

CÓMO HACER NEGOCIOS CON EL SALVADOR

1. RELACIONES BILATERALES CON CHILE

1. ACUERDOS Y/O TRATADOS COMERCIALES VIGENTES

A continuación el detalle de los principales tratados y acuerdos en vigencia entre El Salvador y Chile en materia comercial.

1. **2001** Tratado de Libre Comercio entre Chile y Centroamérica, adoptado entre los Gobiernos de las Repúblicas de Chile, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua y el Protocolo Bilateral al Tratado de Libre Comercio entre Chile y Centroamérica, adoptado entre los Gobiernos de las Repúblicas de Chile y Costa Rica, el 16 de enero de 2002.
2. **1999** Acuerdo entre la República de Chile y la República de El Salvador para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones y su Protocolo, suscritos el 8 de noviembre de 1996.

GENERALIDADES TLC:

El 18 de octubre de 1999 en ciudad de Guatemala, culminan las negociaciones entre Centroamérica y Chile, con la suscripción del texto definitivo del Tratado de Libre Comercio entre Chile y Centroamérica. Este Tratado persiguió crear una zona de libre comercio que permitiera aumentar y reforzar la expansión del intercambio comercial, mediante la incorporación de disciplinas comerciales y contribuir a la promoción y protección de las inversiones extranjeras y de los servicios transfronterizos, incluyendo los servicios de transporte aéreo. Asimismo, se estableció la obligación de adoptar medidas que prohíban prácticas monopólicas e instauró un sistema general de solución de disputas eficiente y expedito. Considerando la conveniencia de negociar un único tratado entre Chile y cada país de Centroamérica, los países signatarios acordaron suscribir un tratado que estableciera un marco normativo común aplicable a los cinco países y posteriormente, suscribir protocolos bilaterales complementarios que sólo se aplicarán entre Chile y el país centroamericano respectivo. En este proceso, el 3 de Junio de 2002 entro en vigencia el Protocolo Bilateral con El Salvador.

Desde la vigencia del TLC el 83% de los productos salvadoreños entran a Chile, sin pagar aranceles. Mientras, que el 63% de los artículos chilenos entran a El Salvador, bajo las mismas condiciones. Chile puede ingresar libre con los vinos, uvas, manzanas, melocotones, mermeladas, confituras, neumáticos, partes para maquinaria y otros. Los únicos productos que quedaron excluidos del TLC son el arroz, el azúcar, la carne bovina, la carne de aves, la leche en polvo, los lácteos, los automóviles, las llantas usadas y todos los productos de la cadena del azúcar. Debido a lo anterior el tratamiento arancelario que reciben estos productos es el mismo que se aplica para estos productos provenientes de cualquier otro destino.

La famosa “lista negra”, que incluye los productos que no tendrán libre comercio entre El Salvador y Chile, por ser considerados “sensibles”, representa sólo el 4 por ciento del intercambio total. Entre éstos destacan la carne bovina y de ave, leche en polvo y lácteos, ropa usada, productos laminados de acero, automóviles, llantas usadas y todos los productos de la cadena del azúcar. Los plazos establecidos para los productos salvadoreños es de: tres, cinco, ocho y 10 años para no pagar impuestos en Chile. Mientras tanto, las mercancías están pagando porcentajes bajos que se desgravan en forma gradual. Los productos chilenos tienen plazos de: cinco, ocho, 10 y 16 años. Los productos salvadoreños libres de arancel en Chile desde la firma del tratado son: Conductores eléctricos, ropa, partes para aparatos, manufacturas de plástico, hilados de algodón, entre otros.

2. COMERCIO CON CHILE

Las exportaciones de bienes crecieron en 26%, respecto al 2016. Se destacan los envíos de productos forestales y agropecuarios. Las exportaciones de celulosa, manzanas frescas, prendas de vestir, alimentos infantiles y madera contrachapada, son los productos de mayor alza.

Se exportaron a El Salvador un monto cercano a los MMUS\$ 25 en alimentos, en servicios el monto fue de MMUS\$ 1,2. Las pyme registraron envíos por sobre los MMUS\$ 77,6.

Análisis al III trimestre 2016, Subdepartamento de Información Comercial, DIRECON.

Exportaciones Totales (Miles US\$)	2014	2015	2016	2017	% Var. 17/16	Dif MUS\$ 17/16
El Salvador	52.056	43.019	58.299	73.666	26%	15.367
- Bienes ⁵	52.056	43.019	58.299	73.666	26%	15.367
- Cobre					-	0
% bienes	100%	100%	100%	100%		

Elaboración Subdepto. Información Comercial, con cifras del Banco Central al 08/01/2018

Comercio Exterior (Miles US\$)	2014	2015	2016	2017	% Var. 17/16	Dif MUS\$ 17/16
Exportaciones fob	52.056	43.019	58.299	73.666	26%	15.367
Importaciones fob	14.273	7.473	7.345	8.174	11%	829
Importaciones cif	15.277	7.962	7.876	8.735	11%	859
Balanza Comercial	37.784	35.546	50.955	65.492	29%	14.537
Intercambio Comercial	67.334	50.981	66.175	82.401	25%	16.226

Elaboración Subdepto. Información Comercial, con cifras del Banco Central al 08/01/2018

Exp. de bienes ⁵ por Sector (Miles US\$)	2014	2015	2016	2017	% Var. 17/16	Dif MUS\$ 17/16
Industria Forestal	8.080	11.743	26.568	42.512	60%	15.944
Manufacturas	15.728	6.421	5.422	5.426	0%	4
- Cuero v Calzado	1.486	1.179	99	87	-12%	-12
- Envases v Embalajes	128	233	594	436	-27%	-158
- Ind. Cosmética	2	2	2	28	1.222%	26
- Ind. Eléctrico Electrónica	102	283	594	631	6%	37
- Insumos para la salud v fármacos	1.284	835	561	612	9%	51
- Materiales de construcción		23	32	24	-26%	-8
- Metalmecánica	1.113	566	1.473	984	-33%	-489
- Muebles v Componentes	543	5	8	3	-65%	-5
- Otras manufacturas	9.038	811	339	279	-18%	-60
- Plástico	1.194	1.512	1.027	1.024	-0%	-4
- Química	753	950	636	522	-18%	-115
- Textil v Confección	85	22	57	798	1.290%	740
Minerales	147	261	42	104	147%	62
Pesca v Acuicultura	570	538	716	896	25%	180
Productos Agropecuarios	25.586	22.002	23.325	22.996	-1%	-329
Vinos	1.946	2.053	2.226	1.732	-22%	-494
Total general	52.056	43.019	58.299	73.666	26%	15.367

3. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR A EL SALVADOR: Chile ocupa el Puesto No. 20 como proveedor de productos a este mercado.

Producto	% de participación de Chile en el mercado
Vino	43.42%
Pastas de frutas para transformación industrial	16.98%
Pastas alimenticias	15.16%
Medicamentos	6.95%
Madera	5.98%
Papel	3.68%
Melocotones en conserva	1.90%
Fruta Fresca	1.58%

4. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS CHILENOS (POR SECTOR)

Las importaciones de bienes acumularon US\$ 10,592.8 millones, mayor en US\$ 763.5 millones, lo que representa un crecimiento de 7.8% respecto 2016.

Las ramas económicas que adquirieron más mercancías del exterior fueron: servicios industriales de maquila (US\$ 182.4 millones más), los productos de refinación de petróleo (US\$ 123.2 millones adicionales), los productos metálicos de base (US\$ 115.6 millones más) y textiles (con un incremento de US\$ 113.2 millones más), todas respecto al año anterior. Las importaciones por clasificación económica crecieron en todos los rubros: bienes de consumo (3.4%), bienes intermedios (10.7%), bienes de capital (1.9%) y la maquila (39.6%).

Las importaciones de bienes de consumo se dividen en duraderos y no duraderos, en los primeros, se incluyen electrodomésticos, muebles, algunos vehículos, artículos deportivos, aparatos Fotográficos y médicos, en el segundo se incluyen alimentos, bebidas, papelería, medicinas, Calzado, prendas de vestir y otros. Las importaciones de bienes duraderos incrementaron 5.2% y Los no duraderos 3%.

Las importaciones de bienes intermedios, es decir aquellos que sirven para la elaboración de Otros productos (materias primas) acumularon US\$ 4,362.8 millones y presentan un incremento. En todos los sectores, industria, agropecuario, construcción y otros. Los otros sectores se Subdividen en: sector comercio, sector financiero y servicios. Este último, sector destaca con Mayores compras del exterior en 2017 con US\$ 126 millones comparado con US\$ 71.5 millones Que presentó el año anterior.

Las importaciones de bienes de capital tuvieron un valor de US\$ 1,611.6 millones, creciendo 1.9%; los sectores que determinaron el resultado de este rubro fueron: sector transporte y Comunicaciones que adquirieron US\$ 633.5 millones y la industria manufacturera que importó US\$ 555.3 millones; incrementando ambos sectores US\$ 71.9 millones más respecto a 2016.

En 2017, El Salvador realizó una política comercial más agresiva y buscó integrarse más al comercio adherirse a la unión aduanera, al entrar en vigor en noviembre de 2017 el acuerdo de alcance parcial con Ecuador y desarrollar la revisión de los textos del tratado de libre comercio con Corea del Sur.

Se considera que los sectores con mayor potencial para el sector exportador Chileno Son Agroalimentario, sector eléctrico, alimentos y bebidas. En cuanto a los bienes de consumo, los sectores de confección, editorial, productos alimenticios. En este sector, hay productos como el vino, que ya cuenta con una importante presencia pero todavía existe un amplio margen para la expansión de las exportaciones chilenas. Actualmente el mercado salvadoreño se está sofisticando. Es de destacar el auge del consumo del vino, el consumidor salvadoreño es cada vez más mejor conocedor de este producto y demanda diversidad y calidad. Por lo que es importante seguir trabajando en este sector.

También el consumo de conservas de vegetales y de pescado o los alimentos preparados están experimentando un claro aumento.

La propuesta actual, es que para el año 2018, la atención del país debe enfocarse en la generación de empleos y la productividad, especialmente en tres grandes áreas: turismo, logística y servicios, por lo que se espera oportunidades en esta áreas. En el área de turismo se propone lanzar un plan integral de promoción y mercadeo turístico, que se enfoque en posicionar al país como multidestino: turismo vacacional, turismo de reuniones, y turismo de convenciones. Asimismo, implementar una política de cielos abiertos que permita desarrollar alternativas para los pasajeros y la carga que llega al país, entre otras. En cuanto al tema de logística y servicios internacionales, se proponen estrategias como la cadena de abastecimientos para el mercado interno, unión aduanera, tecnologías de la información y comunicación (TIC), y la concesión del puerto La Unión. En la propuesta se afirma que la aplicación de las TIC permitirá la interconexión en línea entre las oficinas de aduanas de los países centroamericanos a través de conexiones satelitales y/o de fibra óptica. Esto permitiría, entre otras cosas, combatir el contrabando y hacer más eficientes y rápidos los trámites aduaneros, lo que haría que se pueda vender de una mejor manera el país.

PRODUCTOS CON OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS POR SECTORES:

Materiales para la construcción y ferretería: Se considera importante diversificar e incrementar la participación de empresas chilenas exportadoras de materiales y equipos para la construcción, así como de artículos de ferretería y aprovechar el prestigio de la calidad de los productos chilenos. Se considera que en este sector los productos con mayor potencial son: lijas y abrasivos; candados y cerraduras; herramientas de mano; cementos hidráulicos; puntas, clavos y grapas; herramientas, monturas y mangos; cal viva, apagada e hidráulica; alambre y alambión de acero inoxidable; madera chapada, contrachapada, estratificada, aserrada o desbastada; manufacturas de aluminio; artículos de plástico para la construcción; Alambre de hierro o acero sin alear; accesorios de tubería; aditivos para concreto; fontanería en general; fregaderos; impermeabilizantes y reflejante solar; lámina acanalada; molduras; perfiles de acero; pisos y recubrimientos cerámicos; tablarroca; pinturas, barnices y lacas; estructuras metálicas de construcción.

Automotriz y autopartes: neumáticos y cámaras; partes y accesorios de automóviles; partes de motores de encendido por chispa; motores diésel y semi - diésel; juntas metaloplásticas; filtros de aceite y aire; partes de frenos; partes de hule; aparatos y dispositivos eléctricos de encendido o de arranque; vehículos automóviles para usos especiales (grúa, bomberos, radiológicos); autobuses urbanos y foráneos; vehículos automóviles para el transporte de mercancías; coches de turismo; vehículos automóviles para transporte de diez o más personas; tractores.

Alimentos y bebidas: bebidas no alcohólicas; cacao y sus preparaciones; preparaciones para sopas, potajes y caldos; artículos de confitería sin cacao; frutas procesadas, uvas frescas, secas y pasas; grasas y aceites animales o vegetales (aceites de girasol, cártamo, algodón y soya); aguacates, cebollas, Tomates frescos o refrigerados; frutas y hortalizas orgánicas; agua, agua mineral y gaseada; papas frescas o

refrigeradas; confituras, jaleas, mermeladas y purés de frutas; carne de porcino fresca o refrigerada; vinos; cereales y preparaciones; conservas alimenticias; salsas, galletas; condimentos alimenticios; pastas alimenticias; productos lácteos, jurel, productos del mar, saborizantes artificiales.

2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

El Salvador aplica el Arancel Centroamericano de Importación, que contiene la nomenclatura para la clasificación oficial de las mercancías (Sistema Arancelario Centroamericano, (SAC), así como los derechos arancelarios a la importación y las normas que regulan la ejecución de sus disposiciones. Dicho arancel es común a los países miembros del Mercado Común Centroamericano (MCCA). En agosto de 2002, el arancel salvadoreño contenía 5.989 líneas arancelarias de 8 dígitos. Todos los derechos arancelarios a la importación (DAI) son *ad valorem* y se aplican al valor C.I.F. de las mercancías. Conforme al programa de desgravación aprobado a nivel regional, el promedio arancelario de El Salvador disminuyó progresivamente del 10,1 por ciento en 1995 al 7,4 por ciento en 2002. Asimismo, coincidiendo con los objetivos fijados en el seno del MCCA, la gran mayoría (86,5 por ciento) de las fracciones arancelarias está distribuida en el intervalo del 0 al 15 por ciento, y cerca de la mitad de ellas (47,1 %) se sitúa a un nivel de cero. Entre 1995 y 2002, aumentó la dispersión de los aranceles aplicados (tanto medida por la desviación estándar como por el coeficiente de variación). Además de los derechos arancelarios, las importaciones están sujetas a impuestos internos. Estos se aplican tanto a productos importados como nacionales e incluyen un Impuesto al Valor Agregado (IVA) y varios impuestos selectivos (sobre productos como las bebidas alcohólicas, las bebidas gaseosas o los cigarrillos). Para los productos sujetos a ellos, los impuestos internos se aplican a todas las importaciones independientemente de su procedencia; asimismo, los impuestos se aplican a tipos idénticos sobre los productos nacionales y extranjeros. El IVA se aplica a la transferencia, importación y al consumo de los bienes así como a la prestación e importación de servicios. La base imponible del impuesto es por regla general el precio o remuneración pactada en las transferencias de bienes o en las prestaciones de servicios. Para las importaciones la base imponible es la suma del valor aduanero y los derechos arancelarios e impuestos específicos al consumo que correspondan. La tasa del IVA es del 13 por ciento aplicable sobre la base imponible; las exportaciones están afectadas con una tasa del 0 por ciento.

Niveles arancelarios *Ad valorem*:

- 0 % para materias primas y bienes intermedios y de capital no producidos en la región;
- 5 % para materias primas producidas en la región;
- 10 % para los bienes intermedios y de capital producidos en la región; y
- 15 % para los bienes finales.

2. NORMATIVAS

En este país las normas no arancelarias están basadas en los cuatro argumentos permitidos por la Organización Mundial de Comercio (OMC), para el establecimiento de requisitos. Ellos son: Protección de la vida humana, vegetal, animal y del medio ambiente.

Existen cuatro instituciones que llevan a cabo los trámites correspondientes a las importaciones en este país: la Dirección de Cuarentena Agropecuaria para el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Salud Pública y la Junta de vigilancia de la Profesión Químico Farmacéutica.

Licencias

Las Aduanas generalmente no exigen licencias de importación, sin embargo cuando los productos son vegetales o animales requieren licencias del Ministerio de Agricultura para certificar que estos productos cumplen con las regulaciones sanitarias. Las armas requieren licencia del Ministerio de Defensa. Los tranquilizantes, sedantes, antidepresivos y algunos antibióticos fueron adheridos a la lista de productos que requieren permiso del Consejo Superior de Salud y solo pueden ser vendidas mediante prescripción médica.

NORMAS TÉCNICAS <http://www.conacyt.gob.sv/>

INSUMOS AGROPECUARIOS

Para la exportación al mercado salvadoreño de insumos agropecuarios, plaguicidas, fertilizantes y los productos veterinarios de consumo animal, se requiere de un registro previo de la empresa que exporta el producto, o de un distribuidor local que deberá encargarse de llevar a cabo el trámite de registro del producto. Es importante tener en cuenta que si bien los requisitos para ingresar estos productos al mercado salvadoreño no son tan complicados, existe un fuerte control posterior a la venta que debe ser considerado si se quiere mantener el comercio de estos productos.

PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, QUÍMICOS Y COSMÉTICOS

Antes de ingresar al país, estos productos deben ser registrados y analizadas las muestras correspondientes. Estos trámites son realizados por dos instituciones: la Junta de Vigilancia de la Profesión Químico Farmacéutico y el Consejo Superior de Salud Pública.

Los trámites de inscripción varían de acuerdo al tipo de producto. Por ejemplo, en el caso de los productos farmacéuticos el tiempo es más extenso: entre cuatro y seis meses. El Consejo Superior de Salud Pública está facultado también para el control de tres categorías de productos: los estupefacientes, los psicotrópicos, y los productos agregados (que incluyen los productos de medicina veterinaria, hormonales y anabólicos de uso veterinario, productos biológicos, productos de uso odontológico y otros).

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.

PRODUCTOS ALIMENTICIOS FRESCOS

La importación de estos productos requiere de una Inspección o Examen visual oficial de plantas productoras y/o procesadoras, así como de las instalaciones que componen parte del trayecto del producto hasta la salida de su país. Este procedimiento se establece para determinar si hay plagas y/o ordenar el cumplimiento con las reglamentaciones fitosanitarias.

Los Estados Parte se comprometen a que sus actuales sistemas de registro sanitario para la comercialización de alimentos en cada país, no constituyan obstáculos al comercio, asegurándose que los mismos se basen en los principios de equivalencia, transparencia y celeridad, de tal manera que los requisitos exigidos sean los mínimos necesarios para garantizar la inocuidad de los alimentos. La autoridad competente del Estado Parte exportador dirige una solicitud de inspección al Estado Parte importador, la cual debe ser atendida en un plazo máximo de 60 días calendarios contados a partir de la fecha en que fue planteada. Después de finalizada la inspección, la autoridad del importador tiene 15 días calendario para emitir una resolución fundamentada sobre el resultado de la inspección. En el caso que haya recomendaciones, su cumplimiento deberá ser verificado, certificado y notificado por la autoridad del Estado Parte exportador. Si la autoridad competente del Estado Parte importador incumple con los plazos detallados, la autoridad competente del Estado Parte exportador puede acudir al Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias que se creó por medio del reglamento, o puede utilizar el procedimiento regional de solución de controversias. En el caso de la renovación de la certificación, ésta debe solicitarse por lo menos 90 días calendario antes de su vencimiento.

REGISTRO DE PRODUCTOS

El trámite para iniciar el registro de estos productos generalmente lo inicia el importador, a continuación se hace una breve reseña de los pasos a seguir:

Se presenta una solicitud ante el Departamento de Saneamiento Ambiental del Ministerio de Salud Pública de El Salvador (y al Ministerio de Agricultura y Ganadería para los agropecuarios) 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 las Normas Salvadoreñas Obligatorias

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

Con el propósito de entregar información actualizada, mencionamos que a nivel centroamericano, en particular a través del Consejo de Ministros de Integración Económica (COMIECO), los Ministros de Comercio de la región promueven el reconocimiento regional de los permisos sanitarios mediante su digitalización y su disponibilidad online. Se han adoptado una serie de reglamentos técnicos para homologar tanto registros sanitarios como etiquetado de productos, esta novedosa medida aplica solo a productos originarios de los países centroamericanos. Este sistema pretende facilitar el comercio a nivel regional ya que se eliminan los trámites que involucran documentos físicos. Esto implica que se tendrán reglamentos comunes y en algunos casos procedimientos abreviados, para mayor información se sugiere revisar el siguiente enlace:

<http://www.sieca.int/Documentos/DocumentoMatriz.aspx?ClasificacionId=2>

3. CERTIFICACIONES

La Dirección General de Aduanas (DGA) ha puesto en marcha un programa bajo el cual se otorga a las empresas importadoras una certificación, que se traduce en ahorro de tiempo y costos por revisiones, en los procesos de verificación de mercadería. Para obtener la certificación, los importadores interesados deben haber tenido un 2% de infracciones al año, como máximo, en la revisión de su mercadería; llevar contabilidad formal y tener un contrato formal con el intermediario aduanero. El programa PACE amplía la estrategia de fortalecimiento aduanal, junto a la implementación de la ventanilla única, el pago simplificado de multas y procesos de selectividad de revisión.

En el caso de productos alimenticios frescos y congelados, la autoridad salvadoreña requiere inspección de plantas productoras, procesadoras y exportadoras en origen. Para cumplir con este requisito, las autoridades salvadoreñas deberán certificar estas plantas y autorizar la exportación de estos productos. Esta autorización tiene vigencia de un año, al cabo del cual, se deberá re – inspeccionar la planta.

4. ETIQUETADOS

Todos los alimentos, bebidas, medicinas y los productos que incidan en la salud humana y animal, deben cumplir con los requisitos establecidos bajo cuatro categorías:

1. Información de la etiqueta;
2. Lote y fecha de fabricación;
3. Fecha de vencimiento;
4. Nombre del fabricante, registro sanitario y país de origen.

El objetivo de esta información es establecer la verdadera naturaleza del producto, su composición, calidad, cantidad, origen o procedencia, tratamiento general a que ha sido sometida y otras propiedades. Es importante destacar que las frutas, los productos naturales y las golosinas con un peso neto menor a 600 gramos están excluidas de estos requisitos y que el alcohol y las bebidas alcohólicas deben de cumplir con las normas que establece la Ley Reguladora de la Producción y Comercialización del Alcohol y las Bebidas alcohólicas.

Específicamente, la información en la etiqueta debe consignarse así:

1. Nombre del producto: deberá indicarse el nombre específico del producto.
2. Contenido neto: Deberá ser expresado en unidades del sistema métrico decimal.
3. Ingredientes: Se designará con su propio nombre, en orden decreciente, según la proporción en que cada uno de ellos esté incluido en el producto. No es necesario declarar los porcentajes de los mismos.
4. Aditivos: los aditivos alimentarios se designarán obligatoriamente por el nombre del grupo al que pertenece (por ejemplo: antioxidante, saborizante, colorante), seguido de su nombre específico.
5. En el caso de que la etiqueta esté escrita en un idioma distinto al español, debe colocarse una etiqueta donde se especifique en español los ingredientes, fecha de vencimiento y método de preparación para su consumo.
6. Identificación del lote y fecha de fabricación: para fines de identificación del lote se podrá usar codificación o clave, la cual deberá ser suministrada y explicada al Departamento de Higiene de Alimentos del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. Para la fecha de fabricación deberá usarse 6 dígitos, los cuales enuncien el año, mes y día.
7. Fecha de vencimiento: Cuando el producto tenga un período de vida limitado, se debe hacer constar en la etiqueta la fecha límite, la cual podrá expresarse mediante la leyenda: "CONSUMIR PREFERENTEMENTE ANTES DE" seguido del día, mes y año en su orden (tomando en cuenta que no excedan de 24 meses).
8. Para los productos alimenticios perecederos, además se debe indicar: Instrumentos para la conservación, Nombre o razón social del fabricante o responsable, Registro sanitario y País de origen.
9. Para el caso de los productos farmacéuticos, además de la información anterior se debe indicar la dosificación, contraindicaciones, riesgos de su uso, efectos tóxicos residuales y además se debe incorporar los instructivos anexos.

5. TRÁMITES ADUANEROS

La Aduana generalmente no requiere de licencias de importación. Sin embargo, cuando los bienes importados son vegetales o animales, se necesita una licencia del Ministerio de Agricultura que certifique que los bienes cumplen con las regulaciones de salud e higiene locales. Las armas de fuego requieren una licencia del Ministerio de la Defensa. Documentación de Importación/Exportación.

Los documentos necesarios, ante la "Aduana", para importar son:

- a. Licencia de importación (en el caso de animales, vegetales o armas)
- b. Factura Comercial

c. Conocimiento de embarque (“Bill of landing”), guía aérea (“airway bill”) o carta de transporte.

Entrada Temporal

La aduana puede autorizar la entrada temporal de mercaderías extranjeras con la suspensión temporal o parcial de aranceles de importación para propósitos específicos, bajo la condición de que estas sean reexportadas dentro del tiempo autorizado y sin modificaciones. Se debe presentar un bono como garantía de que el bien temporalmente importado será reexportado dentro del tiempo autorizado. La entrada temporal de bienes para transformación, manufactura o reparación está legalmente concedida bajo la ley que regula las zonas libres de comercio.

La Dirección General de la Renta de Aduanas (DGRA), adscrita al Ministerio de Hacienda, es la instancia encargada de aplicar y de verificar la normativa aduanera, en particular los procedimientos de importación. Como regla general, la presentación de la declaración aduanera de importación requiere la intervención de un agente aduanero. En el caso del Tele despacho, introducido mediante la Ley de Simplificación Aduanera, el uso de un agente aduanero es optativo para las personas jurídicas. Este sistema permite al usuario transmitir por vía electrónica su declaración de mercancías a las autoridades aduaneras. Según la DGRA, el uso de la citada herramienta permite reducir el tiempo necesario para liquidar una declaración de un promedio de media hora a tan sólo cinco minutos. Se puede acceder a Tele despacho a través de Internet.

Cabe consignar que el documento bajo el cual se ampara la importación es la “Declaración de Mercancías” emitido por la Dirección General de la Renta de Aduanas, el cual puede ser obtenido por el importador en todas las aduanas de El Salvador.

La declaración aduanera debe contener como mínimo la siguiente información: régimen aduanero que solicita; identificación del consignatario o consignante; identificación del declarante o de su representante; clase del medio de transporte; número del manifiesto de carga; número del documento de transporte respectivo; país de origen y de procedencia de las mercancías; identificación de la Mercancía; clasificación arancelaria de las mercancías y su descripción comercial; valor en aduanas de las mercancías; y derechos e impuestos aplicables al adeudo.

La declaración debe sustentarse, según el régimen aduanero de que se trate, en los documentos siguientes: factura comercial; documentos de transporte (tales como conocimiento de embarque, carta de porte, guía aérea u otro documento equivalente); declaración del valor en aduana de las mercancías; certificado de origen de las mercancías, cuando proceda; licencias, permisos o certificados referidos al cumplimiento de las restricciones y regulaciones no arancelarias a que estén sujetas las mercancías; y demás autorizaciones o garantías exigibles en razón de su naturaleza y del régimen aduanero a que se destinen.

3. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

El mercado salvadoreño cuenta con un sector importador altamente dinámico, está abierto a productos de otros países lo cual permite ofrecer a los consumidores una amplia diversidad de productos que son muy competitivos en calidad y precio.

La estabilidad comercial de El Salvador tiene fundamentos económicos sólidos y se sustenta en la abundancia de divisas provenientes de tres fuentes principales: exportaciones, inversión extranjera y remesas familiares. La estabilidad comercial es el resultado de la estabilidad macroeconómica, reflejada en la reducción de la inflación, el aumento en las exportaciones, un razonable déficit en cuenta corriente y crecimiento económico.

La base del movimiento de los productos es la información de estos hacia los consumidores, para esto en el país son muy utilizados los medios de información masiva: prensa, radio y televisión. Dependiendo de los nichos de mercado a penetrar así será el recurso de información a utilizar. Atendiendo el tipo de producto, la distribución de estos en el mercado salvadoreño se lleva a cabo por diversos mecanismos: En general los bienes de consumo masivo son distribuidos eficientemente por un importador local (distribuidor o mayorista) que aprovecha los contactos que tiene establecidos y sus redes de negocios para canalizar los productos al mercado salvadoreño a nivel nacional. En cuanto a los productos industriales, estos son manejados principalmente por un Agente / Distribuidor que trabaja por una comisión específica. También se tienen los importadores /distribuidores que pueden estar trabajando algunas líneas. La maquinaria y equipo, normalmente son comprados a proveedores directos en el extranjero.

Las ventas y los métodos de comercialización en El Salvador privilegian a los proveedores que puedan ofrecer un buen servicio y seguimiento en la etapa de post venta. Es muy utilizado los grandes lanzamientos para los productos nuevos utilizando una recepción en un hotel aunado a una campaña a través de los periódicos y en grandes vallas publicitarias. Al aumentar la competencia se está volviendo más importante ofrecer promociones creativas de ventas, tales como concursos, tómbolas, rifas etc. De acuerdo a estimaciones de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, un poco más de un 60% de sus miembros usan ya las redes sociales para promover sus productos o servicios.

Con excepción del gas licuado y el transporte público, generalmente no existe control de precios en El Salvador. Existe un impuesto a valor agregado (IVA) de un 13% que debe ser añadido a la compra de todos los productos, incluyendo productos alimenticios y medicinas.

Es importante para empresas que vendan equipos, máquinas o artículos eléctricos el que ofrezcan efectiva atención al cliente. La disponibilidad de buen servicio y soporte técnico influye significativamente en el comprador, en especial para las órdenes de compra del gobierno.

La publicidad en El Salvador se hace principalmente a través de la televisión, radio, periódicos, vallas publicitarias y volantes. Un presupuesto publicitario típico para un producto sería de un 50% para televisión, un 30% para radio, y un 20% para periódicos y vallas publicitarias. La propaganda por radio puede costar tan poco como US \$ 3.40 para una cuña de 30 segundos. Los precios por propaganda en los

periódicos se tornaran más competitivos, al luchar los dos principales periódicos por lectores. La propaganda por televisión es más costosa, con rangos entre US \$115 a US \$ 350 para una cuña de 30 seg. En una de los principales canales de televisión. Tres televisoras atraen el 70% de los televidentes.

En Abril de 2000, el Gobierno de El Salvador implementó una ley para las compras y contrataciones con el gobierno. Para compras entre US\$ 10,000.00 y US \$ 20,000.00 (dependiendo del ministerio o agencia), el gobierno publica en los principales periódicos una convocatoria solicitando ofertas y/o envía notificaciones escritas a varias embajadas informando sobre la misma.

El sector de telecomunicaciones está muy avanzado y se encuentra disponible en la mayor parte del país. Su nivel de crecimiento es producto de una constante actualización de las empresas extranjeras instaladas en el país y al nivel de tecnología con que actualmente se encuentran operando dichas instituciones.

La economía es libre y abierta, el mercado de cambio esta dolarizado, no existiendo restricción alguna para las operaciones de comercio exterior. Existen regímenes de Zonas Francas y de Depósitos de Perfeccionamiento de Activos, los cuales permiten disponer de espacios de almacenamiento temporal, libres de impuestos. La protección de derecho de autor, marcas y patentes están reguladas.

2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

Los ingresos por remesas son una parte fundamental del presupuesto de muchas familias salvadoreñas y por tanto de la economía en general. La relevancia de las remesas es importante y exhibe una tendencia creciente, desde 1990 hasta el año 2017 el porcentaje que representan las remesas respecto al Producto Interno Bruto (PIB) del país se ha incrementado de 9.1% a 18.6%, respectivamente.

Las remesas incrementaron el poder adquisitivo de gran parte de la sociedad especialmente de aquellos que sin estos ingresos no podrían acceder a bienes de consumo en general. La economía salvadoreña es considerablemente abierta, y el techo arancelario del país bastante bajo, por lo tanto es bueno hacer notar, que en términos generales los consumidores salvadoreños están muy acostumbrados a los productos importados.

Los consumidores están demandando mayores niveles de conveniencia y alimentos de mejor calidad para contrarrestar su forma de vida cada vez más acelerada. También están demandando más variedad de productos, lo que incluye productos de origen natural o ecológico.

Los niveles diferenciados de acceso o uso efectivo de bienes y servicios se encuentran vinculados con las características socioeconómicas y socio residenciales de los consumidores. Estas diferencias son más marcadas para los servicios de telefonía fija y servicios financieros, y menos acentuadas para energía eléctrica, medicamentos, transporte urbano y telefonía celular.

En términos generales nos referimos más ampliamente en este apartado a dos de los principales rubros de importación en el país: los alimentos y los medicamentos.

a. Alimentos

En cuanto a los alimentos, las personas parecen tener comportamientos de consumo, relativamente diferenciados, por zonas de residencia. En la zona urbana un 63.6% asegura comprar alimentos frescos y procesados; 35.7% mencionó consumir exclusivamente alimentos frescos y, una pequeña proporción

asegura consumir solo alimentos procesados (0.7%). Por su parte, en la zona rural el consumo de ambos tipos de alimentos se reduce al 55.4%; aumenta la proporción de los que consumen solo alimentos frescos (44.3%) y se reduce aún más la proporción de los que consumen solo alimentos procesados (0.4%).

Al comprar *alimentos frescos*, el consumidor busca proximidad del establecimiento (según el 40.1% de los consultados) y que este ofrezca variedad (21.4%) a buen precio. La calidad de los alimentos también apareció mencionada por el 20.5% de los entrevistados, y otros factores, como la variedad de precios y la posibilidad de encontrar precios más baratos estuvieron alrededor del 18.0%.

Similar importancia posee la proximidad del establecimiento a la hora de elegir el lugar para comprar *alimentos procesados*, ya que el 41.1% de las personas afirmaron que eligen por la proximidad del establecimiento. La calidad de los alimentos (20.9%) y la variedad (15.2%), se establecen como segunda y tercera motivación. Sin embargo, en el caso del área rural, mercados de bajos y moderados ingresos, grupos sin escolaridad y de escolaridad básica, el segundo motivo más importante para elegir el establecimiento de compra de los alimentos procesados es porque “sale más barato”. En contraste, en los mercados de altos ingresos, y en los grupos con educación media y superior, la calidad de los alimentos se perfila como la segunda razón más importante para elegir el establecimiento.

b. Medicamentos

Con relación a la compra de medicamentos, las diferencias observadas entre los tres tipos de mercados no son tan distantes. Sin embargo, las mujeres (94.4%) parecen comprar o consumir más medicamentos que los hombres (90.2%). Por otro lado, a medida que la edad avanza, la compra y consumo también se incrementa, de forma que el grupo conformado por personas de 60 años en adelante es el que presenta mayor consumo.

La prescripción médica es el motivo fundamental que predomina en la decisión de compra de los consumidores entrevistados (76.3%). Los otros dos motivos más importantes son la recomendación de dependientes de farmacia (29.8%) y La de familiares, amigos o conocidos (20.7%). En cuanto a las variables que evalúa el consumidor para elegir los medicamentos, el precio es también el principal factor que define el acto de la compra. Un 44.4%, señaló este factor como el más importante en su decisión. En orden de prioridad, el segundo factor más importante lo constituyó la marca del medicamento (22.3%), y en similar nivel de relevancia está el Laboratorio que lo elaboró (21.5%). Sin embargo, es de hacer notar que si se consideran el origen, marca y laboratorio que elaboró el medicamento como las variables a través de las cuales el consumidor evalúa la calidad del mismo, este factor se convertiría en el más importante en su decisión de compra (46.4%).

3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

La mayoría de los importadores son experimentados, acostumbrados a negociar con EUA y Europa, principalmente España y Alemania, y esperan un trato profesional similar al negociar con un chileno. Sabiéndose originarios de un país pequeño, los empresarios salvadoreños buscan negociar para tener representaciones regionales de los productos.

La situación geográfica del país los hace estar bastante en contacto con Centroamérica y los países de Norteamérica. Un 90% es bilingüe por lo que no se les dificulta negociar importaciones con Estados Unidos.

A pesar de tener mucha cercanía física con México, los empresarios salvadoreños no quieren negociar con México y prefieren hacerlo con Chile. Los empresarios salvadoreños son agresivos, es decir, toman la iniciativa a la hora de hacer negocios, gustan de productos innovadores y modernos.

Les gusta el contacto con las personas, sino se puede una cita, es mejor el teléfono en todo caso que el e-mail. Es importante entregarles información detallada del producto. Les gusta la calidad y el precio bajo, están acostumbrados a tener excelentes porcentajes de ganancia.

El cierre de negocios se hace en forma verbal y no escrita, lo que a veces puede provocar diferencias en interpretaciones de lo acordado, especialmente en diferente calidad de productos, plazos de entrega, cambio de precios y condiciones de pago, entre otros.

4. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

El mercado salvadoreño siempre ha sido conocido por el dinamismo e impulso de sus empresarios. Considerando su ubicación estratégica, en el corazón de Centroamérica este es un país con una posición estratégica. Siendo el país más pequeño del istmo se posiciona como el centro financiero y logístico de la región. Contando con un sistema financiero y bancario sólido y con el aeropuerto más moderno y grande de Centroamérica. Cuenta también con modernas Leyes que facilitan su posicionamiento como un centro de distribución.

El sector importador de El Salvador es muy dinámico. Los importadores valoran mucho la originalidad, la calidad y la competitividad de precios de cada uno de los productos que eligen. Los supermercados y grandes distribuidoras son los grandes componentes de este sector. Una de las mejores formas de acceder al mercado salvadoreño es por el medio de agentes y distribuidores, dada la concentración de los negocios en San Salvador y el tamaño del mercado, no se requieren agentes a nivel regional. Por lo que encontrar el agente adecuado es crucial:

- Originalidad: Los salvadoreños aprecian mucho los productos nuevos y originales.
- Seriedad: Es muy importante establecerse como una empresa seria que cumple sus compromisos (entrega, calidad, información) esta es la base del inicio de una relación con un cliente en El Salvador.
- Competitividad: El precio siempre es factor de relevancia.
- Participación: Es muy aconsejable que las empresas interesadas en el mercado salvadoreño tomen un socio local que les ayude a posicionar sus productos en el mercado. Recordemos que como todo país latino los negocios se hacen a través de contactos.
- Es conveniente, para aquellos productos que lo requieran, contar con un adecuado servicio de apoyo al consumidor a través de repuestos y asistencia técnica, especialmente en las ventas al gobierno.
- A pesar de que el método más seguro es la carta de crédito confirmada e irrevocable, debido al costo, se tiene como preferencia, la transacción bancaria. Es importante anotar que en este país, a los comercializadores generalmente sus clientes les pagan a 30 y 90 días.

5. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

Las empresas importadoras se encargan de importar aproximadamente el 80% de los productos que llegan al mercado. Estas empresas distribuyen posteriormente los productos a otros distribuidores más pequeños y a los minoristas.

Las grandes tiendas y los almacenes importantes importan generalmente de los fabricantes.

Los distribuidores grandes tienen redes establecidas de distribución y los dueños de almacenes minoristas viajan a menudo, especialmente a Estados Unidos a comprar productos.

Los vendedores pueden acceder al mercado ofreciendo un buen servicio y seguimiento de las ventas del producto.

Se utiliza mucho los lanzamientos de productos a través de presentaciones en hoteles importantes, junto con publicidad en periódicos, y con una campaña publicitaria.

Debido a que el mercado es altamente competitivo, se acostumbra a realizar promociones de ventas creativas tales como rifas, concursos, certámenes, etc.

Los siguientes requerimientos están incluidos en la Ley de Protección al Consumidor:

- a. Los minoristas deben poner el precio de los productos en el empaque o en un lugar visible.
- b. Los productos que son vendidos por peso, volumen o cualquier otra medida deben tener el peso, el volumen o la medida exacta de su contenido en la etiqueta.
- c. Para productos farmacéuticos, la etiqueta debe contener: la lista de ingredientes, fecha de expiración, dosificación, contraindicaciones, riesgos de uso, efectos tóxicos residuales, etc. como lo establece el Ministerio de Salud Pública.
- d. Las etiquetas de alimentos congelados y enlatados deben incluir una fecha de expiración.

6. NORMAS DE PROTOCOLO EN REUNIONES DE NEGOCIOS

Saludo de mano e intercambio de tarjetas al inicio de reunión es una costumbre común, la vestimenta es formal, traje y corbata para hombres, para las mujeres falda o pantalón no muy llamativo. Las relaciones de negocios en El Salvador son formales. Se espera que se usen los títulos correspondientes, se da la mano antes y después de una reunión y no se debe usar el primer nombre de la persona antes de establecer una buena relación. Los salvadoreños comúnmente utilizan títulos como licenciado (persona graduada de la universidad), Ingeniero (graduado de ingeniería) o Doctor (tanto para médicos como para abogados), estos van seguidos del apellido de la persona.

Las relaciones sociales están íntimamente relacionadas a los negocios. La sociedad salvadoreña es muy pequeña por lo que comúnmente las personas están relacionadas entre sí. En El Salvador es muy importante conocer a las personas adecuadas.

La puntualidad es una cortesía que reconoce el salvadoreño, y donde pone especial atención tratándose de citas con extranjeros, trate usted de re-confirmar su cita, sea puntual y si tiene un retraso comuníquese con su contraparte para informarle de ello.

Los desayunos de trabajo son comunes, comienzan cerca de las 7:30 a.m. los almuerzos y cenas de negocios pueden ser de dos o tres horas. Por esto el calendario en un viaje de negocios debe ser flexible. Las cenas usualmente comienzan entre la 7:30 y las 8:00 p.m. el almuerzo es generalmente a las 12:30 p.m.

Las mujeres salvadoreñas están interviniendo más y tienen mayor aceptación en los negocios y se espera que las mujeres extranjeras de negocios sean altamente profesionales y no agresivas.

4. INFORMACIÓN ADICIONAL

1. ORGANISMOS RELEVANTES

SECRETARIA DE INTEGRACION CENTROAMERICANA (SIECA): www.sieca.int

SECRETARIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR: www.defensoria.gob.sv

CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGIA: www.conacyt.gob.sv

MINISTERIO DE ECONOMIA DE EL SALVADOR: www.minec.gob.sv

2. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

Las ferias que actualmente se están desarrollando en El Salvador, no cumple con los requisitos mínimos como feria internacional. La relación costo beneficio para las empresas Chilenas es demasiada alta y no se asegura que se obtengan los beneficios esperados.