

---

# Estudio de Mercado de Aceite de Oliva en El Salvador

Julio 2011

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en El Salvador

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	3
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH: .....	3
2. Descripción del Producto: .....	3
3. Código Sistema Armonizado Local: .....	3
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	3
1. Arancel General:.....	3
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):.....	4
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias: .....	4
4. Otros Impuestos:.....	4
5. Barreras Para – Arancelarias.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	4
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso .....	4
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:.....	6
3. Ejemplos de etiquetado de productos .....	7
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	7
1. Estadísticas 2010 .....	7
2. Estadísticas 2009 .....	8
3. Estadísticas 2008 .....	8
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	8
1. Potencial del producto .....	8
1.1. Formas de consumo del producto .....	9

**1.2. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen)..... 9**

*VI. Canales de Comercialización y Distribución.....9*

*VII. Precios de referencia – retail y mayorista .....10*

*VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....14*

*IX. Sugerencias y recomendaciones .....14*

*X. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....16*



## PRODUCTO:

**1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:**  
1509

**2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:**  
Aceite de oliva y sus fracciones

**3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:**  
1509



## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

**1. ARANCEL GENERAL:**  
10%

**2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):**

PARTIDA	DESCRIPCION	ARANCEL	MEXICO	REP. DOM.	PANAMA	CHILE	CAFTA	TAIWAN
1509	ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE							
15091000	- Virgen	10	1.8	0	0	10	0	0
15099000	- Los demás	10	3	0	0	10	6	0

Tabla considera ventajas arancelarias de todos los países con los que El Salvador tiene TLC. El arancel preferencial para Chile, da origen debido a la vigencia del TLC vigente desde 2002.

**3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:**

Ver tabla anterior

**4. OTROS IMPUESTOS:**

IVA= 13%



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

**1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO**

Se presenta una solicitud ante el Departamento de Saneamiento Ambiental del Ministerio de Salud Pública de El Salvador acompañada de los siguientes:

A) PODER a nombre del profesional químico farmacéutico responsable

B) COMPOSICIÓN cualicuantitativa del producto: El listado de ingredientes deberá presentarlo en orden decreciente de acuerdo a la formulación del alimento. Únicamente debe cuantificar los aditivos alimentarios que se adicionen siendo éstos: saborizantes, colorantes, emulsificantes, preservantes, edulcorantes y cualquier otro que contenga el producto de acuerdo a la normativa nacional o internacional. Los demás ingredientes deberán describirse en forma cualitativa.- Se deberán presentar dos originales de la fórmula cuali-cuantitativa, una se

incorporará en el expediente y la otra se presenta en el laboratorio al momento de entregar las muestras.- La fórmula deberá estar firmada por el profesional responsable de la formulación.- Para aquellos productos en los que se dificulta obtener la fórmula de composición, se permitirá que transcriban de la etiqueta los ingredientes, la transcripción debe ser firmada por la persona que la realice.

c) ETIQUETAS Deberán presentar dos etiquetas originales para verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la Norma Salvadoreña Obligatoria: Norma General para el etiquetado de los alimentos pre-ensados R-UAC 67.01.02 (<http://www.infoq.org.sv/dbnormas/nso%2067.10.01.03.pdf>)

D) CERTIFICADO DE LIBRE VENTA, extendido por las autoridades de salud competentes del país exportador, en caso de productos procedentes de los Estados Unidos de América, se aceptará el Certificado, avalado por un notario público de ese país. Cuando el idioma no sea el español deberá presentar diligencias de traducción.

E) LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DE LA BODEGA.

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

F) IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO:

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

G) MUESTRAS DE LOS PRODUCTOS

Deberá presentar cuatro muestras de cada producto de la siguiente manera:

- Muestras de alimentos sólidos 200 gramos cada una
  - Muestras de alimentos líquidos: 200 mililitros cada una. De licores dos botellas de 750 mililitros.
- La duración del trámite de este tipo de registro es de aproximadamente 120 días siempre que los documentos y muestras estén completos.

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

### Productos Alimenticios

Con respecto a estos productos, el Código de Salud del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social establece que toda importación, exportación, comercio, fabricación, almacenamiento, transporte, venta o cualquiera otra operación de suministros al público, de alimentos o bebidas empacadas o envasadas, debe ser registrada en este Ministerio.

Para este registro, se debe retirar la solicitud en el Departamento de Saneamiento Ambiental, sección de higiene de alimentos. Una vez lleno el formulario, deben entregarse muestras del producto, lista de ingredientes y copia de la etiqueta con la cual se comercializará el producto.

No hay obstáculos graves para el acceso al mercado, existen problemas puntuales derivados de la exigencia del cumplimiento de normas sanitarias o fitosanitarias. Las autoridades salvadoreñas exigen una inspección previa por inspectores de Sanidad Vegetal y Animal del Ministerio Salvadoreño de Agricultura de las instalaciones de empresas extranjeras que deseen exportar productos alimenticios frescos, refrigerados y congelados como requisito inexcusable para permitir la entrada a El Salvador de estos productos.

Para mayor información sobre medidas sanitarias y fitosanitarias se puede consultar el siguiente link del Ministerio de Economía de El Salvador, donde encontrará el Reglamento Centroamericano sobre medidas y procedimientos sanitarios y fitosanitarios

Contiene: normativa de registro sanitario de alimentos y bebidas nacionales o importadas; autorización para importar alimentos preparados, materias primas y aditivos alimenticios; autorización de usuarios para producir o importar alcoholes y otras normas.

<http://www.gaisa-mspas.gob.sv/>

Sitio oficial del Centro Nacional de Información de Calidad y Evaluación de la Conformidad. Contiene: catálogo en línea de normas de calidad, proyectos de normas, registro de auditores de laboratorios.

<http://www.infoq.org.sv/>

Sitio oficial del Ministerio de Agricultura. Proporciona archivos pdf que contienen la normativa animal y vegetal, pesquera y forestal del país. Se encuentra en el módulo "Publicaciones". [www.mag.gob.sv](http://www.mag.gob.sv)

### 3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS



El aceite de oliva se presenta generalmente en botellas de vidrio o en latas cuyas etiquetas contienen información acerca de su Datos Nutrimientales, composición del producto (ingredientes), fecha de producción y expiración, y detalles sobre el fabricante. Cuando son productos importados y su etiqueta está en inglés, se añade la información en una etiqueta auto adhesiva adicional, pegada en el cuerpo de la lata/bote sobre la etiqueta original. Esta contiene el nombre del producto, los ingredientes, datos del importador, país de procedencia y número de Registro Sanitario. Si, por otro lado, falta únicamente el Registro Sanitario, éste se añade en una etiqueta auto adhesiva adicional:

ACEITE DE OLIVA SASSO 250 Gr.  
035406050151  
REGISTRO SANITARIO D.G.S. 11091  
IMPORTADO Y DISTRIBUIDO POR CALLEJA S.A. DE C.V.

## IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

### 1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
España	401251	1303862	54.63
Estados Unidos de América	415793	95166	3.99
Italia	134004	663614	27.80
Subtotal	951048	2062642	86.42
Total	633,079	2,386,770	100

## 2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
España	360,995	1,190,574	59.91
Estados Unidos de América	73,903	282,440	14.21
Italia	90,673	371,440	18.69
Subtotal	525,571	1,844,454	92.81
Total	560,583	1,987,230	100

## 3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
España	292,970	1,384,697	52.62
Estados Unidos de América	113,047	412,661	15.68
Italia	132,727	821,833	31.23
Subtotal	538,744	2,619,191	99.53
Total	546,578	2,631,288	100

FUENTE: Secretaria de Integración Centroamericana, SIECA.

# V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

No existe producción de aceite de oliva en El Salvador, por lo tanto todo el consumo es cubierto por importaciones especialmente por marcas procedentes de España e Italia. Aunque la importación de este producto se ha ido incrementando cada año, su consumo es todavía muy bajo en relación a otro tipo de grasas vegetales como el aceite de maíz, soya u otros. Sin embargo, la creciente cultura culinaria, así como los beneficios para la salud del consumo del aceite de oliva como la mejor grasa, permiten esperar todavía un incremento en su consumo en los próximos años. Una de las principales dificultades para la generalización de su consumo es el alto precio del producto en comparación con otros aceites. Hay que recordar que un porcentaje importante del mercado todavía determina los productos que adquiere por el precio y no la calidad. En El Salvador, aun no existe la cultura de consumo del aceite de oliva tal como existe en Europa y otros países. Definitivamente aun el aceite de oliva no

forma parte de los hábitos de consumo de los salvadoreños, siendo que aun se puede considerar un artículo de lujo y para muchas personas su consumo está reservado para ocasiones especiales. Sin embargo, a pesar de esto, existe cada vez más oferta de diferentes aceites, lo que ha provocado una pequeña cultura consumidora que se nota en el incremento constante de las importaciones. La sustitución de grasas saturadas por las grasas sanas en la dieta de un grupo de consumidores preocupados por la salud y la creciente información disponible en el país, relativa a las bondades del aceite de oliva, han ayudado de forma directa al incremento en el consumo.

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Suele ser habitual que el aceite de oliva se utilice para preparar ensaladas, principalmente como aliño. Por ello, una forma básica de disfrutar de todas sus virtudes es aliñando la ensalada con un buen chorrito de este aceite. También es común utilizar el aceite de oliva para freír, cuestión que, aunque no tan sana como si lo tomamos crudo (o si hervimos o hacemos al vapor los alimentos), es algo más saludable que cualquier otro aceite. Tomado como remedio casero, el aceite de oliva puede ayudar tanto contra el estreñimiento como a la hora de depurar el hígado. En este sentido, puede tomarse una cucharada diaria en ayunas de un poco de aceite de oliva con unas gotas de limón.

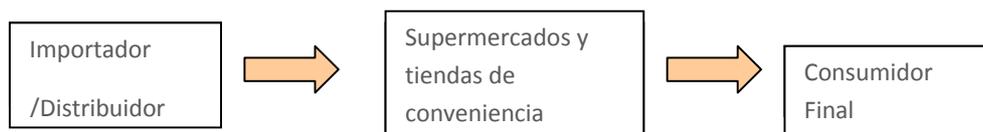
### 1.2. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

La mayoría de los importadores entrevistados coincidieron en que aunque aún se importa poco, se nota un crecimiento y por lo tanto este mercado puede empezar a considerarse como una alternativa, ya que el aceite de oliva chileno aun no ha entrado a El Salvador. Esto hace que la mayoría de los importadores desconozca completamente la producción de aceite de oliva que hay en Chile y que aunque la imagen de los productos chilenos es muy buena, ninguno tome la decisión de investigar sobre este producto.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los canales de comercialización más utilizados por empresas extranjeras son las compañías distribuidoras de alimentos en general, las cuales se encargan de abastecer a supermercados y minoristas.

La estructura actual de los canales de distribución para estos productos en términos generales se define así:



Los productos alimenticios suelen ingresar vía terrestre, ya que llegan vía marítima, en contenedores a través de PUERTO QUETZAL o PUERTO SANTO TOMAS DE CASTILLA (ambos en Guatemala) y después son transportados por carretera a El Salvador. Los importadores de este tipo de productos son por lo general distribuidores de productos de consumo masivo, y la mayoría cuenta con su propia flota de vehículos. Las distribuidoras comercializan la mayoría de los productos importados, no obstante, en los últimos años se ha visto un crecimiento y un marcado interés en las cadenas de supermercado de importar directamente, especialmente productos alimenticios que puedan ser envasados y etiquetados utilizando su marca genérica. Estos productos se encuentran en supermercados, en los situados en áreas residenciales de clase media-alta y algunos más especiales en tiendas gourmet. Los importadores suelen ser los distribuidores a los supermercados o tiendas gourmet, pero también a otro tipo de consumidores como hoteles y restaurantes.

- En El Salvador, los supermercados más importantes son:
- Supermercados Selectos- 98 sucursales
- La Despensa de Don Juan (parte del Grupo Walmart) 36 sucursales
- Supermercados Paiz (parte del Grupo Walmart ) 2 hipermercados
- Supermercados Europa 2 hipermercados, una sucursal
- PriceSmart – Cadena norteamericana de supermercados por membresía (2 sucursales)

## VIII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Las marcas de aceite de oliva español presentes en el mercado son: Carbonell, Borges, Ybarra, Sensat, Guillén, La Española, entre otros. Las principales marcas italianas son Felipe Berio, Monini y Bertolli.

Filippo Berio	Italia	200 ml	5.25
Filippo Berio	Italia	500ml	9.25
Filippo Berio	Italia	750 ml	10.25
Carbonell	España	1 lt	11.35
Carbonell	España	500 ml	6.21
Salat	España	500 ml	7.32
Price Smart	Importado de Italia/envasado USA	2lt	18.32



ACEITE DE OLIVA CARBONELL

Carbonell es una empresa perteneciente al Grupo SOS, dedicada principalmente a la elaboración y comercialización de aceite de oliva. Carbonell también produce otros productos como vinagre y aceitunas, y exporta a más de 70 países repartidos por los cinco continentes.



A finales del siglo XIX, se creó la empresa Borges, una pequeña empresa que se inició con la venta de aceitunas y almendras en las ciudades de Lérida y Tarragona y que hoy en día ya está presente en más de cien países de todo el mundo.



El origen de esta empresa se remonta al año 1842, Como curiosidad cabe destacar que en 1945 incorporó una línea de envasado de aceite de oliva en botellas de plástico. Hijos de Ybarra, S.A. se sitúa entre las empresas pioneras de la industria alimentaria española, instalando en sus fábricas los más modernos y sofisticados equipos de fabricación de mayonesa y otras salsas emulsionadas. En la actualidad, esta gran empresa dispone de tres sociedades, cada una de las cuales está especializada en toda una gama de productos. Esta especialización garantiza la mejor calidad para los productos de la marca Ybarra. Estas sociedades son: Hijos de Ybarra, S.A., Aceites Ybarra, S.A. y Aceitunas Ybarra, S.A.



Fundada en 1860 por P. Sasso en la región italiana de Liguria, pronto se estableció como una de las principales marcas de aceite de oliva de alta calidad. La pasión por ésta, unida a la fidelidad que sus consumidores muestran hacia la marca, han inspirado las actividades de una marca con una fuerte presencia en el mercado italiano.

SASSO es una marca tradicional en Italia que data del año 1860. En la actualidad, la gama de productos SASSO abarca desde el aceite de oliva hasta los aceites vírgenes extra, donde en los últimos años se han incorporado nuevas variedades, como han sido SASSO VIRGEN EXTRA SAPORITO, un aceite con más cuerpo y sabor; o SASSO VIRGEN EXTRA ORO, un aceite de oliva virgen extra en lata dorado, como mejor tributo a la tradición propia de la marca.



Fundada en 1865 en Lucca, en la Toscana, Bertolli comenzó a exportar aceite de oliva a Estados Unidos 10 años después de su constitución para satisfacer la demanda de aquellos italianos que habían emigrado allí; hacia 1890 había creado ya un negocio considerable en Nueva York, Philadelphia, Chicago y un poco más tarde en San Francisco, convirtiéndose en “el aceite de oliva de los italianos”. La actividad exportadora prosiguió con gran éxito, junto al crecimiento en el mercado italiano. Hoy el aceite de oliva Bertolli es la segunda marca fuerte en Italia, se distribuye a 40 países y es, de lejos, la marca número uno de aceite de oliva a nivel mundial.



## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Los supermercados realizan en combinación con los distribuidores distintas campañas de promoción regularmente en sus puntos de venta. Publican secciones especiales en medios de prensa . Además imprimen folletos que distribuyen al público, de todos los productos que tienen oferta (ver ejemplo anexo).

## IX. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta que las mejores actividades de promoción, en este sector en El Salvador, son aquellas que pretenden acceder a un grupo muy concreto de individuos, resulta conveniente utilizar formas de comunicación selectiva. De esta manera, más efectivos y menos costoso que la publicidad de estos productos en televisión, son los anuncios en prensa escrita, cuyos lectores son normalmente de clase social media-alta. Esta es una buena técnica cuando lo que se pretenda es que el consumidor conozca la marca.

Pero sin lugar a dudas, la mejor manera de promocionar y potenciar las ventas de un producto como el aceite de oliva es a través de los propios puntos de ventas. La distribución de muestras, para degustaciones, hacen que el consumidor potencial pruebe el producto, cuando muy probablemente de otra forma no llegará a hacerlo. Esta es la mejor manera para darlo a conocer.

La impresión de catálogos publicitarios debe ser vistosa y de buena calidad. Los cambios en los gustos de los consumidores locales han ido cambiando. Esto es debido en buena parte a la tendencia de vida sana, favorecido por un marketing agresivo que ha introducido nuevos productos. Hay una tendencia cada vez mayor al consumo de aceite de oliva.

Para poder comercializar exitosamente el aceite de oliva se recomienda invertir en promoción, aunado a una estrategia de precios competitivos; especialmente porque a los salvadoreños les resulta fácil buscar alternativas a estos productos entre la diversa oferta existente. Las cadenas de supermercados en El Salvador han cobrado mucha relevancia. Se estima que los diferentes niveles socioeconómicos del país consumen la mayoría de los productos en estos establecimientos. El sector alto y medio alto, por ejemplo, realiza el 90% de sus compras en el supermercado

La ventajosa situación comercial que poseen los supermercados ha dado origen a la presencia de una amplia gama de establecimientos dentro de ellos, algunos de los productos que se pueden encontrar son: ropa, relojería, electrodomésticos, zapatos, tiendas de música, ferretería, etc. Además, es común encontrar al ingresar a los supermercados pequeños negocios como farmacias, revelado de fotos, ventas de helados, etc. La presencia de los productos en las góndolas y stand de supermercados requiere de ciertos requisitos económicos y publicitarios para estar en exhibición. El presentar un producto en las instalaciones de un supermercado tiene un costo asociado.

Existe un valor inicial por ingreso y posteriormente se aplican otros cargos por el mantenimiento del mismo. Adicionalmente, se exige un monto para que los productos aparezcan en medios publicitarios (hojas volantes, catálogos de ofertas, etc.) que permanentemente está realizando la administración del supermercado. Los supermercados normalmente pagan a los proveedores en un plazo que va desde los 60 a los 90 días.

Teniendo en cuenta el alto precio de importación, y que la demanda del aceite de oliva es bastante elástica, se recomienda un posicionamiento de precio medio a bajo, para competir con las marcas ya consolidadas en el mercado. En este mercado no es muy común que se inviertan grandes sumas en la promoción de este producto, pero si se considera importante, crear una buena imagen de marca. Los formatos más vendidos son 500ml y 250ml, aunque también existen los formatos de 750ml o un litro.

Para el buen éxito de la gestión comercial, en este y en cualquier otro mercado, es importante que la empresa tome nota de los aspectos que se enumeran a continuación:

DISEÑAR UNA ESTRATEGIA ADECUADA: ANTES DE PENSAR CONTACTAR CLIENTES LA EMPRESA DEBE CONTAR CON:

1. Listas de Precio de exportación
2. Logística de transporte
3. Aranceles e impuestos
4. Barreras no arancelarias / normas
5. Países competidores

SELECCIÓN CORRECTA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN / COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO META

6. Canales ya establecidos
7. Distribuidores / representantes / mayoristas
8. Infraestructura

ESCUCHAR AL REPRESENTANTE / DISTRIBUIDOR / CLIENTE Y SEGUIR SUS SUGERENCIAS EN CUANTO A:

1. Características del producto
  - Empaque / presentación del producto
2. Afinar / seleccionar medio de transporte adecuado
  - Evaluar opciones
  - Minimizar costos
3. Cobros:
  - ofrecer plazos de mercado y minimizar riesgos
  - Evaluar condiciones de crédito comercial
4. Participar en ferias internacionales
  - Sondear el mercado
  - Hacer contacto con clientes potenciales
  - Tener una actitud proactiva
5. Dar seguimiento a las entrevistas / contactos
  - Cumplir rápidamente compromisos de información
6. Tener en cuenta aspectos legales / abogados locales
  - Registros de marca
  - Contratos de exclusividad o no
  - Prever conflictos

- Conocer legislaciones locales relacionadas

## X. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Gobierno Electrónico El Salvador: Sitio Web en el que se encuentran todas las instituciones publicas del país: [http://www.elsalvador.gob.sv/sitios\\_gobierno.htm](http://www.elsalvador.gob.sv/sitios_gobierno.htm)

CONACYT: Institución de carácter autónomo descentralizado, que actúa como la autoridad superior en materia de política científica y tecnológica. También vigila la aplicación de las normas técnicas en todos los sectores: <http://www.conacyt.gob.sv/>

Cámara Agropecuaria y Agroindustrial de El Salvador: <http://www.camagro.com/>

Asociación Nacional de la empresa privada: [www.anep.org.sv](http://www.anep.org.sv)

Registro de marcas: [www.cnr.gob.sv](http://www.cnr.gob.sv)

Registro nacional de comercio: [www.cnr.gob.sv](http://www.cnr.gob.sv)

**ANEXO 1  
RESUMEN DE LOS REQUISITOS DE IMPORTACION POR RUBROS**

Productos	Trámite o documento	Institución Responsable	Prerrequisito
Alimentos, bebidas y materias primas	Registro	Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS)	Análisis físico - Químico y bacteriológico del MSPAS
Productos Alimenticios	Autorización de importación	MSPAS	Registro
Alimentos frescos	Autorización de importación	MSPAS	Presentar autorización de importación del MAG
Medicinas y materias primas y sustancias precursoras	Registro	Consejo Superior de Salud Pública	Análisis realizado por la Junta de Vigilancia de la Profesión Química Farmacéutica (JVPQF) y la Junta de Vigilancia de la Profesión Médica (JVPM)
Cosméticos, productos de limpieza	Registro	JVPQF	Análisis de la JVPQF
Materia prima para la industria farmacéutica, industrial, textil y productos veterinarios	Visado	JVPQF	Presentar factura y pago de derecho de visado
Animales, vegetales, productos y subproductos	Autorización de importación fitosanitaria o zoosanitaria	Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)	Debe estar registrado y presentar autorización de importación del MSPAS para alimentos procesados
Agroquímicos, fertilizantes, fármacos y biológicos de uso veterinario	Visado	<u>MAG</u>	Tener producto registrado
Agroquímicos e insumos de uso agrícola y alimentos para animales	Visado	<u>MAG</u>	Tener producto registrado

ANEXO 2  
Ejemplo de folleto promocional distribuido por una cadena de supermercados.

**Bebidas**

 <p>REFRESCO TANG AVENA 60 Grs. Variedad</p> <p><b>\$ 0.36 c/u</b></p> <p>AHORRO \$ 0.10 NORMAL \$ 0.46</p>	 <p>TWIN PACK GASEOSA PEPSI / 7 UP 3 Litros</p> <p><b>\$ 2.55</b></p> <p>AHORRO \$ 0.40 NORMAL \$ 2.95</p>	 <p>12 PACK BRANDY ESTER 355 ML</p> <p><b>\$ 7.75</b></p> <p>AHORRO \$ 1.24 NORMAL \$ 8.99</p>	 <p>RON APPLETON VX 750 ML</p> <p><b>\$ 11.99</b></p> <p>AHORRO \$ 1.91 NORMAL \$ 13.90</p>
--	---	---	--

**Varios**

 <p>LINEA DE MAQUILLAJE MAYBELLINE Variedad</p> <p><b>35% Descuento</b></p>	 <p>LINEA DE PRODUCTOS PANTENE Variedad</p> <p><b>\$ 3.94 c/u</b></p> <p>AHORRO \$ 1.31 NORMAL \$ 5.25</p>	 <p>CREMA POND'S Original. Extracto de Papaya C. Humectantes S o Filtro Protección H 95 Grs.</p> <p><b>\$ 2.70 c/u</b></p> <p>AHORRO \$ 0.89 NORMAL \$ 3.59</p>	 <p>DESODORANTE AXE Spray 152 ML Variedad</p> <p><b>\$ 2.53 c/u</b></p> <p>AHORRO \$ 1.09 NORMAL \$ 3.62</p>
 <p>GEL MOCO DE GORILA 270 Grs. Variedad</p> <p><b>\$ 2.36 c/u</b></p> <p>AHORRO \$ 0.63 NORMAL \$ 2.99</p>	 <p>DESODORANTE SPEED SLICK O LADY SPEED STICK 100 ML Variedad</p> <p><b>\$ 2.01 c/u</b></p> <p>AHORRO \$ 0.88 NORMAL \$ 2.89</p>	 <p>Colgate Triple Acción Big Red o Cool Supreme 100 ML</p> <p><b>\$ 1.30</b></p> <p>AHORRO \$ 0.42 NORMAL \$ 1.72</p>	 <p>3 PACK ENJABALGUE BUICAL COLGATE PLAX 500 ML</p> <p><b>\$ 4.91</b></p>
 <p>EMPAGUE FAMILIAR Palmolive TONDO EFECTIVO</p> <p>3 PACK JABON PALMOLIVE Variedad</p> <p><b>\$ 1.74</b></p> <p>AHORRO \$ 0.46 NORMAL \$ 2.20</p>	 <p>SUAVIZANTE SUAVITEL Fresca Primavera o Azafrán al Panchazo 1.9 Litros</p> <p><b>\$ 3.27</b></p> <p>AHORRO \$ 1.41 NORMAL \$ 4.68</p>	 <p>Plenitud PANALES PARA ADULTO PLENITUD PROTECT Talla G o M</p> <p><b>\$ 13.60</b></p> <p>AHORRO \$ 3.09 NORMAL \$ 16.69</p>	 <p>HUGGIES Active Care PANALES DESCHABLES HUGGIES ACTIVE CARE Mega Talla Grande</p> <p><b>\$ 11.56</b></p> <p>AHORRO \$ 3.19 NORMAL \$ 14.75</p>
 <p>3 PACK LAVAPLATOS AXION Limpio 425 Grs. + Tasa Magistral</p> <p><b>\$ 2.91</b></p> <p>AHORRO \$ 0.71 NORMAL \$ 3.62</p>	 <p>DESINFECTANTE AZISTIN Mezclador o Lavante 900 ML + 450 ML</p> <p><b>\$ 1.75</b></p> <p>AHORRO \$ 0.09 NORMAL \$ 1.84</p>	 <p>DETERGENTE XEDEX 100 Grs. Variedad</p> <p><b>\$ 3.50</b></p> <p>AHORRO \$ 0.47 NORMAL \$ 3.97</p>	 <p>SERVILETA SCOTT Blanca 100 Unidades</p> <p><b>\$ 0.84</b></p> <p>AHORRO \$ 0.16 NORMAL \$ 0.99</p>

www.superselectos.com OFERTAS VALIDAS DEL 24 AL 26 DE JUNIO. Mientras duren existencias. Restricciones aplican. Super Selectos se reserva el derecho de limitar la cantidad de unidades a vender por cliente.

Documento Elaborado por: Beatriz Meza  
[prochile@prochile.org.vu](mailto:prochile@prochile.org.vu)

