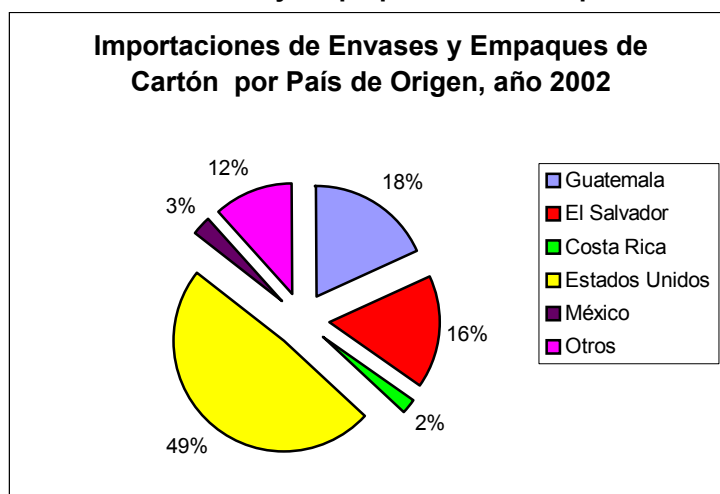
Gráfica 7. Importaciones de Envases y Empaques de Cartón desde 1999 hasta 2002, en US\$



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

Aproximadamente el 50% de los envases y empaques de cartón importados en Honduras provienen de Estados Unidos, siendo el tipo de envase que más se importa de este país el papel kraft y las cajas del mismo material. Muchas de estas son importadas sin impresión e impresas en el país por imprentas locales pequeñas o por los mismos clientes en rudimentarias imprentas que ellos mismos poseen. El 18% proviene de Guatemala, principalmente elaborado por la Litografía ZADIK, empresa del grupo Sigma Q. Así mismo la mayoría de las importaciones provenientes de El Salvador son de la misma empresa o del Grupo CYBSA.

Gráfica 8. Importaciones de Envases y Empaques de Cartón por País de Origen, año 2002



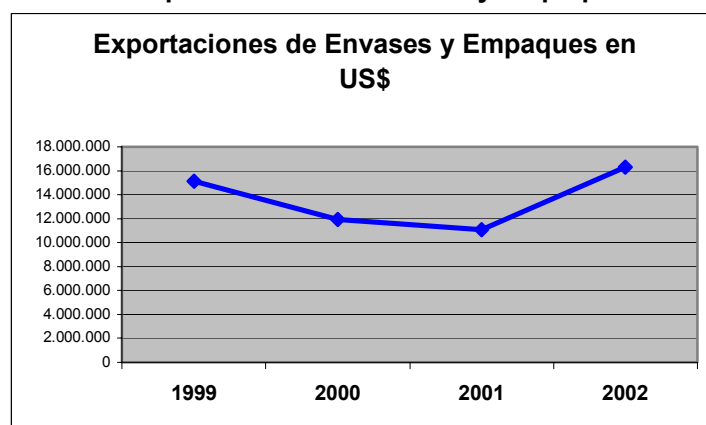
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos obtenidos de la SIECA

2.1.2.2. EXPORTACIONES Y DESTINO DE LAS MISMAS

Las exportaciones muestran un comportamiento errático desde 1999 hasta el 2002, lo que significa que no guarda relación alguna con el comportamiento de la producción local ni con las importaciones. Para los fabricantes, no es común realizar exportaciones desde sus plantas ubicadas en Honduras, ya que las mismas se dedican solamente a satisfacer demanda local, existiendo plantas de producción en los países vecinos, el cual sería un potencial de mercado en caso de no existir dichas plantas. Adicionalmente grupos como Sigma Q y Cybsa poseen sus mejores maquinarias en El Salvador y no en Honduras, por lo que sus exportaciones salen de su casa matriz.

De esta manera, se identificó que la mayoría de estas exportaciones se deben a reexportaciones y en menor grado a exportación de empaques muy sencillos elaborados por empresas hondureñas pequeñas, exportaciones que en total alcanzaron los más de US\$16 millones en 2002.

Gráfica 9. Exportaciones de Envases y Empaques en US\$



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

De acuerdo a la tabla siguiente, las exportaciones han variado anualmente pero sin ninguna tendencia clara, en el año 2000 y 2001 experimentaron disminuciones pero luego en el año 2002 se recuperaron superando en un 6% los niveles del 2000.

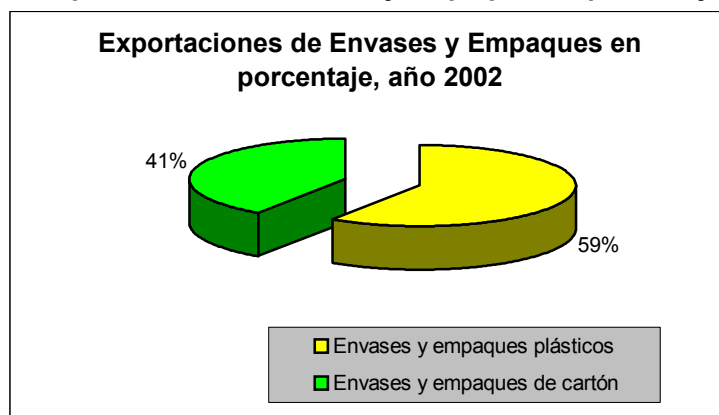
Tabla 5. Exportaciones por línea en US\$, desde 1999 hasta 2002

	Exportaciones			
	1999	2000	2001	2002
Envases y Empaques Plásticos	9.491.020	7.674.282	7.377.335	9.660.773
Envases y Empaques de Cartón	5.649.287	4.239.472	3.680.424	6.618.576
Total del Sector	15.140.307	11.913.754	11.057.759	16.279.349

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

La mayor parte de las exportaciones son de envases y empaques plásticos la cual participa con un 59% del total de las exportaciones. Esto se debe a que el costo del transporte internacional de empaques de cartón desestimula la exportación del mismo, estimulando a su vez la producción local de estos bienes. Además de que existe un cambio en los consumidores internacionales que prefieren el plástico sobre el cartón y otros materiales.

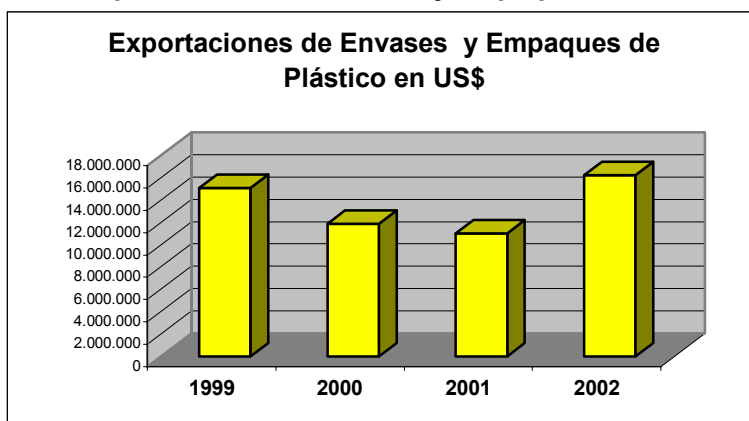
Gráfica 10. Exportaciones de Envases y Empaques en porcentaje, año 2002



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

Envases y Empaques plásticos:

Gráfica 11. Exportaciones de Envases y Empaques de Plástico en US\$



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

La mayor parte (74%) de las exportaciones de envases y empaques plásticos de Honduras tienen como destino otros países de Centro América. Esto soporta la creencia que lo contenido en estas partidas se debe principalmente a reexportaciones, ya que son productos en tránsito que por razones geográficas y logísticas deben pasar por Honduras.

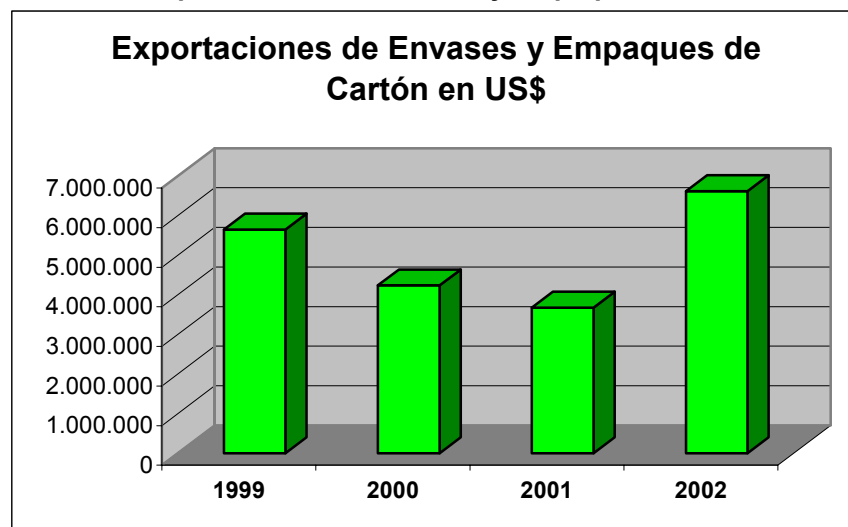
Gráfica 12. Destino de las Exportaciones Envases y Empaques de Plástico, 2002



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

Envases y Empaques de Cartón:

Gráfica 13. Exportaciones de Envases y Empaques de Cartón en US\$

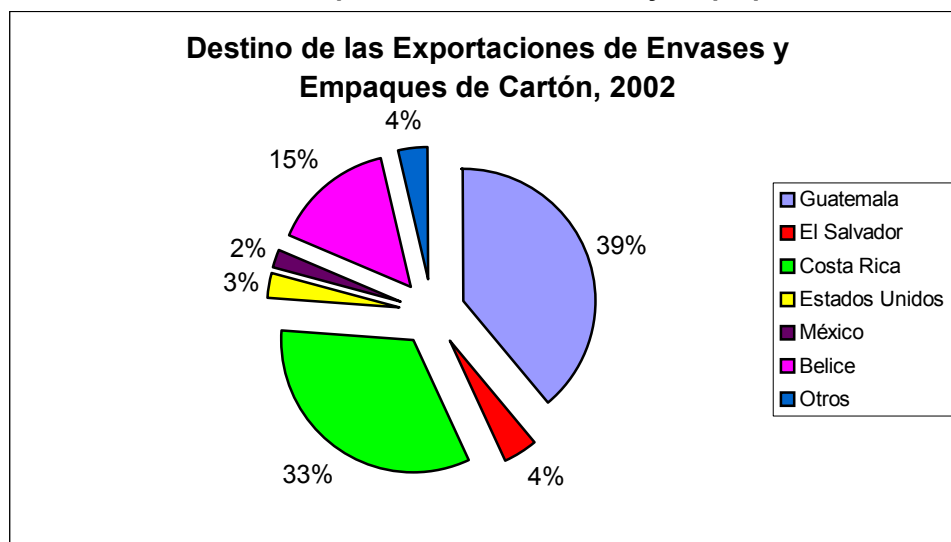


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos obtenidos de la SIECA

La inestabilidad de las exportaciones y su poco comprensible comportamiento no corresponde a alteraciones en la producción local, sino a reexportaciones de producto. Es comúnmente observable como diferentes productos entran a Centroamérica por cualquiera de sus puertos centroamericanos dependiendo de la conveniencia de las rutas, su frecuencia y su costo.

Igual que con los envases plásticos, la exportación de los empaques de cartón tiene como destino en un 76% los países de Centro América, más 15% a Belice; soportando lo dicho anteriormente.

Gráfica 14. Destino de las Exportaciones de Envases y Empaques de Cartón, 2002



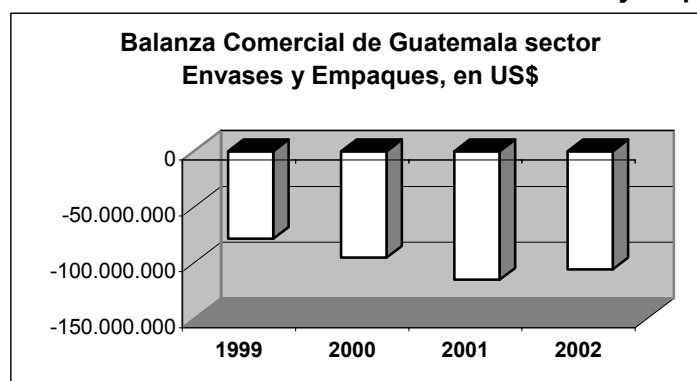
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos obtenidos de la SIECA

Es importante aclarar que el comportamiento que presentan las exportaciones a nivel de destino en los periodos analizados en el estudio, presentan un comportamiento similar al del año 2.002, lo que significa que los países que reciben los productos exportados desde Honduras, son similares a las de las gráficas correspondientes a los destinos de las mismas.

2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL

.La balanza comercial del sector envases y empaques de Honduras es negativa en todos los años analizados. Esto implica que las importaciones son mayores a las exportaciones. Sin embargo debe destacarse que en el 2002 esta balanza comercial se hizo menos negativa, aún cuando el mercado siguió creciendo. Esto se originó porque aumentó la producción local de empaques de cartón sustituyendo a productos importados y beneficiando a la balanza comercial del país.

Gráfica 15. Balanza Comercial de Guatemala sector Envases y Empaques, en US\$



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

Al analizar por separado los datos de cada subsector se ve como la balanza comercial se hace cada año más negativa en el subsector de envases plásticos. En cambio en empaques de cartón el año 2002 se ve claramente la disminución.

Tabla 6. Balanza Comercial de El Salvador por Línea de 1999 hasta 2002, en US\$

	Balanza Comercial			
	1999	2000	2001	2002
Envases y Empaques Plásticos	-30.711.860	-39.956.414	-49.570.570	-51.369.160
Envases y Empaques de Cartón	-47.691.778	-55.358.629	-65.551.371	-54.408.557
Total del Sector	-78.403.638	-95.315.043	-115.121.941	-105.777.717

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

2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – HONDURAS

La importación de envases y empaques de Colombia se da en el subsector de plásticos. En cartones hay solamente US\$11 mil en el año 2002, lo cual es mucho menor al 1% del tamaño de mercado. En cambio en el subsector de plásticos estas importaciones representan el 1.5%.

Se observa claramente una disminución en las importaciones del 2001 al 2002. Esto se debió a que empresas colombianas no calificaron en la licitación de Unilever para convertirse en sus proveedores por todo el año. La razón para no calificar fue precio ya que era más elevado que el de otros competidores. Incluso era más alto que el precio de competidores peruanos o chilenos².

² Información suministrada por Felipe Herrera de Flexo Spring S.A.

Tabla 7. Importaciones en Guatemala procedentes de Colombia, en US\$

	Importaciones desde Colombia			
	1999	2000	2001	2002
Envases y Empaques Plásticos	2.289.433	2.941.320	4.749.192	1.181.358
Envases y Empaques de Cartón	13.089	553	6.754	11.840
Total del Sector	2.302.522	2.941.873	4.755.946	1.193.198

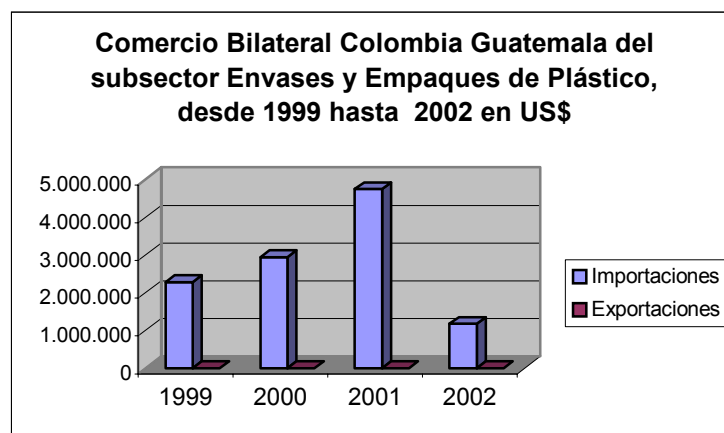
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos obtenidos de la SIECA

Tabla 8. Exportaciones de Guatemala a Colombia, en US\$

	Exportaciones hacia Colombia			
	1999	2000	2001	2002
Envases y Empaques Plásticos	18	0	4	0
Envases y Empaques de Cartón	0	0	1.044	5.500
Total del Sector	18	0	1.048	5.500

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

Gráfica 16 Comercio Bilateral Colombia Guatemala del subsector Envases y Empaques de Plástico, desde 1999 hasta 2002 en US\$



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

Las exportaciones de Empaques de Cartón desde Honduras hacia Colombia, presentan crecimientos puntuales para el 2002; sin embargo, debe manejarse más tendencia para poder brindar un análisis más específico sobre el comportamiento comercial, pues puede tratarse de un comportamiento puntual.

2.2. CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA

Debe mencionarse que el mercado de envases y empaques es meramente industrial, ya que los productos de este sector constituyen insumos para empresas productoras de consumo masivo. El tipo de empaque es un reflejo del contenido del producto y poseen características propias para el segmento al cual se dirige. Por esto es importante conocer la forma cómo se divide la población hondureña con relación a las condiciones socioeconómicas, ya que esta información es útil para el diseño de envases y empaques, así como para los materiales que se utilizan.

De acuerdo a lo anterior, puede destacarse que el 60% de la población pertenece a la clase media, media baja y popular. La mayoría de productores de bienes de consumo de masivo en Honduras enfocan sus productos a este segmento de la población. Esta es la única forma de obtener rentabilidad adecuada y producir altos volúmenes para el consumo interno.

El dinamismo del mercado se forja a través de las empresas multinacionales radicadas en Honduras, quienes al igual que en el resto de los mercados del mercado Triangulo Norte, son las que más investigación llevan a cabo y las primeras en desarrollar cambios y lanzar nuevos empaques al mercado. Una vez las multinacionales han desarrollado el concepto, los productores locales e incluso regionales siguen los pasos.

Los clientes locales no están en disposición de innovar en términos de empaques, pues se considera riesgoso el lanzar productos con características que el consumidor no conoce, dejando éste trabajo a las multinacionales, quienes con su capacidad de inversión en publicidad y su orientación a asumir el riesgo, llevando a cabo los cambios necesarios y guiando al mercado en los pasos del desarrollo y de la mayor satisfacción de sus clientes.

En Honduras no se observa una clara tendencia en los consumidores finales a preferir el plástico sobre otros materiales de empaque, pero a nivel de empresas los cambios a nivel de desarrollo de empaques se ha presentado, pero sin que estos afecten la preferencia del consumidor.

En términos de la relevancia del mercado por tipo de productos, en Honduras el principal mercado está en los envases rígidos para refrescos gaseosos, ya que los hondureños poseen el mayor consumo per cápita de este producto en la región.³ Adicionalmente, el mercado hondureño es el que cuenta con el menor poder adquisitivo de los países que componen el Triangulo Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras), desarrollando en su mayoría envases y empaques muy básicos elaborados en polietileno con el fin de garantizar su mínimo impacto en el precio al consumidor de los productos.⁴

³ Lic. Ortiz de Plastiglas

⁴ Felipe Herrera de Flexo Spring S.A.

En otros mercados como en El Salvador y Guatemala, se observa que las transnacionales imponen el nivel de calidad requerido por la industria en los envases. Así mismo son estas empresas las más dispuestas a la innovación, no solamente en materiales sino en impresión y diseños. Sin embargo, en Honduras la situación es diferente, destinando los productores nacionales su atención al segmento del mercado más popular por lo que no hacen esfuerzos en igualar la calidad de los empaques desarrollados por las multinacionales.

En Honduras, existen empresas que desarrollan sus propios envases y/o empaques al interior de sus plantas de producción. Es el caso de compañías como Coca-Cola, quien importa las preformas de México o Guatemala y lleva a cabo el proceso industrial para convertirlas en botellas plásticas. Igualmente, la mayoría de empresas dedicadas a la producción de jabones elaboran sus propios empaques al igual que en Guatemala, pues a pesar de su rudimentaria maquinaria, el tipo de empaque es básico, siendo producido a partir de polietilenos y polipropilenos.

La demanda más exigente y que se prevé se incremente en los próximos años, la constituyen los maquiladores textiles. Dentro del programa full package, ellos deberán adquirir todos los insumos para la confección y envío de las prendas de vestir, proceso que aumentará la demanda de empaques plásticos y cajas plegadizas.

El sector de envases y empaques no muestra una estacionalidad definida al total mercado, pues los procesos de manufactura, a pesar de los cambios de líneas de producto no representan cambios significativos en las cantidades demandadas. Sin embargo, algunos fabricantes negocian con anticipación la elaboración de empaques para épocas de alto comercio como son navidad y fechas especiales como día del padre, de la madre, etc., época en que el comercio se prepara con anticipación para desarrollar nuevos conceptos o para mantener en inventario empaques que le permita satisfacer la demanda.

2.3. DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES / CLIENTES.

El mercado hondureño es el menos propenso de la región a incorporar cambios en los productos. Los empresarios consideran que cualquier innovación que se realice ocasionaría grandes costos, los cuales son muy difíciles de recuperar posteriormente con las ventas, pues para hacer consciente el cambio y garantizar al consumidor el mantenimiento de la calidad de su producto, se debe no solo invertir en el cambio sino en publicidad y promoción que informe adecuadamente los cambios a la franquicia de consumidores y a los consumidores potenciales.

Debe mencionarse que el PIB del país es de US\$6.508 millones⁵, lo que indica los bajos ingresos de la población de esta nación.

Como se ha mencionado, la innovación es labor de las empresas multinacionales quienes invierten en investigación y desarrollo de nuevos empaques que satisfagan de mejor manera las expectativas y necesidades de los consumidores. A manera de ejemplo, Unilever en el año 2002 incorporó un empaque para tomatinas (variedad de salsas de tomate)⁶ con precorte láser. Este empaque es elaborado por una empresa italiana quien provee directamente a Unilever, situación que obligó a que otros fabricantes de tomatinas optaran por cambiar sus empaques.

A pesar que los cambios en términos de costos no marcan una gran diferencia, y que los cambios en los empaques no han generado cambios significativos en las costumbres de consumo de los consumidores, los industriales hondureños temen una reacción inesperada del consumidor, esperando siempre que las multinacionales den el primer paso para ellos reaccionar en el menor tiempo posible.

El mercado de envases y empaques en Honduras está orientado al precio, razón por la cual ha sido difícil y lento el migrar a productos laminados. Este comportamiento conlleva a que los industriales locales hayan mostrado claras preferencias por los proveedores centroamericanos quienes tienen las ventajas de poder vender a precios más económicos con su respectiva baja calidad y están dispuestos a vender pequeñas cantidades siendo congruentes con la realidad nacional.

Los principales envases y empaques que se utilizan en Honduras son los siguientes:

- Para jabón en polvo se usan bolsas plásticas en múltiples colores, normalmente muy llamativos como azul intenso o verde manzana.
- El arroz, frijoles, azúcar, panes, galletas, etc. utilizan empaques de muy baja calidad. Plásticos transparentes impresos en uno o dos colores y en muchos casos con poca nitidez para leer los ingredientes.
- Los laminados metalizados se utilizan normalmente para sopas de sobre, tipo Maggi o Knorr y para snacks, siendo la marca nacional Yummies.
- La leche se comercializa mayoritariamente en bolsas plásticas transparentes con letras en un solo color. Así mismo la crema y el queso.
- Los cereales son los productos con cajas más llamativas pero todos son importados
- Otros productos que se empacan en cajas son los panes elaborados en panaderías, la mantequilla, medicinas, etc. En todos los casos se utilizan empaques en color blanco y con letras en pocos colores, normalmente uno o dos.

⁵ PIB de Honduras en el año 2002, Fuente: Banco Central de Honduras www.bch.hn

⁶ Salsa de tomate que se utiliza para cocinar, muy popular en Centro América.

2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES

Las barreras de entrada en la industria de envases y empaques son muy altas debido a que la maquinaria requerida para instalar una planta productiva es muy costosa. Debe aclararse que esto es especialmente cierto en los empaques de cartón y en los de plástico laminados. Por su parte, los de plástico de polietileno pueden fabricarse a partir de maquinaria más sencilla demandando menores niveles de inversión. Es por esta razón por la cual, se ha desencadenado una fuerte competencia interna y también regional, originando una continua guerra de precios llevando a los fabricantes a percibir bajos márgenes de utilidad.

Una de las principales barreras encontradas en la comercialización del producto, se refiere a la imperiosa necesidad que tiene el cliente de contar con atención personalizada, contar con muestras físicas y soporte continuo en el desarrollo y utilización del producto en sus plantas de producción. Quien no cuenta con presencia permanente en el mercado, es muy difícil perdurar o mantener buenas relaciones con los clientes, quienes por lo general optan por otros proveedores que si cuentan con ese valor agregado.

Lo anterior otorga ventaja competitiva a las empresas Sigma Q y Cybsa, ambas de El Salvador. Estas dos corporaciones poseen plantas productivas que atienden a toda la región, lo que le ha permitido generar economías de escala. Adicionalmente tienen oficinas de representación en todos los países de Centro América para poder atender personalmente a los clientes y de esta forma generar mayores ventas, situación que sin duda es lo que los ha llevado a ser los líderes del mercado.

2.5. CONCLUSIONES

El mercado de envases y empaques de Honduras alcanzo los US\$223,2 Millones en el año 2002, mostrando un crecimiento acumulado desde 1999 hasta 2002 del 28%. La producción local representó en dicho año el 52.6% del mercado, lo que principalmente se debe a que en Honduras existen diversos pequeños productores quienes a pesar de su maquinaria poco tecnificada, surten gran parte del mercado local. Gracias a que gran parte de la demanda local se orienta a envases plásticos de bajo valor (polietileno y polipropileno) y que en el país existen buenos productores de cartón, éstas pequeñas empresas han podido subsistir sin ser absorbidas por multinacionales o empresas locales con alta capacidad de inversión y tecnificación.

El 61% del sector corresponde a envases y empaques de cartón. Sin embargo de la importación de los bienes de este sector, solamente el 50% es de cartón y el restante 50% de plástico. Con el pasar de los años, las importaciones de plásticos se han venido equilibrando con la importación de cartón, fenómeno que se atribuye a la mayor aceptación de envases y empaques plásticos, reemplazando

los de vidrio y lata, y por los altos costos que representan los fletes de productos de cartón, impactando fuertemente el costo de los productos.

Las importaciones de envases y empaques crecieron 30% desde 1999 hasta el 2002. A pesar de la escasa diferencia marcada a favor de las importaciones con respecto al crecimiento del mercado (28%), se detecta una tendencia a migrar hacia plástico y hacia productos importados, los cuales se consideran de mejor calidad. Esta leve diferencia no pretende mostrar una tendencia general del mercado, sino el cambio de un reducido grupo de industriales hondureños a abrirse a nuevas posibilidades que el mercado internacional les brinda.

Honduras es un país donde el 60% de la población pertenece a la clase media, media baja y popular. Por esta razón la mayoría productores locales de consumo masivo se enfocan en elaborar bienes de bajo precio, debiendo entenderse que si no se consigue o se mantiene la preferencia de este gran segmento, es poco probable su subsistencia. En conclusión, para que los bienes se puedan comercializar a precios muy competitivos, es necesario mantener estricto control sobre los costos de manufactura, siendo el empaque un insumo importante dentro de la incorporación de costos al producto.

Los factores decisores en la compra de envases y empaques son precio en primer lugar, seguido por calidad, tiempos de entrega y condiciones de crédito. Sin embargo, en las multinacionales la importancia de estos factores cambia ya que lo principal pasa a ser la calidad y posteriormente el precio, siempre y cuando se mantenga dentro de límites razonables.

3. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

De acuerdo a los productores, los envases y empaques de plástico son a la vez divididos en dos grandes grupos:

- Rígidos: como las botellas para Coca Cola o aceite, y
- Flexibles
 - Polietilenos
 - Polipropilenos
 - Laminados

3.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA

Al igual que en el resto de la región, tanto Sigma Q como el grupo Cybsa mantienen el liderazgo del mercado, abarcando en éste caso más del 50% de las ventas en Honduras. A pesar que su liderazgo en la región radica en su capacidad de producción y su tecnología, el crecimiento de estas dos empresas es inminente ante dos situaciones, la primera es el potencial desarrollo del producto laminado y la segunda su capacidad de producción y su capacidad de manejar menores costos en la medida que sus volúmenes aumenten.

Las empresas que producen envases y empaques en Honduras se encuentran en la ciudad de San Pedro Sula o en la capital, Tegucigalpa. La estrategia de algunas empresas, como la salvadoreña Plastiglas⁷ es ubicarse lo más cerca posible a sus clientes, lo cual reduce tanto la necesidad de mantener inventario como los tiempos de entrega. Destacan en Honduras las empresas Cartones Sula, del Grupo CYBSA y Cartonera Nacional de Sigma Q. Ambos grupos originarios de El Salvador en donde cuentan adicionalmente con fábricas de envases plásticos.

El éxito de los productores locales de envases y empaques radica en tener una visión regional y no por país, al igual que sus grandes clientes. Esto hace que realicen ventas y negociaciones en una base más grande de mercado, aún cuando la producción y el despacho se hagan posteriormente de forma local, es decir desde el país en donde las fábricas del cliente se encuentren.

Es importante aclarar que en Honduras existen pocas empresas grandes que demanden envases y empaques, razón por la cual los grandes productores prefieren exportar a Honduras que producir allí.

Debido a la inexistencia y a la escasa calidad de la materia prima para la elaboración de empaques en Centroamérica, la mayoría de empresas dedicadas a este rubro, importan su materia prima de Estados Unidos, Europa y México. De esta forma adquieren insumos de buena calidad y de bajo costo, pues los productos requeridos para la producción de envases y empaques plásticos (plástico en su forma más básica) no pagan ningún tipo de arancel.

⁷ Fabrica envases rígidos para aguas gaseosas.

Los competidores que poseen tecnología de punta tanto en sus departamentos de producción como de diseño han obtenido ventajas en el mercado, no solamente por sus ventajas en la producción sino por la calidad de sus productos en términos de materiales, apoyo en diseño y calidad de impresión.

Usualmente las compañías fabricantes de bienes, cuentan dentro de su portafolio con productos destinados a diferentes segmentos de la población, viéndose en la necesidad de contar con multiplicidad de proveedores que le permitan satisfacer las necesidades individuales de cada uno de los productos que componen el portafolio. Como potencial, se visualiza la necesidad de estas empresas de contar con el menor número de proveedores, con el fin de optimizar sus procesos administrativos de costos. Adicionalmente, la capacidad de prestar una asesoría en diseño y el poder brindar un satisfactorio servicio postventa hacen de los productores de envases y empaques, empresas más fuertes, mas comprometidas con las necesidades de sus clientes y por supuesto generaran relaciones de largo plazo.

Las empresas más grandes dedicadas a este rubro, ofrecen la gama completa de servicios explicada, manteniendo eficientes tiempos de entrega, factor importante para los clientes.

En términos de la estrategia para promocionar los productos, las principales empresas cuentan con brochures que enseñan y dejan a sus clientes durante la visita comercial que usualmente realizan como estrategia principal de ventas.

3.1.1. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS

En la siguiente tabla se presenta un listado de empresas productoras de envases y empaques que se comercializan en Honduras. A pesar de existir producto chileno y mexicano, el nombre de las empresas fueron imposibles de identificar.

Empresas Nacionales:

Empresa	Lugar de Producción
Sigma Q	El Salvador / Guatemala/ Honduras
CYBSA	El Salvador / Honduras
Plastiglas	El Salvador / Honduras
Impresora La Unión	El Salvador
Plásticos Ipsa	El Salvador / Honduras

Fuente: Elaborado por el grupo consultor

Empresas Extranjeras:

Empresa	Lugar de Producción
Global Pack USA	Estados Unidos
Global Pack (Plastilene,	Colombia

Cartones América y Gráficas los Andes)	
Flexo Spring S.A.	Colombia
Extrudoplast	Guatemala
Geoplast	Guatemala
Corrugadora Guatemala	Guatemala
Proveedora de Servicios S.A. e Inyectores Plásticos S.A.	Guatemala

Fuente: Elaborado por el grupo consultor

Como se observa, los dos principales competidores del sector, mantienen plantas en Honduras y otros países de la región, capitalizando gran parte del consumo local de envases y empaques. Adicionalmente, Guatemala cuenta no solamente con grandes compañías productoras, sino con productores de envases y empaques de diferentes características, diversificando el mercado y brindando mayor número de alternativas a los diferentes clientes quienes encuentran en Guatemala un buen lugar para satisfacer sus necesidades.

3.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

A continuación se incluirán los aspectos más importantes de las principales empresas que hacen parte del sector en estudio.

Sigma Q

Este grupo cuenta con presencia en Honduras, El Salvador, Guatemala, Costa Rica y Estados Unidos y genera 1.000 empleos en Centroamérica, las ventas generadas por esta empresa en Honduras ascienden a US\$55 millones. Es uno de los grupos más importantes en el sector de envases y empaques en Centroamérica contando con 18 diferentes empresas encargadas de producir diferentes tipos de envases y empaques de acuerdo a las necesidades de sus clientes. En Honduras poseen solo la empresa de cartón corrugado “Cartonera Nacional”. Como valor agregado, cuentan con oficinas en San Pedro Sula y Tegucigalpa desde donde ofrecen los servicios de diseño, post-venta y coordinación de despachos de las plantas productoras en otros países.

Todas las empresas del grupo Sigma Q se rigen por las mismas políticas de negociación con sus clientes a quienes les otorgan un plazo de 30 a 60 días para el pago. Al tratarse de clientes nuevos, el pago se realiza a través de una carta de crédito, mientras que si se trata de un cliente de varios años, los pagos se realizan a través de transferencias bancarias.

En cuanto a empaques de cartón plegadizo, la compañía La Litográfica Byron Zadic de Guatemala, la cual es catalogada como una de las mejores impresoras de la Región e Industrias graficas Salvadoreñas Igsal, son la empresas del grupo sigma q, la cuales producen con materiales importados de Estados Unidos,

México y Europa, empaques de cartón plegadizo, laminados, con polipropileno, estampados, realzados y troquelados, así como también una amplia variedad de etiquetas para etiquetado automático de alta velocidad con acabados que van desde la aplicación de barnices acuosos, brillantes y mate, hasta barnices ultra violeta de alto brillo.

Así mismo, en empaques flexibles, la principal empresa del grupo es Rotoflex, siendo esta la más grande fábrica de envases y empaques en toda Centro América. Esta empresa produce varios tipos de empaques flexibles como laminaciones simples de polietileno, polipropileno, poliéster, celofán, PET, laminaciones triples o cuádruples, acompañados de aluminio y/o papel, impresos en rotograbado o flexografía. Estos empaques son utilizados, para alimentos frescos, congelados, lácteos deshidratados, bebidas instantáneas, snacks, farmacéuticos y productos de uso personal. Entre sus clientes más importantes en Honduras se encuentran Yummies, Unilever, Industria Confitera Centroamericana y Alimentos Dixie de Honduras, entre otros.

El grupo Sigma Q ofrece a sus clientes una muy amplia variedad de envases y empaques. Estos incluyen desde polipropilenos como botellas para detergentes hasta laminados como sobres para sopas, etiquetas especiales para botellas, etc. En los de cartón, en Honduras los que más comercializan son cajas para unificar paquetes de galletas o de snacks Yummies. Además elaboran cajas para múltiples laboratorios farmacéuticos.

La participación de mercado de este grupo en Honduras es 10% en polipropilenos, 35% en laminados y 30% en envases y empaques de cartón. La amplia participación en cartón la ha conseguido gracias a la alta calidad de Litografía Zadik la cual posee innumerables clientes.

Muestra De Empaques De Sigma Q⁸



⁸ Tomado del Catalogo de producto de Sigma Q.



Contacto: Carmen Aida de Meardi
 Km 3 ½ Blvd. Del Ejercito Nacional Soyapango, San Salvador.
 Tel. (503) 2770222, 2272188 Fax (503) 2271514
www.sigmaq.com

Grupo Cybsa

Es una de las empresas más importantes en toda Centro América en la elaboración de envases y empaques. Fue fundada en el año 1962, siendo hoy en día un grupo empresarial que comprende a las siguientes empresas:

- Cajas y Bolsas S.A.
- Fotolit
- Celpac
- Cocorisa
- Cajas Plegadizas
- Cartones Sula

Sus ventas ascienden a más de US\$60 millones. La única de estas organizaciones que posee fabricación en Honduras es Cartones Sula. Los productos de las otras empresas son elaborados en El Salvador y desde allí son exportados a diferentes países de la región incluido Honduras.

Este grupo cuenta con un departamento de Arte y Prensa, el cual proporciona asesoría y asistencia técnica en el diseño y desarrollo de los empaques a los clientes. Así mismo esta le ofrece a sus clientes un servicio post venta, especialmente para las empresas pequeñas, el cual consiste en asesoría en las pruebas de llenado y cerrado de los empaques. Para el diseño y servicio post-venta Cybsa cuenta con oficinas en San Pedro Sula y Tegucigalpa, desde donde atiende a los clientes en estos aspectos; sin embargo, la fabricación se realiza en El Salvador, especialmente en lo que se refiere a plásticos. En cartones se atiende al mercado con la producción local aunque en ocasiones debe importarse producto también de El Salvador.

A los clientes frecuentes, con los cuales se poseen relaciones comerciales de largo plazo se le otorgan hasta 30 días de crédito, pero a los nuevos clientes sólo les despachan previa apertura de una carta de crédito.

Los pedidos a este grupo, deben ser mínimo de un contenedor completo, el tiempo de entrega de los productos a los clientes es aproximadamente de 3 a 4 semanas. Esta cantidad de pedido mínimo es flexible ya que al atender a clientes medianos o pequeños despachan en menores cantidades pero con un mayor precio unitario.

El grupo CYBSA elabora toda clase de envases y empaques, tanto en plásticos como en cartón. En cuanto a empaques de cartón plegadizo, Cajas Plegadizas y Fotolit, la primera en El Salvador, y la Segunda en Costa Rica, son las empresas del grupo Cybsa, las cuales producen este tipo de empaque. Los productos que fabrican, son clasificados de acuerdo al pegue o cierre que posean, como tubo fondo automático, 4 o 6 esquinas, fondos y tapas y laminas troqueladas; todas estas cajas son con materiales importados de elaboradas con diferentes tipos de calibres de cartón, los cuales abarcan desde cartones de fibra virgen y de polietileno, hasta de materiales reciclados. Desde éstas dos plantas productoras, atienden a sus clientes existentes en los otros países centroamericanos.

En empaque Flexible, Celpac de El Salvador, produce una extensa variedad de empaques flexibles para productos alimenticios y farmacéuticos. Todos [estos empaques son elaborados con materias primas de Estados Unidos, como políesteres, polipropilenos, aluminios, papeles, celofanes en estructuras simples, dobles, triples y cuádruples.

Su enfoque en plásticos es a los laminados, ya que allí se encuentra el mayor margen de comercialización. Actualmente está buscando captar más clientes del área de maquila textil por lo que participó en la última feria de esta industria llamada Apparel Show y que se llevó a cabo en la ciudad de Guatemala en mayo del presente año. A esta feria asistieron maquiladores hondureños, incluyendo la Asociación⁹ que los agrupa, la cual contaba con un stand de atención.

El Grupo Cybsa es de las pocas empresas fabricantes de envases y empaques que elabora polietilenos, polipropilenos y laminados en el rubro de plásticos. Este grupo hace desde bolsas transparentes con impresiones en un solo color para productos como arroz o frijoles, hasta sobres laminados para sopas.- Sus principales clientes se los compite constantemente con Sigma Q, ya que ambas empresas poseen tecnología similar para elaborar los mismos empaques. En plásticos compiten frecuentemente por los envases y empaques de las galletas, pastas alimenticias y de los snacks Yummies, mientras que en cartón lo hacen por los fármacos. Con las empresas pequeñas compite en la elaboración de envases para leche (bolsas plásticas para 1 litro), arroz, azúcar, y granos.

Entre los principales clientes que atiende en Honduras destacan Unilever, Yummies, Compañía Industrial Lido Pozuelos, Beneficio de Arroz El Progreso, Compañía Azucarera Hondureña e Industria Confitera Centroamericana. Su participación de mercado es en polietilenos 25%, en polipropileno 25%, 35% en laminados y 30% en cartón.

⁹ Asociación Hondureña de Maquiladores

Planta de Producción El Salvador de Cybsa¹⁰



Muestra de empaques del Grupo Cybsa.¹¹



Muestra de Empaques Del Grupo Cybsa De Empaque Flexible¹²



Contacto: Rafael Mauricio Grande

¹⁰ Tomado del Catálogo de productos del Grupo Cybsa.

¹¹ Ibid.

¹² Ibid.

Blvd. Del Ejercito Nacional Km 7 ½ San Salvador
(503) 2516100
r.grande@grupocybsa.com
www.grupocybsa.com

Impresora La Unión

Esta imprenta atienden los mercados de cajas plegadizas de Guatemala, Honduras y El Salvador. Los materiales utilizados por esta imprenta son cartones de materiales vírgenes, con polietileno y reciclados, los cuales utiliza para elaborar envases y empaques de cartón desde el diseño y la fabricación del empaque hasta la impresión. No posee planta de producción en Honduras, solamente oficinas que tienen por función atender a clientes locales de una forma más personalizada y directa (sin intermediarios), y con esta estrategia de ventas sus ingresos ascienden a US\$13.6 millones.

Entre sus principales clientes se encuentran Pollo Campero, Pizza Hut, y Kentucky Fried Chicken, los cuales operan en Honduras, siendo el sector de comida rápida una de sus especialidades. Adicionalmente produce empaques de cartón para Unilever y Nestlé; y para productos congelados hechos de cartón con polietileno para la exportación de camarón, siendo sus principales clientes las camaroneras de Nicaragua, Guatemala, y Honduras.

Uno de los principales proveedores de Impresora La Unión es International Papers de Estados Unidos. Además posee un departamento de diseño grafico a través del cual brindan al cliente soporte en el diseño y en el proceso de pre-prensa.

Cuando se trata de un pedido nuevo (producto no trabajado), el tiempo de entrega varía dependiendo del volumen del pedido; sin embargo, lo normal es que tarde entre 6 y 8 semanas. Para el caso de pedidos de producto ya trabajado en la fábrica, el tiempo de entrega puede oscilar entre 2 y 3 semanas.

A sus clientes regulares, Impresora La Unión otorga crédito que oscila entre los 30 y 45 días, pago que generalmente se realiza por medio de transferencias bancarias. A clientes nuevos o pequeños, el pago se realiza a través de cheques.

En el año 2002 Impresora La Unión empezó a ser la responsable de imprimir los empaques de Pollo Campero para El Salvador y Honduras. Esto hizo que las exportaciones de las empresas nacionales disminuyeran; sin embargo, a la empresa de comida rápida le proporcionó beneficios inmediatos como menores costos de transporte y menores inventarios.

Impresora La Unión se estima que posee cerca del 10% de participación en el mercado guatemalteco de envases y empaques de cartón.

Contacto: Ricardo Torres

Blvd. Del Ejercito Nacional Km 2 ½ frente a 50 Av. Norte.

San Salvador
Tel. (503) 2931566
Fax (503) 2935041
Ricardo.torres@navegante.com.sv

Plásticos IPSA

Es una empresa salvadoreña, que cuenta con una empresa instalada en Honduras llamada FORTESA, encargada de elaborar envases y empaques plásticos, emplea a 50 personas y tienen unas ventas en Honduras de US\$13.6 millones. Este personal se encarga no sólo de tomar pedidos sino de brindar soluciones a sus clientes locales a través de asesoría en materiales y diseños. A pesar que los pedidos se despachan directamente a las bodegas de sus clientes, en los casos cuando el producto es importado desde El Salvador, IPSA asesora a sus clientes en el proceso de importación. Plásticos IPSA cuenta con 50 años de experiencia en el sector en Centro América.

Sus productos son elaborados con material importado de Estados Unidos y Europa, exportando sus productos a Centroamérica, el Caribe y Estados Unidos.

Dentro de los productos que fabrican están: bolsas impresas y sin impresión, Bobinas impresas y sin impresión, Vallas continuas publicitarias, Mantel plástico, Película termoencogible o retraibles, tela lluvia y bolsas en rollo. De acuerdo a los tipos de productos que fabrica Plásticos Ipsa, se puede afirmar que esta empresa se dedica a productos en poliestireno.

Esta empresa otorga un plazo a sus clientes de 60 a 90 días para cancelar los pedidos, lo cual se hace generalmente a través de transacciones bancarias.

Esta empresa posee cerca del 10% del mercado de polietilenos y el 10% de polipropilenos.

Plastiglas

Es una empresa salvadoreña cuya producción se concentra en la transformación (extrusión) de plásticos rígidos. Su principal cliente en la región es Pepsi, concentrando el 70% de su demanda en tan solo éste cliente. Su planta de San Pedro Sula destina el 100% de su producción a Pepsi, pues entre las partes se llevó a cabo un convenio que estipula que Plastiglas abriría su planta en Honduras, si y solo si, Pepsi se comprometía durante 5 años a comprar toda su producción, a precios previamente establecidos. La demanda de empleos necesaria para cumplir con las solicitudes de pedido es de 200 personas y sus ventas ascienden a US\$3millones.

Esta alianza comercial entre Plastigas y Pepsi permite que en conjunto se desarrollen los planes de producción con despachos una o dos veces por día dependiendo de la temporada.

Usualmente, cuando los clientes son muy importantes y gran parte de su producción esta concentrada en pocos clientes relativamente centralizados, las empresas como Plastigas instalan plantas de producción cerca de las embotelladoras con el fin de reducir los costos de transporte y eliminar al máximo el manejo de inventarios.

Plastigas, argumenta que de los principales problemas que ha enfrentado con la instalación de su planta productora en San Pedro Sula es adaptarse a la cultura organizacional, pues los operarios nunca desean trabajar horas extras y no se comprometen a lograr objetivos de producción.

La participación de mercado de Plastiglas en Honduras es de 15% en polipropilenos.

Contacto: Lic. Edgar Ortiz
Carretera Panamericana, Km.15 Col. La Palma San Martín
Tel. 2962933

Global Pack

Es una empresa canadiense que también posee plantas productoras en Estados Unidos, Colombia y Brasil. Las ventas son de aproximadamente US\$700 mil en Honduras. En este país se encuentran productos provenientes de Estados Unidos, normalmente cartón. Mientras que de Colombia provienen envases y empaques plásticos de Plastilene principalmente, así como envases de cartón elaborados por Cartones América y Gráfica Los Andes.

Esta empresa fue la primera compañía colombiana de envases y empaques interesada en exportar al mercado centroamericano, destinando un alto ejecutivo para la generación de nuevos negocios en el mercado Triángulo Norte, ejecutivo que visitaba la región cada dos meses generando las pocas ordenes de compra que se podían lograr bajo éste esquema comercial. Pronto se dio cuenta Plastilene de la potencialidad del mercado y de las oportunidades perdidas por no mantener personal en el mercado, no solamente vendiendo sino dando valor agregado a los clientes reales y cubriendo las expectativas de los potenciales. Es así como en 2001, esta empresa trasladó a su Ejecutivo a Guatemala, desde donde se atiende a los clientes de los tres países centroamericanos.

La participación de mercado de esta empresa no es notoria de forma independiente. Posee menos del 2% del mercado de envases y empaques laminados y en los de cartón su participación es cercana al 1%.

Proveedora de Servicios S.A.

Esta empresa ubicada en Guatemala se dedica principalmente a la elaboración de preformas para botellas. Sus principales clientes son las empresas cuyos productos requieren del uso de botellas como Coca Cola. Otros clientes son empresas independientes que poseen la maquinaria para la extrusión, vendiendo los empaques listos a los clientes finales.

La empresa presentó un crecimiento muy amplio ya que al proveerle a Plastiglas de El Salvador y este expandirse para atender a Pepsi en Honduras, sus ventas se incrementaron de forma inmediata. Sin embargo en el 2002 Plastiglas lo sustituyó por otros proveedores de preformas extranjeros; sin embargo, Proveedora de Servicios S.A. ha logrado mantener el 15% del mercado de envases plásticos de polipropileno gracias a sus ventas de preforma a Coca Cola y a empresas aceiteras.

Proveedora de Servicios S.A. fundó una empresa dedicada a la venta de maquinaria para extrusión de plásticos, generando una mayor demanda para sus preformas, ya que anteriormente en el mercado no existían ventas locales de estas maquinarias.

Extrudoplast

Es una empresa de capital guatemalteco, con sólo una fábrica y con más de 15 años en el mercado dedicada a la fabricación de envases y empaques plásticos de polietileno y polipropileno. Las ventas de esta empresa ascienden a US\$3.7 millones. Su mercado se concentra en clientes cuyo negocio se relaciona con helados y venta de agua pura. Igualmente y como línea paralela, fabrican empaques rígidos para jugos, leche fresca y agua, entre otros.

Su calidad es reconocida en el mercado, manteniéndose desde hace varios años en la producción del mismo tipo de productos. Sin embargo no han incursionado en laminados por lo costoso que resulta la adquisición de la maquinaria requerida. Actualmente posee el 5% del mercado de polietilenos y 10% del mercado de polipropilenos.

Los demás productores de envases y empaques poseen niveles de participación muy pequeños lo que les impide clasificar como importantes dentro del sector.

3.2. MEZCLA DE MERCADEO

3.2.1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS

En toda Centro América, sin ser Honduras la excepción, las estrategias de promoción que utilizan las empresas productoras de envases y empaques son similares, ya que se basan en las ventas personales. Las mismas se realizan a

nivel de gerencia, ya que se visita usualmente a los gerentes de producción o gerentes generales dependiendo del tamaño de la organización¹³.

Algunas empresas internacionales han manejado las ventas a través de visitas periódicas, sin que esto repercuta en la obtención y mantenimiento de grandes cuentas. Como ejemplo se tiene empresas quienes a pesar de mantener un solo ejecutivo para la región, sus mejores ventas se realizan en el lugar donde este reside, permitiéndole generar un constante valor agregado de servicio a sus clientes locales, mientras que los demás países manejan niveles inferiores de ventas.

Las ventas se realizan por pedido, sin establecer planes o programas de ventas anuales, con la excepción de Unilever que hace selección anual de proveedores y programan entregas para este período y de Pepsi cuya producción ha sido acordada con Plastigas. Por esta razón, es imprescindible prestar un adecuado servicio post-venta, lo que incluye presencia en el momento en que se descarga el material de empaque para verificar las condiciones en las que el mismo es recibido.

CYBSA participó este año en el Apparel Show en Guatemala con el objetivo de ampliar sus ventas a las maquilas, las cuales en lo sucesivo comenzarán a demandar productos de empaque a proveedores locales.

Adicionalmente, la totalidad de las empresas cuentan con brochures donde exhiben sus productos y presentan muestras, permitiéndole al cliente observar muestras físicas que puedan manipular.

En resumen, las estrategias de mercadeo están ligadas directamente con las estrategias comerciales debido a que el grupo objetivo es el mercado industrial y comercial y en ningún caso el consumidor, al menos en primera instancia.

Las principales actividades que generan acercamientos reales entre el productor y el cliente son:

- Servicio Personalizado: Mantener presencia en el país, preferiblemente en la ciudad.
- Asistir al cliente en todos los procesos relacionados con el manejo del producto.
 - Desembarco y revisión en aduanas (para evitar daños en el producto)
 - Asistencia técnica en el proceso de realización de pruebas de envase y llenado.
 - Desarrollo de nuevas alternativas de envase y/o empaque para los productos.
- Servicio Post-Venta

¹³ Información suministrada por el Sr. Ortiz de Plastiglas, en El Salvador

- Garantizar tiempos de entrega y de calidad de producto.
- Apoyo en el diseño de los empaques y del material gráfico.
- Apoyo y asesoría técnica en el desarrollo de empaques en caso de productos perecederos, comestibles ó de exportación.

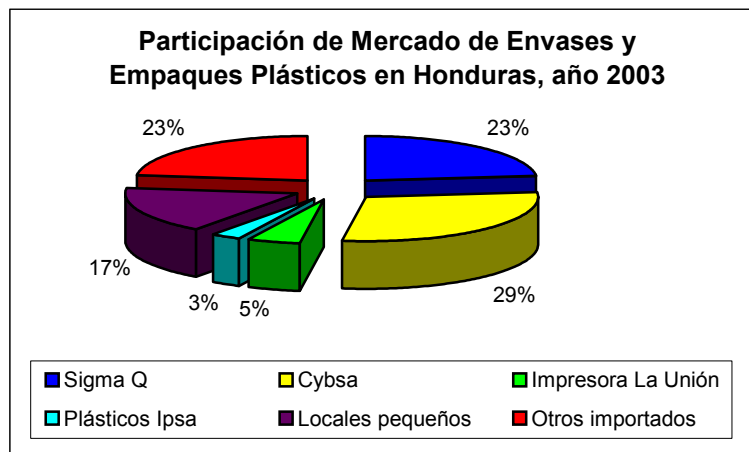
Cumpliendo la mayoría de éstas actividades, es posible entrar a competir en el mercado centroamericano, de lo contrario, a pesar de no reconocerse públicamente, algunas de las negociaciones tenderán inevitablemente a fracasar. El no contar con estas condiciones genera en el cliente síntomas de inestabilidad o pérdida de control.

3.2.2. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE ENVASES Y EMPAQUES

Se estima que en Honduras el 35% del mercado de envases plásticos corresponde a aquellos de polietileno, el 25% a los de polipropileno y el 40% a los laminados. El alto porcentaje de estos últimos se debe a que su precio es significativamente mayor al de los otros dos, pero sin embargo en unidades son mucho menos que las unidades de envase de polietileno o polipropileno que se comercializan. La siguiente gráfica muestra la participación de mercado global en envases y empaques plásticos. Posteriormente se presentan gráficas separadas por subsegmento.

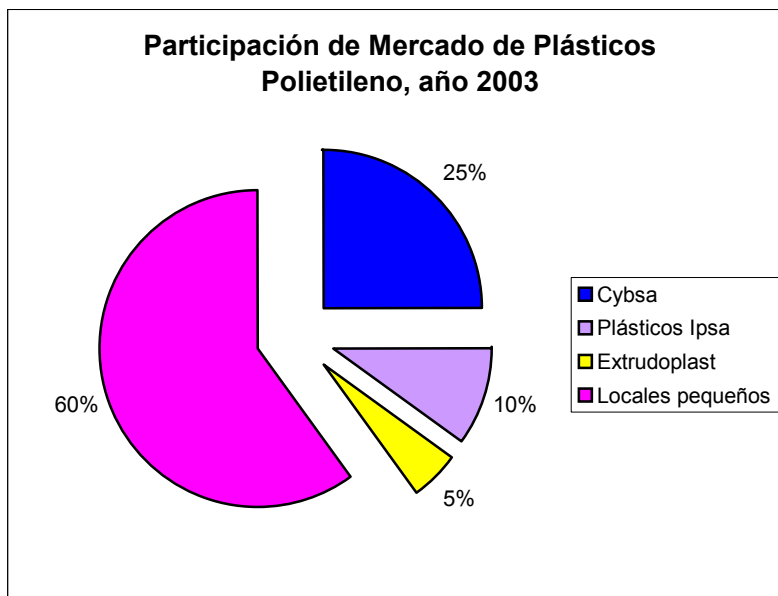
Es importante aclarar que los índices de participación en éste informe expresados, corresponden a cálculos del equipo consultor, con soporte de entrevistas a productores y clientes (fabricantes de bienes de consumo).

Gráfica 17 Participación de Mercado de Envases y Empaques Plásticos en Honduras, año 2003



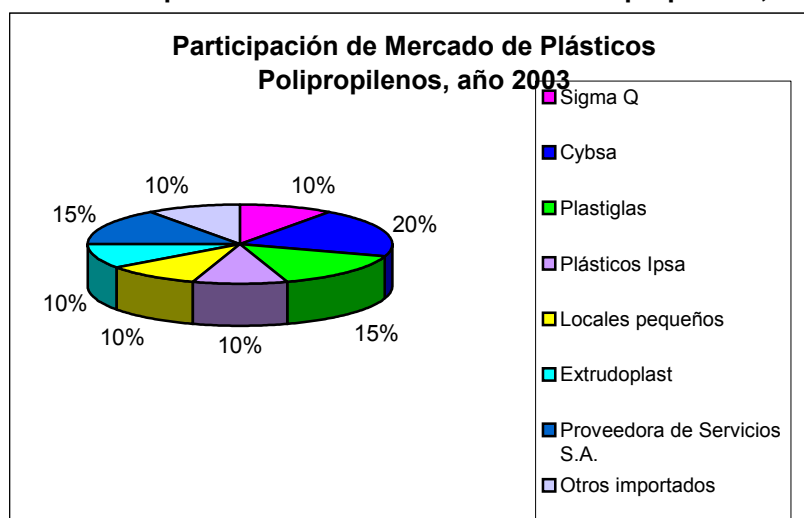
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

Gráfica 18 Participación de Mercado de Plásticos Polietileno, año 2003



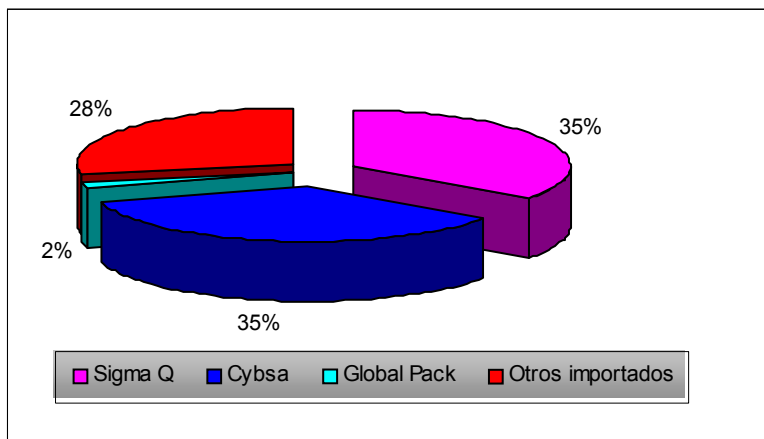
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

Gráfica 19 Participación de Mercado de Plásticos Polipropilenos, año 2003



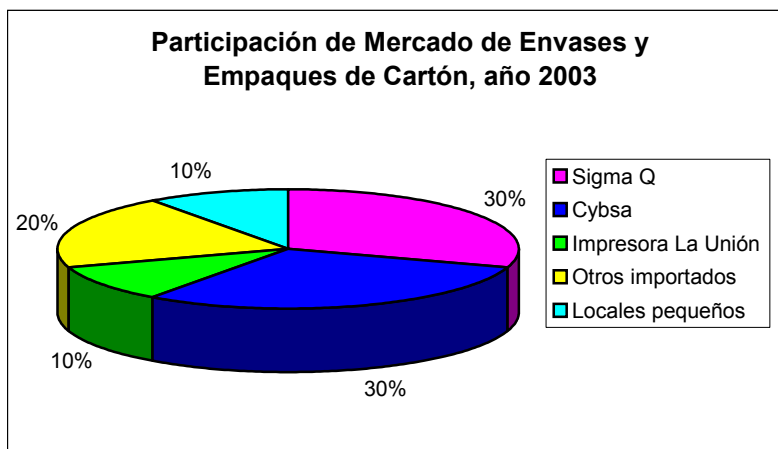
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

Gráfica 20 Participación de Mercado de Envases y Empaques Plásticos Laminados, año 2003



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

Gráfica 21 Participación de Mercado de Envases y Empaques de Cartón, año 2003



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

Una vez revisadas las gráficas, se puede concluir que los productos que requieren algún grado de tecnificación son liderados por empresas como Sigma Q y Cybsa, mientras que los productos como polietilenos y polipropilenos muestran una mayor dispersión, cediendo ante productores más pequeños el grueso de la participación.

3.2.3. PRECIOS

Los precios son muy variables ya que no sólo dependen del material del que estén fabricados sino del diseño del empaque

- Los polietilenos cuestan alrededor de US\$2 por Kg.
- Polipropilenos entre US\$3.5 y US\$4.5 por Kg.
- Laminados entre US\$6 y US\$7 por Kg.

Debido a que los diferentes competidores en el mercado dedican su producción a envases y empaques de diferente índole, se hace imposible hacer una

comparación de los precios de los diferentes proveedores. Sin embargo, en el mercado se comenta de la poca disposición de las grandes empresas a fabricar envases y empaques baratos debido a que los márgenes son muy bajos y poco interesantes.

Es importante recordar que los precios per se son importantes; sin embargo, se deben analizar variables importantes como las condiciones crediticias, los tiempos de entrega, la calidad del producto y el soporte postventa entre otros. Es decir que los clientes podrían estar dispuestos a pagar mas por productos de entrega inmediata (8 días), o cambiar de proveedor si el precio es menor aunque se demore más días el despacho.

Usualmente los grandes clientes tienden a analizar todas las variables de acuerdo a su experiencia, dando la importancia a los puntos de mayor relevancia en su funcionamiento financiero y comercial. Por su parte, los clientes pequeños solo están interesados en facilitar los procesos escogiendo los precios más económicos y los proveedores más cercanos geográficamente.

3.3. CONCLUSIONES

En Honduras la mayoría de los competidores se dedican a la fabricación de envases y empaques plásticos de polietileno y polipropileno, así como a los empaques de cartón. Los laminados plásticos son vendidos principalmente por empresas extranjeras ya que el mercado hondureño no permite alcanzar economías de escala necesarias para recuperar el costo de inversión en maquinarias.

Entre los productores destacan dos empresas, ambas de capital salvadoreño principalmente: CYBSA y SIGMA Q. Ambos grupos poseen plantas de empaques de cartón en Honduras con el objetivo de reducir costos de transporte, siendo los envases de plástico elaborados normalmente en El Salvador. A pesar de no contar con producción de plástico en el mercado, cuentan con oficinas de atención al cliente en San Pedro Sula y Tegucigalpa para atender personalmente a sus clientes en el proceso de diseño y de post-venta.

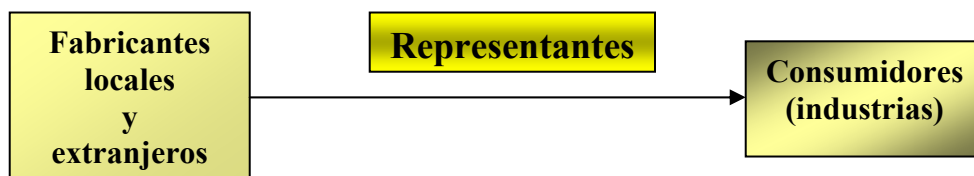
Las estrategias de promoción se centran en las ventas personales. Para los clientes es sumamente importante la atención personalizada y demandan esto de los competidores. La mayoría de los vendedores son personas con preparación universitaria y con conocimientos de proceso de producción para poder brindar el servicio comercial y técnico requerido. La inversión en publicidad es exclusivamente dedicada a la producción de brochures y materiales en donde puedan exponerse los productos. La participación en ferias es marginal, a menos de ser ferias dedicadas a productos de consumo masivo o ferias relacionadas con el sector.

4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION

En este capítulo se presenta una descripción de la forma en la cual se comercializan los envases y empaques en Honduras. Así como un listado de clientes potenciales.

4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La comercialización de envases y empaques es directa, es decir del productor al consumidor. Debe destacarse que los productos de este sector constituyen bienes industriales por lo que los consumidores son empresas normalmente productoras de bienes de consumo masivo, incluyendo alimentos, aceites, refrescos gaseosos, y detergentes.



En el pasado, algunos fabricantes extranjeros han utilizado representantes, pero de acuerdo a los entrevistados esto no funciona ya que el cliente busca un servicio integral y no un vendedor. Un servicio integral se refiere a asistencia en el diseño, en la escogencia del tipo de material adecuado para el empaque, y posterior a la compra requieren de asistencia técnica en el uso de la maquinaria para llenar, cortar y cerrar los empaques. Por estas razones los representantes ya no son comunes en esta industria.

Otros fabricantes extranjeros han optado por manejar a sus clientes desde el país de origen y visitarlos cada 2 meses aproximadamente. El problema de esta estrategia de ventas¹⁴ es que los clientes no reciben la atención que buscan y la competencia local, que es buena en calidad y en precios, se encuentra disponible todos los días. Se conoció entonces que la mejor forma de obtener clientes y conservarlos en la región es establecer una oficina o un vendedor fijo que viva en Guatemala o El Salvador y que preste servicio a los clientes de Centro América.

No se propone a Honduras como el país de residencia porque posee el tamaño de envases y empaques más pequeño del Triángulo Norte (Honduras-Guatemala-El Salvador).

¹⁴ Información suministrada por Felipe Herrera quien fuera vendedor de Plastilene

4.2. IMPORTADORES

Los clientes realizan las negociaciones con los representantes/vendedores de la empresa. Después de que se ha establecido precio, cantidad y fechas para el despacho colocan la orden de compra. La empresa fabricante despacha los productos directamente a los clientes, motivo por el cual los mismos clientes son los mismos importadores. Una vez que la mercancía llega al puerto, ésta es recibida por el agente aduanal del cliente, quien se encarga del proceso de importación.

Es muy importante que el vendedor o personal de la empresa fabricante de empaques se encuentre presente en las bodegas del cliente para recibir la mercancía y observar su estado cuando es descargada. La mercancía de origen colombiana suele ser revisada en los puertos dos veces, una vez en aduana y otra vez por la División Antinarcóticos, ocasionando daños en el producto. Por ésta razón, la presencia de personal del fabricante facilita los reclamos posteriores, evitándose malentendidos y disconformidades.

Es una costumbre que sean los fabricantes colombianos quienes absorban los costos por daños en la mercancía reponiéndola o descontándolo de la factura, independientemente si la compra del producto fue realizada con base FOB o CIF. Algunas veces, el productor envía un porcentaje extra de producto (2% a 3%) con el fin de no incumplirle al cliente con la cantidad solicitada en caso de pérdida del producto por contaminación o daño en las aduanas de Honduras.

4.3. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES

En la siguiente tabla se presenta información sobre clientes potenciales de envases y empaques en Honduras. Dado que no se poseen datos de ventas ni de activos de estas empresas, ya que no es información pública, fueron organizadas de acuerdo a información provista por los competidores sobre los clientes más importantes del país en cuanto a su volumen y frecuencia de compra.

Tabla 9 Base de Datos Clientes Potenciales¹⁵

Distribuidor	Teléfono	Contacto	Cargo	Mail	Fax
Molino Harinero Sula	(504) 5662929	Arnoldo Aparicio	Gerente	trini@molinoharinerosula.com	(504) 5661068
Beneficio de Arroz El Progreso	(504) 6474044	Michael Hawit	Gerente	miriam@globalnet.hn	(504) 5474041
Panadería Bambino	(504) 2366565	Jimmy D. Dacarett	Gerente	jmdac@multivisionhn.net	(504) 2367999
Panificadora Real	(504) 2365921	Jacobo Kattan	Gerente	jacobokattan@infanet.nh	(504) 2365146
Compañía Industrial Lido Pozuelo	(504) 227-1946	Alonso Valenzuela	Gerente	Lidopozuelo@itsnetworks.net	(504) 227-0762
Azucarera Tres Valles	(504) 237-4318	Mateo Miguel Yibrin	Gerente	catv@gbm.hn	(504) 237-2014
Azucarera del Norte	(504) 557-3798	Mario Hernández	Gerente	azulosa@yahoo.com	(504) 557-3698
Compañía Azucarera Hondureña	(504) 574-9727	Charles Heyer	Gerente	sugar@netsys.hn	(504) 574-8093
Fabrica de Confités Venus	(504) 238-1563	Gilberto Lezama Toro	Gerente	venus@mayanet.hn	(504) 237-3205
Industria Confitera Centroamericana	(504) 233-1266	José Mourra	Gerente	sales@venadito.hn	(504) 233-9164
Alimentos Dixie de Honduras	(504) 559-7533	Julio Vanegas	Gerente	ibanegas@netsys.hn	(504) 559-7534
Embotelladora La Reina S.A.	(504) 233-4444	Carlos Varela	Gerente	apaz@pepsi.2hn.com	(504) 233-4448
Embotelladora de Sula S.A.	(504) 556-9027	Roberto Larach	Gerente	mploez@corinsa.hn	(504) 556-9294
Industria Manufacturera de Calzado Caprisa	(504) 233-1372	Helen Córdoba	Gerente	caprisa@edured.net	(504) 233-7040
Compañía Farmacéutica MC	(504) 225-5211	Ricardo Castillo	Gerente	mc.farmaceutica@hotmail.com	(504) 225-5177
Laboratorios Francelia	(504) 2335171	Gustavo Ulloa	Gerente	Francnet@david.intertel.hn	N.A.
Andifar	(504) 2304308	Abraham Andoni	Gerente General	andifar@multivision.net	(504) 2307696
Laboratorios Everest	(504) 2371040	Irving Guerrero	Gerente	I_guerrero@unete.com	(504) 2380624
Laboratorios Nacional	(504) 5531087	Ernesto Córdoba	Gerente	dronac@globalnet.hn	N.A.
Laboratorios Finlay	(504) 5530010	Ruth Canahuati	Gerente	mcs@finlay.hn	(504) 5534189
Laboratorios Farsiman	(504) 5530321	Francisco Siman	Gerente	N.A.	(504) 5576177
LACTHOSA	(504) 566-0055	Julio Montessi Palma	Gerente	lacthosasula@hotmail.com	(504) 566-3917
Inversiones D'Mar	(504) 235-7032	Miguel Raudales	Gerente	dmard@tutopia.com	(504) 235-7039

¹⁵ La lista de clientes potenciales incluye a las empresas productoras más importantes del país, las cuales utilizan empaques flexibles y plegadizos para sus productos.

4.4 CONCLUSIONES CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

La intermediación no es un procedimiento acostumbrado ni usual en la comercialización de envases y empaques, manejándose un trato directo entre el proveedor y el cliente.

El mecanismo más utilizado para desarrollar comercialmente una compañía de envases y empaques es la visita personal del representante del producto, quien utiliza las visitas para llevar su compañía a las manos de su cliente. Es decir, que los representantes llevan material comercial o de soporte en donde muestran la tecnología de sus empresas y la calidad de sus productos mediante pruebas físicas que el cliente puede manipular y analizar detalladamente.

Algunas veces como herramientas comerciales, se invita con todo pagado al cliente para que visite las instalaciones de la fábrica, de manera de establecer relaciones más cercanas con el cliente y poder mostrarle las bondades del producto y de su compañía.

Solo productos como bolsas plásticas o de cartón para diversos usos son vendidos en almacenes detallistas, sin embargo, no representan el grueso del mercado. Solo en estos casos los márgenes dependerán del detallista, quien usualmente margina entre en 25% y un 40%.

5. Acceso al Mercado

Es muy importante el conocimiento de los impuestos y requisitos para la exportación de envases y empaques a Honduras, 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 Honduras, así como los requisitos generales y específicos que, por su naturaleza, se exigen para garantizar el bienestar de los consumidores.

5.1. Situación del sector frente a los acuerdos de comercio

Actualmente la importación de materia prima para la fabricación de envases y empaques plásticos en Honduras es libre de arancel, mientras que los productos terminados deben pagar entre 5 y 10%. Esto ha otorgado una ventaja a los productores locales, ventaja que desaparecerá con la firma del TLC con Estados Unidos primero, y luego con el ALCA.

Los envases y empaques de cartón pagan aranceles desde 0 hasta 10%, dependiendo de la partida arancelaria. Con los acuerdos de comercio estos aranceles desaparecerán, pero sin embargo dado los altos costos que implica el transporte de empaques de cartón, probablemente no cambie significativamente la estructura del comercio de estos productos.

5.2 Derechos Arancelarios

5.2.1 Envases y Empaques plásticos

A continuación se desagregan el arancel para ingresar a Honduras por posición arancelaria. Como se puede observar el arancel de este tipo de productos oscila entre 0% y 10%. Los principales proveedores de las importaciones de pinturas son: Estados Unidos, México, El Salvador y Guatemala, entre otros. De estos países, los países centroamericanos se benefician por la Unión Aduanera y México tiene un Tratado de Libre Comercio con Honduras que le otorga preferencias, las cuales se muestran en la tabla a continuación.

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General (%)	Arancel México
3919	PLACAS, LAMINAS, HOJAS, CINTAS, TIRAS Y DEMAS FORMAS PLANAS, AUTOADHESIVAS, DE PLASTICO, INCLUSO EN ROLLOS		
3919.10	- En rollos de anchura inferior o igual a 20 cm:		
3919.10.10	- - De anchura inferior o igual a 10 cm	10	6
3919.10.90	- - Otros	5	1
3919.90.00	- Las demás	0	0

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General (%)	Arancel México
3920	LAS DEMAS PLACAS, LAMINAS, HOJAS Y TIRAS, DE PLASTICO NO CELULAR Y SIN REFUERZO, ESTRATIFICACION NI SOPORTE O COMBINACION SIMILAR CON OTRAS MATERIAS		
3920.10	- De polímeros de etileno:		
3920.10.1	- - Flexibles, de polietileno:		
3920.10.11	- - - De alta densidad, tipo "twist"	0	0
3920.10.19	- - - Las demás	10	6
3920.10.20	- - De copolímeros de etileno y acetato de vinilo, de espesor superior o igual a 2 mm pero inferior o igual a 50 mm	10	6
3920.10.9	- - Otras:		
3920.10.91	- - - Flexibles, de espesor inferior o igual a 0.10 mm, sin impresión y sin metalizar	0	0
3920.10.99	- - - Las demás	5	5
3920.20	- De polímeros de propileno:		
3920.20.1	- - Flexibles, sin impresión:		
3920.20.11	- - - Estratificadas, reforzadas o combinadas con otros polímeros entre sí, sin metalizar	5	3
3920.20.12	- - - Metalizadas	5	3
3920.20.19	- - - Las demás	0	0
3920.20.2	- - Flexibles, con impresión:		
3920.20.21	- - - Metalizadas	10	6
3920.20.29	- - - Las demás	10	6
3920.20.90	- - Otras	0	0
3920.30	- De polímeros de estireno:		
3920.30.1	- - Sin impresión:		
3920.30.11	- - - Láminas o placas	10	6
3920.30.19	- - - Las demás	5	3
3920.30.20	- - Con impresión	10	6
3920.43	- - Con un contenido de plastificantes superior o igual al 6% en peso:		
3920.43.1	- - - Rígidas:		
3920.43.11	- - - - De espesor superior a 400 micras	10	10
3920.43.19	- - - - Las demás	10	10
3920.43.20	- - - Flexibles, de espesor superior a 400 micras	10	10
3920.43.3	- - - Flexibles, de espesor inferior o igual a 400 micras:		
3920.43.31	- - - - Estratificadas, reforzadas o combinadas con otros polímeros entre sí, sin impresión y sin metalizar	5	5
3920.43.32	- - - - Sin impresión, metalizadas	5	5
3920.43.33	- - - - Con impresión, sin metalizar	10	10
3920.43.34	- - - - Con impresión, metalizadas	10	10
3920.43.39	- - - - Las demás	0	0
3920.49	- - Las demás:		
3920.49.1	- - - Rígidas:		
3920.49.11	- - - - De espesor superior a 400 micras	10	10
3920.49.19	- - - - Las demás	10	10
3920.49.20	- - - Flexibles, de espesor superior a 400 micras	10	10
3920.49.3	- - - Flexibles, de espesor inferior o igual a 400 micras:		

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General (%)	Arancel México
3920.49.31	- - - Estratificadas, reforzadas o combinadas con otros polímeros entre sí, sin impresión y sin metalizar	5	5
3920.49.32	- - - Sin impresión, metalizadas	5	5
3920.49.33	- - - Con impresión, sin metalizar	10	10
3920.49.34	- - - Con impresión, metalizadas	10	10
3920.49.39	- - - Las demás	0	0
3920.5	- De polímeros acrílicos:		
3920.51	- - De poli(metacrilato de metilo):		
3920.51.10	- - - De espesor superior o igual a 1 mm pero inferior o igual a 40 mm	10	6
3920.51.90	- - - Otras	5	3
3920.59.00	- - De las demás polímeros acrílicos	5	3
3920.6	- De policarbonatos, resinas alcídicas, poliésteres alílicos o demás poliésteres:		
3920.61.00	- - De policarbonatos	5	1
3920.62	- - De poli(tereftalato de etileno) (PET):		
3920.62.1	- - - Flexibles, sin impresión:		
3920.62.11	- - - - Estratificadas, reforzadas o combinadas con otros polímeros entre sí, sin metalizar	5	3
3920.62.12	- - - - Metalizadas	5	3
3920.62.19	- - - - Las demás	0	0
3920.62.2	- - - Flexibles, con impresión:		
3920.62.21	- - - - Metalizadas	10	6
3920.62.29	- - - - Las demás	10	6
3920.62.90	- - - Otras	0	0
3920.63.00	- - De poliésteres no saturados	0	0
3920.69.00	- - De los demás poliésteres	0	0
3920.7	- De celulosa o de sus derivados químicos:		
3920.71	- - De celulosa regenerada:		
3920.71.1	- - - Sin impresión:		
3920.71.11	- - - - Estratificadas, reforzadas o combinadas con otros polímeros entre sí, sin metalizar	5	3
3920.71.12	- - - - Metalizadas	5	3
3920.71.19	- - - - Las demás	0	0
3920.71.2	- - - Con impresión:		
3920.71.21	- - - - Metalizadas	10	6
3920.71.29	- - - - Las demás	10	6
3920.72.00	- - De fibra vulcanizada	0	0
3920.73.00	- - De acetato de celulosa	0	0
3920.79.00	- - De los demás derivados de la celulosa	0	0
3920.9	- De los demás plásticos:		
3920.91.00	- - De poli(vinilbutiral)	5	1
3920.92	- - De poliamidas:		
3920.92.1	- - - Flexibles:		
3920.92.13	- - - - Estratificadas, reforzadas o combinadas con otros polímeros entre sí, sin impresión y sin metalizar	5	3

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General (%)	Arancel México
3920.92.14	- - - Sin impresión, metalizadas	5	3
3920.92.15	- - - Con impresión, sin metalizar	10	6
3920.92.16	- - - Con impresión, metalizadas	10	6
3920.92.19	- - - Las demás	0	0
3920.92.20	- - Rígidas	5	3
3920.93.00	- - De resinas amínicas	5	1
3920.94.00	- - De resinas fenólicas	5	1
3920.99.00	- - De los demás plásticos	0	0
3921	LAS DEMAS PLACAS, LAMINAS, HOJAS Y TIRAS, DE PLASTICO		
3921.1	- Productos celulares (alveolares):		
3921.11.00	- - De polímeros de estireno	5	1
3921.12.00	- - De polímeros de cloruro de vinilo	10	6
3921.13.00	- - De poliuretanos	5	1
3921.14.00	- - De celulosa regenerada	0	0
3921.19	- - De los demás plásticos:		
3921.19.10	- - - De polietileno, de los tipos utilizados para la elaboración de separadores de acumuladores eléctricos, presentados en bobinas (rollos)	0	0
3921.19.90	- - - Otros	5	5
3921.90	- Las demás:		
3921.90.10	- - Rígidas, con armadura o red de refuerzo	5	3
3921.90.20	- - A base de capas de papel, impregnadas con resinas melamínicas o fenólicas (tipo "Formica")	10	6
3921.90.30	- - Tejidos recubiertos de poli(cloruro de vinilo) (PVC) por ambas caras o inmersos totalmente en esta materia	10	6
3921.90.4	- - Las demás, flexibles, estratificadas, reforzadas o combinadas de forma similar con otras materias:		
3921.90.41	- - - Sin impresión y sin metalizar	5	3
3921.90.42	- - - Sin impresión, metalizadas	5	3
3921.90.43	- - - Con impresión, sin metalizar	10	6
3921.90.44	- - - Con impresión, metalizadas	10	6
3921.90.90	- - Otras	5	3
3923	ARTICULOS PARA EL TRANSPORTE O ENVASADO, DE PLASTICO; TAPONES, TAPAS, CAPSULAS Y DEMAS DISPOSITIVOS DE CIERRE, DE PLASTICO		
3923.10.00	- Cajas, cajones, jaulas y artículos similares	10	6
3923.2	- Sacos (bolsas), bolsitas y cucuruchos (conos):		
3923.21	- - De polímeros de etileno:		
3923.21.10	- - - Bolsas termoencogibles multilaminadas o extruidas (tipo "Cryo-vac")	0	0
3923.21.90	- - - Otros	10	6
3923.29	- - De los demás plásticos:		
3923.29.10	- - - Bolsas termoencogibles multilaminadas o extruidas (tipo "Cryo-vac")	0	0
3923.29.90	- - - Otros	10	6
3923.30	- Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares:		
3923.30.10	- - Recipientes isotérmicos, excepto los aislados por vacío	5	3

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General (%)	Arancel México
3923.30.20	- - Envases con capas adhesivas, de cierre rasgable o tapón de seguridad perforable	5	3
3923.30.9	- - Otros:		
3923.30.91	- - - Esbozos (preformas) de envases para bebidas	5	3
3923.30.92	- - - Envases de poli(tereftalato de etileno) (PET), retornables, con capacidad de 1.5 y 2.0 l, de espesor de 28 mm BPF, para refrescos carbonatados	5	5
3923.30.93	- - - Envases tipo gotero, con tapa con banda de seguridad para la industria farmacéutica	5	5
3923.30.99	- - - Los demás	10	6
3923.40	- Bobinas, carretes, canillas y soportes similares:		
3923.40.10	- - Casetes (incluso con sus estuches) y carretes para cintas de máquinas de escribir y carretes similares, desprovistos de sus cintas	5	1
3923.40.90	- - Otros	0	0
3923.50	- Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre:		
3923.50.10	- - Tapones tipo vertedor, incluso con rosca	0	0
3923.50.20	- - Esferas tipo "roll-on", incluso con el cuello del envase	0	0
3923.50.30	- - Tapas con rosca y con banda de seguridad	0	0
3923.50.40	- - Tapas con rosca y tapas a presión con banda de seguridad, tipo gotero	5-10	5-10
3923.50.90	- - Otros	10	6
3923.90	- Los demás:		
3923.90.10	- - Artículos alveolares para el envase y transporte de huevos	5	3
3923.90.20	- - Sujetadores de envases (por ejemplo para "six-packs")	0	0
3923.90.30	- - Contenedores de moldeo y empaque de supositorios	5-10	5-10
3923.90.90	- - Otros	10	6
3926	LAS DEMAS MANUFACTURAS DE PLASTICO Y MANUFACTURAS DE LAS DEMAS MATERIAS DE LAS PARTIDAS 39.01 A 39.14		
3926.90	- Las demás:		
3926.90.9	- - Otras:		
3926.90.91	- - - Etiquetas impresas, metalizadas con baño de aluminio y con respaldo de papel	5	3

Fuente: Sieca

5.2.2. Envases y Empaques de Cartón

Para ingresar este tipo de productos a Honduras el arancel que deben pagar los países proveedores es de 0% y 10% en su mayoría, únicamente para la posiciones arancelarias 48.05.93.10 y 48.11.59.11 el arancel es del 5% y para la 48.11.90.30, 48.21.10.00 y 48.21.90.00 el arancel es del 15%. Dentro de los principales proveedores de las importaciones se encuentran: México y países

centroamericanos. Estos países tienen preferencias, México por tener un Tratado de Libre Comercio y los países centroamericanos por ser parte de la Unión Aduanera.

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General (%)	Arancel México (%)
4804	PAPEL Y CARTON KRAFT, SIN ESTUCAR NI RECUBRIR, EN BOBINAS (ROLLOS) O EN HOJAS, EXCEPTO EL DE LAS PARTIDAS 4802 ó 4803		
4804.1	- Papel y cartón para caras (cubiertas) ("Kraftliner"):		
4804.11.00	- - Crudos	0	0
4804.19.00	- - Los demás	0	0
4804.2	- Papel Kraft para sacos (bolsas):		
4804.21.00	- - Crudo	0	0
4804.29.00	- - Los demás	0	0
4804.3	- Los demás papeles y cartones Kraft, de peso inferior o igual a 150 g/m2:		
4804.31	- - Crudos:		
4804.31.10	- - - Papel para cerillos	0	0
4804.31.90	- - - Otros	10	5
4804.39	- - Los demás:		
4804.39.10	- - - Papel para cerillos	0	0
4804.39.20	- - - Otros, de peso inferior o igual a 100 g/m2	10	5
4804.39.90	- - - Otros	0	0
4804.4	- Los demás papeles y cartones Kraft, de peso superior a 150 g/m2 pero inferior a 225 g/m2:		
4804.41.00	- - Crudos	10	5
4804.42.00	- - Blanqueados uniformemente en la masa y con un contenido de fibras de madera obtenidas por procedimiento químico superior al 95% en peso del contenido total de fibra	0	0
4804.49.00	- - Los demás	0	0
4804.5	- Los demás papeles y cartones Kraft, de peso superior o igual a 225 g/m2:		
4804.51.00	- - Crudos	0	0
4804.52.00	- - Blanqueados uniformemente en la masa y con un contenido de fibras de madera obtenidas por procedimiento químico superior al 95% en peso del contenido total de fibra	0	0
4804.59.00	- - Los demás	0	0
4805	LOS DEMAS PAPELES Y CARTONES, SIN ESTUCAR NI RECUBRIR, EN BOBINAS (ROLLOS) O EN HOJAS, QUE NO HAYAN SIDO SOMETIDOS A TRABAJOS COMPLEMENTARIOS O TRATAMIENTOS DISTINTOS DE LOS ESPECIFICADOS EN LA NOTA 3 DE ESTE CAPITULO		
4805.1	- Papel para acanalar:		
4805.11.00	- - Papel semiquímico para acanalar	0	0
4805.12.00	- - Papel paja para acanalar	0	0
4805.19.00	- - Los demás	0	0
4805.2	- "Testliner" (de fibras recicladas):		
4805.24.00	- - De peso inferior o igual a 150 g/m2	0	0
4805.25	- - De peso superior a 150 g/m2:		
4805.25.10	- - - Cartón gris de peso superior a 300 g/m2	10	10
4805.25.90	- - - Otros	0	0

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General (%)	Arancel México (%)
4805.30.00	- Papel sulfito para envolver	0	0
4805.40.00	- Papel y cartón filtro	0	0
4805.50.00	- Papel y cartón fieltro; papel y cartón lana	0	0
4805.9	- Los demás:		
4805.91.00	- - De peso inferior o igual a 150 g/m2	0	0
4805.92.00	- - De peso superior a 150 g/m2 pero inferior a 225 g/m2	0	0
4805.93	- - De peso superior o igual a 225 g/m2:		
4805.93.10	- - - Cartón sin impregnar para construcción	5	5
4805.93.90	- - - Otros	0	0
4806	PAPEL Y CARTON SULFURIZADOS, PAPEL RESISTENTE A LAS GRASAS, PAPEL VEGETAL, PAPEL CRISTAL Y DEMAS PAPELES CALANDRADOS TRANSPARENTES O TRANSLUCIDOS, EN BOBINAS (ROLLOS) O EN HOJAS		
4806.10.00	- Papel y cartón sulfurizados (pergamino vegetal)	0	0
4806.20.00	- Papel resistente a las grasas ("greaseproof")	0	0
4806.30.00	- Papel vegetal (papel calco)	0	0
4806.40.00	- Papel cristal y demás papeles calandrados transparentes o translúcidos	0	0
4807	PAPEL Y CARTON OBTENIDOS POR PEGADO DE HOJAS PLANAS, SIN ESTUCAR NI RECUBRIR EN LA SUPERFICIE Y SIN IMPREGNAR, INCLUSO REFORZADOS INTERIORMENTE, EN BOBINAS (ROLLOS) O EN HOJAS		
4807.00.10	- Cartones duplex y triplex, de peso superior a 300 g/m2	10	10
4807.00.90	- Otros	0	0
4811	PAPEL, CARTON, GUATA DE CELULOSA Y NAPA DE FIBRAS DE CELULOSA, ESTUCADOS, RECUBIERTOS, IMPREGNADOS O REVESTIDOS, COLOREADOS O DECORADOS EN LA SUPERFICIE O IMPRESOS, EN BOBINAS (ROLLOS) O EN HOJAS DE FORMA CUADRADA O RECTANGULAR, DE CUALQUIER TAMAÑO, EXCEPTO LOS PRODUCTOS DE LOS TIPOS DESCRITOS EN EL TEXTO DE LAS PARTIDAS 4803, 4809 ó 4810		
4811.10	- Papel y cartón alquitranados, embetunados o asfaltados:		
4811.10.10	- - En tiras o bobinas (rollos) de anchura superior a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea superior a 360 mm y el otro sea superior a 150 mm, sin plegar	0	0
4811.10.20	- - En tiras o bobinas (rollos) de anchura inferior o igual a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea inferior o igual a 360 mm y el otro sea inferior o igual a 150 mm	10	10
4811.10.90	- - Otros	10	10
4811.4	- Papel y cartón engomados o adhesivos:		
4811.41	- - Autoadhesivos:		
4811.41.1	- - - Sin impresión:		
4811.41.11	- - - - En tiras o bobinas (rollos) de anchura superior a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea superior a 360 mm y el otro sea superior a 150 mm, sin plegar	0	0
4811.41.12	- - - - En tiras o bobinas (rollos) de anchura inferior o	10	10

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General (%)	Arancel México (%)
	igual a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea inferior o igual a 360 mm y el otro sea inferior o igual a 150 mm		
4811.41.19	---- Los demás	10	10
4811.41.20	--- Con impresión	10	10
4811.49	-- Los demás:		
4811.49.1	--- Sin impresión:		
4811.49.11	---- En tiras o bobinas (rollos) de anchura superior a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea superior a 360 mm y el otro sea superior a 150 mm, sin plegar	5	5
4811.49.12	---- En tiras o bobinas (rollos) de anchura inferior o igual a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea inferior o igual a 360 mm y el otro sea inferior o igual a 150 mm	10	10
4811.49.19	---- Los demás	10	10
4811.49.20	--- Con impresión	10	10
4811.5	- Papel y cartón recubiertos, impregnados o revestidos de plástico (excepto los adhesivos):		
4811.51	-- Blanqueados, de peso superior a 150 g/m2:		
4811.51.1	--- Multicapas incluso con hojas de aluminio (tipo "Tetrapack"):		
4811.51.11	---- En tiras o bobinas (rollos) de anchura superior a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea superior a 360 mm y el otro sea superior a 150 mm, sin plegar	0	0
4811.51.12	---- En tiras o bobinas (rollos) de anchura inferior o igual a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea inferior o igual a 360 mm y el otro sea inferior o igual a 150 mm	10	10
4811.51.19	---- Los demás	10	10
4811.51.9	--- Otros:		
4811.51.91	---- En tiras o bobinas (rollos) de anchura superior a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea superior a 360 mm y el otro sea superior a 150 mm, sin plegar	0	0
4811.51.92	---- En tiras o bobinas (rollos) de anchura inferior o igual a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea inferior o igual a 360 mm y el otro sea inferior o igual a 150 mm	10	10
4811.51.99	---- Los demás	10	10
4811.59	-- Los demás:		
4811.59.1	--- Recubiertos, impregnados o revestidos de polietileno, poli(cloruro de vinilideno) (PVDC) o sus copolímeros:		
4811.59.11	---- Sin impresión, en tiras o bobinas (rollos) de anchura superior a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea superior a 360 mm y el otro sea superior a 150 mm, sin plegar	5	5
4811.59.12	---- Sin impresión, en tiras o bobinas (rollos) de anchura inferior o igual a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea inferior o igual a 360 mm y el otro sea inferior o igual a 150 mm	10	10

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General (%)	Arancel México (%)
4811.59.13	- - - - Con impresión	10	10
4811.59.19	- - - - Los demás	10	10
4811.59.9	- - - Otros:		
4811.59.91	- - - - En tiras o bobinas (rollos) de anchura superior a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea superior a 360 mm y el otro sea superior a 150 mm, sin plegar	0	0
4811.59.92	- - - - En tiras o bobinas (rollos) de anchura inferior o igual a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea inferior o igual a 360 mm y el otro sea inferior o igual a 150 mm	10	10
4811.59.99	- - - - Los demás	10	10
4811.60.00	- Papel y cartón recubiertos, impregnados o revestidos de cera, parafina, estearina, aceite o glicerol	10	10
4811.90	- Los demás papeles, cartones, guata de celulosa y napa de fibras de celulosa:		
4811.90.30	- - Papeles denominados "continuos"	15	15
4811.90.40	- - Papel resistente a las grasas ("greaseproof"), impreso	10	10
4811.90.9	- - Otros:		
4811.90.91	- - - En tiras o bobinas (rollos) de anchura superior a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea superior a 360 mm y el otro sea superior a 150 mm, sin plegar	0	0
4811.90.92	- - - En tiras o bobinas (rollos) de anchura inferior o igual a 150 mm, o en hojas en las que un lado sea inferior o igual a 360 mm y el otro sea inferior o igual a 150 mm	10	10
4811.90.99	- - - Los demás	10	10
4819	CAJAS, SACOS (BOLSAS), BOLSITAS, CUCURUCHOS (CONOS) Y DEMAS ENVASES DE PAPEL, CARTON, GUATA DE CELULOSA O NAPA DE FIBRAS DE CELULOSA; CARTONAJES DE OFICINA, TIENDA O SIMILARES		
4819.10.00	- Cajas de papel o cartón corrugados	10	5
4819.20	- Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón, sin corrugar:		
4819.20.10	- - Cajas multicapas de cartón, con hojas de plástico y aluminio (tipo "Tetra Brik")	0	0
4819.20.20	- - Cajas impermeabilizadas con láminas de plástico o con parafina o materias similares	10	5
4819.20.90	- - Otros	10	5
4819.30	- Sacos (bolsas) con una anchura en la base superior o igual a 40 cm:		
4819.30.10	- - Multicapas, de papel Kraft, con hojas de plástico y aluminio	0	0
4819.30.90	- - Otros	10	5
4819.40.00	- Los demás sacos (bolsas); bolsitas y cucuruchos (conos)	10	5
4819.50.00	- Los demás envases, incluidas las fundas para discos	10	5
4819.60.00	- Cartonajes de oficina, tienda o similares	10	5
4821	ETIQUETAS DE TODAS CLASES, DE PAPEL O CARTON, INCLUSO		

Posición Arancelaria	Descripción	Arancel General (%)	Arancel México (%)
	IMPRESAS		
4821.10.00	- Impresas	15	7,5
4821.90.00	- Las demás	15	7,5

Fuente: Sieca

5.3. Barreras no arancelarias

Para la importación de estos productos no existen restricciones para el ingreso de a Honduras, las exigencias que pueden existir en el mercado provienen principalmente del importador ya que no existe una norma que impida el ingreso a dicho mercado.

Es importante resaltar que todos los productos importados pasan por el semáforo fiscal, en caso de luz verde, el producto sigue su tránsito; en caso de luz roja, habrá inspección fiscal de la mercancía. El sistema no es aleatorio. Varios factores determinan si la mercancía a importar es inspeccionada intensivamente por las autoridades. Estos factores pueden ser el tipo de mercancía, la fracción arancelaria o el importador o exportador de la mercancía¹⁶.

Para el caso de Colombia, todos los productos que ingresan a Honduras deben pasar por la inspección fiscal (semáforo rojo), que puede demorarse aproximadamente dos días para posteriormente volverla a cargar y seguir hasta su destino final.

5.4. Etiquetado

En Honduras no existe una legislación que determine la forma como deben ser empacados los envases y empaques para ser importados, la única consideración que debe tener en cuenta el exportador es si éstos van a ser utilizados para envasar alimentos o productos de uso farmacéutico y si es así se acogen a la legislación existente para estos productos.

El etiquetado que se utiliza en los contenedores se coloca 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

¹⁶ SECRETARIA DE INTEGRACION ECONOMICA CENTROAMERICANA

- 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
- Instrucciones de manipulación especial, con sus respectivos símbolos

5.5 Impuestos Internos

En Honduras, existen 3 clases de impuestos: Ley del Impuesto sobre Ventas, Ley de Impuesto sobre la Renta, Ley del Impuesto al Activo Neto.

Ley del impuesto sobre Ventas¹⁷

Este gravamen se genera por la venta de bienes, la prestación de servicios, el consumo de mercaderías y por la nacionalización de bienes importados. La tasa del impuesto general es del doce por ciento (12%) general y del quince por ciento (15%) en bebidas alcohólicas cigarrillos y cigarrillos.

La tasa será del quince por ciento (15%) únicamente cuando se aplique a las importaciones o venta de cervezas, aguardientes, licores compuestos y otras bebidas alcohólicas, cigarrillos y otros productos elaborados de tabaco.

Para los efectos del cálculo del impuesto se considera como base imponible:

- a) En la venta de bienes y en la prestación de servicios la base gravable será el valor del bien o servicio, sea que ésta se realice al contado o al crédito, excluyendo los gastos directos de financiación ordinaria o extraordinaria, seguros, fletes, comisiones, garantías y demás erogaciones complementarias.
- b) La base gravable para liquidar el impuesto sobre ventas en el caso de los bienes importados será el valor CIF de los mismos, incrementado con el valor de los derechos arancelarios, impuestos selectivos al consumo, impuestos específicos y demás cargos a las importaciones.
- c) En el uso o consumo de mercaderías para beneficio propio, auto prestación de servicios y obsequios, la base gravable será el valor comercial del bien o del servicio.

No forman parte de la base gravable los descuentos efectivos que consten en la factura o documento equivalente, siempre que resulten normales según la costumbre comercial. Tampoco la integran el valor de los empaques y envases cuando en virtud de convenios o costumbres comerciales sean materia de devolución.

¹⁷ [www.dei.gob.hn/php/decreto %2024 ley del impuesto sobre ventas.html](http://www.dei.gob.hn/php/decreto_%2024_ley_del_impuesto_sobre_ventas.html)

Ley de Impuesto sobre La Renta¹⁸

Grava los ingresos provenientes del capital, del trabajo o de la combinación de ambos, según se determina por esta ley.

Toda persona domiciliada o residente en Honduras, sea natural o jurídica, nacional o extranjera, inclusive la que goce de una concesión del Estado, deberá pagar este Impuesto sobre la Renta percibida por razón de negocios o industrias comerciales, de productos de toda clase de bienes, sean muebles o inmuebles, o de la realización en el territorio del país de actividades civiles o comerciales, o del trabajo personal o de ingresos percibidos por cualquier otra actividad, ya sea que la fuente de la renta o ingreso esté situada dentro del país o fuera de él, ya sea también cualquiera el lugar donde se distribuye o pague la renta.

Las personas no residentes o no domiciliadas en Honduras estarán sujetas al impuesto sobre la renta obtenida de fuente dentro del país, ya sea derivada de bienes existentes en Honduras, de servicios prestados en el territorio nacional o fuera de él, o de negocios llevados a cabo por persona domiciliada o residente en la República, aún cuando los ingresos correspondientes a dicha renta sean pagados o acreditados al sujeto de que se trate por personas residentes o domiciliadas en el país, o en el extranjero.

La Renta Neta Gravable de una empresa mercantil será determinada deduciendo de su renta bruta el importe de los gastos ordinarios y necesarios del periodo contributivo, debidamente comprobado, que hayan sido pagados o incurridos en la producción de la renta, tales como:

- Sueldos razonables, jornales, gastos de propaganda comercial, uso de materiales, reparación y mantenimiento de maquinaria o equipos y el importe de cualquier otro gasto normal, propio del negocio o industria, fuente de la renta.
- Primas de seguro.
- Intereses pagados o devengados.
- Depreciación de los bienes.
- Impuestos, contribuciones fiscales, distritales o municipales (excepto ISR).
- Daños a los bienes.
- Reservas para la amortización de deudas incobrables y dudosas aceptadas por la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI).
- Una amortización anual del 10% hasta diez años, sobre el valor de todas las construcciones nuevas que hagan los patronos para uso y habitación de sus trabajadores.
- Una amortización anual del 20% hasta cinco años, sobre las obras construidas con objeto de mejorar las condiciones sociales, higiénicas y culturales de los trabajadores.
- Gratificaciones a trabajadores.

¹⁸ www.dei.gob.hn/php/decreto_25_%20ley_del_impuesto_sobre_la_renta.html

- Desgaste o destrucción de propiedades y bienes que no estén sujetos a depreciación.
- Donaciones y legados en beneficio del estado o instituciones educativas, deportivas, de beneficencia o similares.
- Las cuotas del Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS).

Ley del Impuesto al Activo Neto

Entendiéndose por activo neto el valor monetario de los activos que figuran en el Balance General del contribuyente menos las reservas de cuentas por cobrar y las depreciaciones acumuladas permitidas por la Ley de Impuesto sobre la Renta. La tasa del impuesto es del 1%.

Están exentos del pago de dicho impuesto:

- Los comerciantes cuyo activo neto anual no exceda de Lps.750, 000.00. equivalentes a US\$45.154
 - Las personas naturales y jurídicas cuyos activos netos estén relacionados con fines benéficos.
 - Los comerciantes en su etapa preoperativa y durante los dos años siguientes al inicio de sus actividades.
 - Los comerciantes que operen en las zonas libres, zonas industriales de procesamiento, zonas libres turísticas y os que se dedican a la maquila.
 - Los bancos, instituciones financieras y de seguros por los prestamos y descuentos, inversiones en valores, activos contingentes, primas por cobrar y reservas a cargo de reaseguradoras y reafianzadoras, así como las sociedades mercantiles tenedoras de acciones de empresas nacionales (holding company).
 - Los comerciantes que habiendo pagado impuesto sobre la renta en el periodo anterior al que corresponde el calculo del Impuesto al Activo Neto y que demuestren fehacientemente ante la Dirección General de Tributación que, por situaciones especiales, atraviesan por un periodo cíclico de perdidas con perspectivas de recuperación.
- Además existe un crédito a dicho impuesto por pagos hechos al Impuesto sobre la Renta.

6. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES

La perspectiva que el Sector de Envases y Empaques en Honduras va a presentar a futuro es continuar con el crecimiento que hasta el momento ha presentado y esto generado por el aumento en la demanda de este tipo de productos

Con respecto a los tipos de envases y empaques van a crecer de acuerdo a los segmentos socioeconómicos de la población, pues esta, crecerá en mayor proporción a nivel de los estratos socioeconómicos bajos y esto hará que los empaques económicos como son los fabricados en polietileno y polipropileno presenten este comportamiento.

Los empresarios Hondureños del sector con respecto de las perspectivas en cuanto a la penetración de nuevas empresas al mercado, consideran que esto no se va a llevar a cabo, pues mencionan que el tamaño del mercado no es muy grande para la inversión necesaria tan alta que se requiere para el montaje de una empresa, pero si consideran que a este mercado podrían entrar proveedores del exterior que se dediquen a la comercialización de sus productos en Honduras y fabriquen en otro país.

La tendencia a nivel de consumo es la preferencia por los envases y empaques fabricados en plástico y con origen extranjero, pues tienen un posicionamiento de calidad.

Un comportamiento que seguirá presentándose a futuro en cuanto a servicio es la atención personalizada, pues el servicio que presten las empresas a nivel de asesoría en diseño será una ventaja competitiva que las empresas proveedoras tendrán ante los clientes.

Algunas empresas colombianas han hecho esfuerzos por conquistar los mercados centroamericanos sin mayores resultados. Por otra parte, éstos resultados no representan errores necesariamente de comercialización sino de conocimiento de las condiciones bajo las cuales los industriales y empresarios centroamericanos están acostumbrados a trabajar y a las connotaciones culturales y de experiencias que por su naturaleza han generado resistencia ante proveedores ubicados fuera de la región.

Las oportunidades existen, de lo contrario cerca del 50% del producto no sería importado de países como Estados Unidos y México, solo hay que identificar las oportunidades y los puntos diferenciales que harían de Colombia un mejor proveedor para las empresas hondureñas. Ese conocimiento requiere de un estudio de mercados, sin el cual la industria colombiana estaría trabajando a prueba y error incurriendo en altos costos y desgastando al mercado objetivo durante el proceso de aprendizaje.